

UCHWAŁA Nr 369 / 7745 / 17
ZARZĄDU WOJEWÓDZTWA PODKARPACKIEGO
w RZESZOWIE
z dnia 22 listopada 2017r.

**w sprawie przyjęcia *Rocznego planu działań informacyjnych
i promocyjnych Instytucji Zarządzającej Regionalnym Programem
Operacyjnym Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 na 2018 rok.***

Działając na podstawie art. 41 ust.1 i ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa (Dz. U. z 2016, poz.486), art. 25 pkt 1) ustawy z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (t.j. Dz. U. z 2016r., poz.383 tj.), Umowy Partnerstwa z 21 maja 2014 r. oraz art. 4, ust. 2, pkt 3 i 6 ustawy z dnia 11 lipca 2014 r. o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014 – 2020 (t.j. Dz. U. z 2016 r., poz. 217) oraz *Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020*

**Zarząd Województwa Podkarpackiego w Rzeszowie
uchwała, co następuje:**

§ 1

Przyjmuje się *Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych Instytucji Zarządzającej Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 na 2018 rok*, który stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

Wykonanie Uchwały powierza się Marszałkowi Województwa Podkarpackiego.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.



WICEMARSZAŁEK WOJEWÓDZTWA

Bogdan Romaniuk

Załącznik do Uchwały Nr 369 / 7745 / 17
Zarządu Województwa Podkarpackiego
w Rzeszowie
z dnia 22 listopada 2017r.

**Roczny plan działań
informacyjnych i promocyjnych
Instytucji Zarządzającej Regionalnym Programem Operacyjnym
Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020
na 2018 rok**



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejskie Fundusze
Strukturalne i Inwestycyjne



Listopad 2017 r.

Spis treści

1. Wstęp.....	3
2. Podstawy opracowania Roczego planu działań.....	3
2.1. Kluczowe dokumenty	3
2.2. Cel strategiczny Programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji RPO WP na lata 2014-2020	3
2.3. Wyniki badań i analiz	4
3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2018	7
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2018	8
Tabela 1 Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach RPO w roku 2018 .	10
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji	21
6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu....	23

1. Wstęp

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych dla *Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020* (zwany dalej Rocznym planem działań, w skrócie RPD) jest dokumentem o charakterze operacyjnym, przygotowanym przez IZ RPO WP, na potrzeby realizacji w 2018 r. zapisów ww. *Strategii komunikacji*.

Dokument określa podstawy i sposoby realizacji zadań informacyjnych i promocyjnych, poświęconych Regionalnemu Programowi Operacyjnemu Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020, wymienia i opisuje najważniejsze działania komunikacyjne prowadzone przez IZ RPO WP oraz IP, ich cele, ramy czasowe oraz szacunkowy budżet.

Dane kontaktowe do podmiotu odpowiedzialnego za sporządzenie RPD:

Departament Zarządzania RPO
Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego
Al. Łukasza Cieplińskiego 4
35-010 Rzeszów
e-mail: drp@podkarpackie.pl
tel. 17 747 67 05
osoba do kontaktu: Wioletta Rejman
e-mail: w.rejman@podkarpackie.pl
tel. 17 747 64 86

2. Podstawy opracowania Roczno planu działań

2.1. Kluczowe dokumenty

- 1) Wytyczne w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014 -2020
- 2) Strategia komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020
- 3) Strategia komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020

2.2. Cel strategiczny Programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji RPO WP na lata 2014-2020

Celem RPO WP 2014-2020 jest:

Wzmocnienie i efektywne wykorzystanie gospodarczych i społecznych potencjałów regionu dla zrównoważonego i inteligentnego rozwoju województwa

Cel nadrzędny Strategii Komunikacji RPO WP:

Komunikacja Funduszy Europejskich wspomaga wykorzystanie środków z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego dla realizacji celów rozwojowych regionu.

Cele szczegółowe Strategii komunikacji

1. **Komunikacja Funduszy Europejskich aktywizuje mieszkańców województwa podkarpackiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach RPO WP.**

2. Komunikacja Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim wspiera beneficjentów RPO WP w realizacji projektów.
3. Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa podkarpackiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich.
4. Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim.

Główny komunikat:

Fundusze Europejskie wspierają tych, którzy realizując dobre pomysły, zwiększają możliwości i poprawiają jakość życia mieszkańców województwa podkarpackiego.

2.3. Wyniki badań i analiz

„Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2016”

Z przeprowadzonego badania wynika, że poziom znajomości pojęcia „Fundusze Europejskie” nie zmienił się porównując do pomiaru sprzed dwóch lat, tj. z 2014 roku. Wśród znających znacząco więcej jest osób, które deklarują, że wiedzą czym są FE (80% vs 60% w 2014 r.), a grupa kojarzących FU wyłącznie z nazwy jest wyraźnie mniejsza (15% vs 30% w 2014 r.). To dobry wynik, ale nadal jest przestrzeń na poprawę tego wskaźnika.

Poziom nastawienia do Funduszy Europejskich jest bardzo podobny jak przed dwoma laty, w niektórych obszarach się umacnia. Wyraźnie bardziej entuzjastyczne jest spojrzenie na bilans korzyści i strat wynikających z członkostwa w UE (69% vs 60%). Mieszkańcy podobnie jak przed dwoma laty pozytywnie oceniają wpływ FE na rozwój kraju, regionu oraz poprawę jakości życia mieszkańców. Coraz więcej mieszkańców ma przeświadczenie, że osobiście korzysta z FE lub ze zmian jakie dzięki nim zachodzą (80% vs 66%).

Najczęściej wymieniane obszary interwencji FE na poziomie kraju i regionu są takie same jak dwa lata temu: infrastruktura komunikacyjna i dotacje dla rolnictwa. Nadal dominuje spojrzenie na FE przez pryzmat dużych inwestycji infrastrukturalnych.

Podobnie jak w skali całego kraju wyraźnie zmalał odsetek osób, które kiedykolwiek uczestniczyły w przedsięwzięciach finansowanych z FE (11% vs 22% w 2014 r.).

Więcej osób niż dwa lata temu jest przeświadczonych o równości szans wszystkich ubiegających się o dofinansowanie z FE (50% vs 35%). Na podobnym poziomie utrzymuje się odsetek przekonanych o tym, że łatwo o dotację z FE. Nadal co piąty mieszkaniec województwa, który słyszał o FE wskazuje, że on sam również jest uprawniony do ubiegania się o dofinansowanie z FE. Bardziej pozytywne nastawienie nie przekłada się na razie na wzrost odsetka mieszkańców rozważających ubieganie się o dofinansowanie ze środków unijnych (7% vs 12%).

Zdecydowana większość mieszkańców województwa podkarpackiego popiera członkostwo Polski w Unii Europejskiej (82%+), w tym co trzeci deklaruje zdecydowane poparcie (27%). Przystąpienie Polski do Unii to dla większości przewaga korzyści nad stratami (69%).

Pojęcie Fundusze Europejskie/Fundusze Unijne jest powszechnie znane mieszkańcom regionu. Większość mieszkańców województwa podkarpackiego wie czym są FE, ale wciąż jest pewna grupa, która pomimo zadeklarowanej znajomości nie wie, co one oznaczają te terminy.

Wsparcie unijne, zdaniem mieszkańców, to przede wszystkim pomoc finansowa na rozwój kraju. FE rozumiane są również jako źródło dofinansowania konkretnego projektu oraz środki na rozwój rolnictwa/ dopłaty do rolnictwa.

Znak Funduszy Europejskich rozpoznaje 58% mieszkańców. Logotyp kojarzony jest przede wszystkim z tablic informacyjnych zlokalizowanych przy inwestycjach/przedsięwzięciach sfinansowanych ze środków unijnych oraz z telewizji.

Tematyką Funduszy Unijnych interesuje się co drugi mieszkaniec województwa podkarpackiego, który kojarzy określenie Funduszy Europejskich. Wśród zainteresowanych tą tematyką najciekawsze są informacje o tym, kto się może ubiegać o FE i na jaki cel, na co przeznaczane są dotacje i czy są dobrze wykorzystywane oraz jak się o nie ubiegać.

Mieszkańcy podkarpackiego bardzo krytycznie podchodzą do oceny swojej wiedzy na temat Funduszy Europejskich. Ponad połowa mieszkańców ocenia swoją wiedzę na 1 lub 2 przyjmując szkolną skalę ocen. Tylko co piąty ocenia swój poziom wiedzy na temat Funduszy Unijnych na przynajmniej czwórkę. Zdaniem mieszkańców województwa podkarpackiego środki unijne przeznaczane są w głównej mierze na poprawę infrastruktury drogowej oraz na dopłaty dla rolników. Co piąty zwraca uwagę na dofinansowanie dla nowych firm. Na poziomie regionu najczęściej wymieniane są podobne obszary interwencji FE: infrastruktura komunikacyjna, infrastruktura miejska i dopłaty dla rolnictwa.

O ile wiedza na temat obszarów wykorzystania środków unijnych jest całkiem spora, o tyle przywołanie przykładów konkretnych przedsięwzięć czasem przysparza pewnych trudności - 26% respondentów nie potrafiło wskazać żadnego takiego projektu w województwie (to wyraźnie mniej niż w skali kraju). Tylko 11% osób podała z nazwy konkretne przykłady projektów finansowanych z FE. Wśród najczęściej wymienianych konkretnych przedsięwzięć wskazywano te z zakresu budowy i modernizacji infrastruktury drogowej oraz infrastruktury transportowej – lotniska, dworce, parkingi.

Wiedzę o specjalnych środkach z Funduszy Europejskich przeznaczonych na rozwój województwa podkarpackiego ma 44% mieszkańców. Co trzeci jest przeciwnego zdania, a 21% nie wie o takich możliwościach. Zdaniem mieszkańców podkarpackiego instytucje, w których można składać wnioski o dotacje z Funduszy Europejskich to przede wszystkim: ARiMR, urząd gminy/miasta oraz powiatowy urząd pracy. Wśród głównych beneficjentów wsparcia finansowego z FE wymieniane są: firmy i przedsiębiorstwa, rolnicy oraz władze samorządowe.

Zdecydowana większość respondentów uważa, że Fundusze Europejskie przyczyniają się do rozwoju Polski, jak i samego województwa. Mieszkańcy województwa podkarpackiego dostrzegają również poprawę jakości życia Polaków dzięki oddziaływaniu Funduszy Europejskich. Zmiany w swoim najbliższym otoczeniu dostrzega czterech na pięciu mieszkańców z tego regionu. Ci, którzy dostrzegają zmiany, najczęściej widzą je przez pryzmat inwestycji infrastrukturalnych – nowe drogi, autostrady, mosty oraz ścieżki rowerowe, inwestycje w infrastrukturze miejskiej oraz modernizację dróg. Mieszkańcy województwa mają poczucie, że sami również korzystają z Funduszy Europejskich lub ze zmian, jakie dzięki nim zachodzą.

Połowa mieszkańców podkarpackiego jest zdania, że każdy uprawniony ma takie same szanse na uzyskanie dofinansowania w ramach FE. Przeciwnego zdania jest 13% osób. Ci ostatni najczęściej wskazują wśród uprzywilejowanych podczas ubiegania się o dotacje z FE: władze samorządowe, firmy i przedsiębiorstwa oraz rolników.

Częsty lub bardzo częsty kontakt z informacjami o Funduszach Europejskich dotyczy co piątego mieszkańca województwa podkarpackiego. 57% osób wskazuje na kontakt raczej lub bardzo rzadki. Ci, którzy często mają kontakt z informacjami o FE dobrze oceniają ich zrozumiałość i wiarygodność. Trzech na czterech jest przekonanych, że informacje przekazywane są zrozumiałym językiem. Większość uważa także, że informacje te są raczej lub zdecydowanie.

Najpopularniejsze źródło informacji o Funduszach Europejskich nadal stanowi telewizja, a w następnej kolejności Internet. Połowa mieszkańców nie zamierza szukać informacji o Funduszach Europejskich, a co trzeci mieszkaniec podkarpackiego nie czuje potrzeby poszukiwania informacji w zakresie pozyskiwania dotacji z FE. Przy ewentualnym zainteresowaniu tą tematyką, najchętniej wybieranymi źródłami informacji byłyby: internet oraz urząd miasta/gminy. Ogólna niechęć do poszukiwania informacji determinowana jest przede wszystkim brakiem zainteresowania tematyką Funduszy Unijnych.

Mniej niż jedna trzecia mieszkańców województwa podkarpackiego czyta dzienniki przynajmniej raz w tygodniu, a tylko 7% sięga po nie codziennie lub prawie codziennie. Co drugi mieszkaniec regionu w ogóle nie czyta dzienników. Poziom czytelnictwa prasy codziennej nie zmienił na przestrzeni ostatnich dwóch lat się. Najczęściej czytany tytułem jest *Fakt* oraz *Gazeta Wyborcza*. 29% sięga również po lokalną *Gazetę Codzienną Nowiny*. Niski poziom czytelnictwa dotyczy również gazet regionalnych oraz lokalnych - w ogóle nie czyta ich odpowiednio 54% oraz 48% osób, a odsetek regularnych czytelników gazet regionalnych (czyta co najmniej raz w tygodniu) spadł o 11 pp.

porównując do 2014 r. Mieszkańcy województwa, istotnie częściej niż ogół Polaków, preferują czytanie prasy codziennej w wersji papierowej. Jeszcze rzadziej niż po prasę codzienną, mieszkańcy sięgają na Podkarpaciu po tygodniki/miesięczniki. Jedynie 28% osób czyta je przynajmniej raz w miesiącu (spadek o 13 pp. porównując do 2014 r.), a 10% raz w tygodniu. Nielicznie wskazania wyrażnie częściej dotyczą prasy tzw. kobiecej i rozrywkowej.

Ponad 80% mieszkańców podkarpackiego słucha radia przynajmniej raz w tygodniu (81% spadek o 8 pp. w stosunku do 2014 r.), a trzech na czterech słucha regularnie codziennie lub prawie codziennie. Najczęściej słuchane stacje radiowe to: *RMF FM*, *Radio Zet* oraz *Polskie Radio Rzeszów*.

Odsetek mieszkańców regularnie (codziennie lub prawie codziennie) oglądających telewizję jest znacząco wyższy niż w przypadku ogółu Polaków. Wszystkie cztery topowe kanały telewizyjne ogląda się tu równie często: *TVP1*, *TVP2*, *TVN*, *Polsat*. Z kolei z Internetu przynajmniej raz w tygodniu korzysta 64% (to wyrażnie więcej niż w 2014 r. +15 pp.), a codziennie 51% mieszkańców. Najczęściej odwiedzane strony internetowe to: *google.com*, *facebook.com* oraz *onet.pl*. Konto na portalu społecznościowym posiada 36% mieszkańców województwa podkarpackiego. Trzech na czterech użytkowników korzysta z serwisów codziennie lub prawie codziennie. Niemal wszyscy korzystający z portali społecznościowych mają swoje konto na Facebooku.

Badanie stron internetowych instytucji tworzących system wdrażania Funduszy Europejskich w Polsce na lata 2014-2020.

W okresie sierpień-grudzień 2016 r. zostało zrealizowane badanie stron internetowych instytucji tworzących system wdrażania Funduszy Europejskich w Polsce, które miało dwa cele:

- Ocenę stopnia wypełniania zapisów *Wytycznych w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020* dotyczących stron internetowych na temat KPO i RPO
- Ocenę użyteczności (web usability) stron internetowych, a w szczególności intuicyjności, przejrzystości, dostępności, w tym dla osób z niepełnosprawnościami, i łatwości dotarcia do informacji.

Dla strony internetowej RPO WP opracowano kartę oceny, zawierającą kryteria wynikające z zapisów *Wytycznych* oraz kryteria oceny użyteczności. W wyniku przeprowadzonego badania sformułowano rekomendacje, służące zapewnieniu zgodności audytowanej strony z *Wytycznymi* oraz podniesieniu ich użyteczności.

Wyniki przeprowadzonego badania plasują się następująco:

- z Karty Oceny Strony Internetowej dla IZ na zgodność z *Wytycznymi* uzyskano 40,5 pkt. (wynik procentowy: 96,43%)
- Z Karty Oceny Użyteczności Strony Internetowej uzyskano 33 pkt. (wynik procentowy: 86,84%)
- Z Karty Oceny Strony Internetowej dla IP na zgodność z *Wytycznymi* (Karta Oceny strony internetowej Jednostki Zintegrowanych Inwestycji na zgodność z *Wytycznymi*) uzyskano 3,5 pkt. (wynik procentowy: 87,5%)
- Z Karty Oceny Strony Internetowej dla IOK na zgodność z *Wytycznymi* (Karta oceny strony internetowej Instytucji Pośredniczącej na zgodność z *Wytycznymi*) uzyskano 27 pkt. (procentowy wynik: 59%).

IZ RPO WP nie zlecała przeprowadzenia żadnych badań związanych z efektami działań informacyjno-promocyjno-szkoleniowych w województwie podkarpackim.

3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2018

Działania bezkosztowe/niskobudżetowe:

1. Stała, intensywna, współpraca z mediami oparta na aktywnym udostępnianiu interesujących dla mediów treści (np. przejrzyste i atrakcyjne notatki prasowe nt. działań i konkursów).
2. Krótkie, merytoryczne konferencje prasowe na bieżące istotne tematy (np. spotkania z dziennikarzami na temat nadchodzących i trwających naborów wraz z sesją pytań i odpowiedzi).
3. Wsparcie konsultantów PIFE w pozyskiwaniu informacji o bieżących lub planowanych naborach, przekazywanie informacji o naborach, zmianach w naborach, organizowanie spotkań z konsultantami na temat zasad danego naboru itp.
4. Współpraca z siecią PIFE i realizacja wspólnych przedsięwzięć informacyjno-edukacyjnych np. uczestnictwo PIFE w wydarzeniach organizowanych przez IZ RPO, wystąpienia przedstawicieli RPO na szkoleniach i spotkaniach dla beneficjentów lub potencjalnych beneficjentów.
5. Tworzenie treści na stronach IZ RPO zgodnie z zasadami SEO (m.in. prosty język, zastosowanie słów kluczowych, content marketing, właściwy kod strony).
6. Prezentowanie na stronach internetowych podstawowych informacji dotyczących stopnia realizacji Programu (w tym liczba złożonych wniosków, liczba podpisanych umów, stopień kontraktacji, wykorzystanie alokacji).
7. Wykorzystywanie mediów społecznościowych do efektywnego dotarcia do wyselekcjonowanych grup docelowych oraz dostarczanie contentu na profil Fundusze Europejskie na FB oraz kanał Fundusze Europejskie na YT.
8. Newslettery z treściami przydatnymi beneficjentom i potencjalnym beneficjentom.
9. Korzystanie z Bazy Wiedzy o Funduszach Europejskich.
10. Uczestnictwo w targach branżowych (w przypadku, gdy odwiedzającymi targi są faktycznie grupy potencjalnych beneficjentów lub beneficjentów).
11. Uczestnictwo w charakterze panelistów i ekspertów w seminariach, konferencjach, warsztatach oraz audycjach telewizyjnych i radiowych tematycznie powiązanych z obszarem wsparcia RPO.
12. Zaangażowanie beneficjentów w działania promujące efekty polityki spójności.
13. W miarę możliwości współpraca z liderami opinii: ekspertami, liderami forów społecznych i gospodarczych, osobami popularnymi często prezentującymi swoje poglądy.
14. Współpraca z IK UP przy przygotowywaniu i promowaniu informacji dotyczących naborów do konkursów oraz projektów dla ludzi młodych.
15. Współpraca z instytucjami i podmiotami, dzięki którym można dotrzeć do danych grup docelowych oraz korzystanie z ich kanałów dotarcia do określonych grup, tj. z JST, urzędami skarbowymi, urzędami wojewódzkimi, uczelniami, domami kultury, NGO itp. (np. indoor kierowany do przedsiębiorców w miejscach, gdzie jest wysoki zasięg, niska konkurencja).
16. Współpraca z liderami zmian – beneficjentami i korzystanie z ich potencjałów promocyjnych oraz wspieranie beneficjentów w prowadzeniu przez nich działań promujących projekty.

Działania edukacyjne:

1. Działania edukacyjne skierowane do potencjalnych beneficjentów w powiązaniu z konkretnymi naborami wniosków (spotkania informacyjne, szkolenia, seminaria, kursy itp).
2. Działania edukacyjne skierowane do beneficjentów w zakresie właściwej realizacji projektów (szkolenia, seminaria, kursy, spotkania informacyjne itp).

3. Działania edukacyjne skierowane do opinii publicznej, prezentujące wpływ FE na zmiany w skali regionu oraz zmiany lokalne i zmiany w życiu osobistym mieszkańców województw – jako działania zwiększające widoczność efektów polityki spójności w najbliższym otoczeniu.

Działania w mediach

1. Promowanie treści o naborach w mediach (radio, prasa, internet, tv), np.: ogłoszenia, audycje sponsorowane w radio lub TV, ogłoszenia i artykuły sponsorowane w prasie i internecie, reklama w internecie.
2. Organizacja w regionie Dni Otwartych Funduszy Europejskich, zgodnie ze wspólnie wypracowanymi z IK UP założeniami, w tym zapewnienie promocji oraz wsparcia dla beneficjentów biorących udział w akcji.

Działania ewaluacyjne

1. W 2018 r. na potrzeby przygotowania sprawozdania rocznego, składanego przez IZ w 2019 r., zostanie zrealizowana analiza dotycząca oceny działań komunikacyjnych wśród grup docelowych swoich programów (art. 56 ust. 3 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013).

4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2018

1. Z uwagi na to, że w 2018 r. mechanizm komunikacji, wynikający z aktualnego wdrażania RPO WP 2014-2020 będzie na etapie „realizuj/korzystaj”, działania informacyjno-promocyjne podejmowane przez IZ RPO będą służyć realizacji konkretnych celów związanych z naborami wniosków, tj.
 - jak najlepszej jakości składanych wniosków, co w konsekwencji przekładać się będzie na wysoki procent wniosków zatwierdzonych do dofinansowania, których efektem będzie podpisana umowa o dofinansowanie,
 - jak najwyższy poziom wykorzystania dostępnej na dany rok alokacji działania,
 - podniesienia poziomu świadomości społeczeństwa na temat: różnorodności obszarów wspieranych z FE, widoczności efektów wdrażania FE w najbliższym otoczeniu oraz wpływu FE na rozwój województwa.
2. Działania podejmowane w 2018 r. przez IZ RPO będą skierowane do konkretnych, zdefiniowanych grup docelowych:
 - potencjalnych beneficjentów, dla których konkursy będą ogłaszane w 2018 r.,
 - beneficjentów już realizujących projekty,a także w razie potrzeby:
 - potencjalnych uczestników projektów,
 - podmiotów wdrażających instrumenty finansowe,
 - potencjalnych ostatecznych odbiorców wsparcia z instrumentów finansowych.Powyższe grupy są grupami priorytetowymi komunikacji w 2018 r.
Dodatkową grupą docelową komunikacji jest opinia publiczna (mieszkańcy województwa). Komunikacja do tej grupy będzie prowadzona przede wszystkim w ramach akcji promocyjnej Dni Otwarte Funduszy Europejskich.
3. Działania dla potencjalnych beneficjentów koncentrują się na zadaniach informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych związanych z prowadzonymi naborami wniosków o dofinansowanie w ramach RPO. Intensyfikacja promocji powinna dotyczyć zwłaszcza tych naborów, które cieszą się (lub istnieje ryzyko, że cieszyć się będą) mniejszą popularnością, lub tych, w których dotychczas składane wnioski były słabej jakości (lub istnieje ryzyko, że będą słabej jakości).

4. Działania dla beneficjentów koncentrują się na wspieraniu ich w realizacji projektów. IZ RPO informuje i edukuje beneficjentów o zasadach właściwej i skutecznej realizacji projektów w ramach RPO.
5. Działania dla potencjalnych uczestników projektów koncentrują się na informowaniu o możliwościach, jakie dla nich istnieją w ramach realizowanych projektów. IZ RPO informuje o wsparciu i /lub bezpłatnych usługach świadczonych przez beneficjentów RPO.
6. Działania dla opinii publicznej/odbiorców rezultatów koncentrują się na zwiększaniu widoczności efektów polityki spójności. W celu realizacji tego działania IZ RPO prezentują przykłady projektów zrealizowanych bądź realizowanych oraz ich efekty. Prezentowanie projektów powinno spełniać następujące warunki:
 - projekty powinny spełniać kryteria europejskiej wartości dodanej (EAV),
 - działania powinny pokazywać wpływ FE na rozwój województwa,
 - działania powinny pokazywać wpływ FE na osobiste życie mieszkańców województw,
 - działania powinny pokazywać obszary/projekty wspierane z FE w najbliższym otoczeniu wśród mieszkańców województwa.

W przypadku posługiwania się w komunikacji przykładami zrealizowanych lub realizowanych projektów, IZ RPO w pierwszej kolejności posługują się projektami z perspektywy 2014-2020. W przypadku braku projektów z okresu 2014-2020, w dalszej kolejności można posługiwać się przykładami z poprzedniego okresu programowania.

Szczególna uwaga będzie zwracana na to, aby prezentowane projekty miały charakter innowacyjny.

7. W przypadku wdrażania instrumentów finansowych, IZ RPO zadba, aby informacja o tej formie wsparcia finansowego była równie dostępna, jak w przypadku wsparcia finansowego w formie dotacyjnej.
8. IZ RPO aktywnie włącza się w horyzontalne działania i akcje koordynowane przez MR, w tym m.in. w organizację w regionie akcji Dni Otwarte Funduszy Europejskich, we wspólną aktywizującą promocję konkursów RPO, w działania aktywizujące uczestników projektów, w działania promujące efekty polityki spójności, współpracując z MR w obszarze mediów o szerokim zasięgu, etc.
9. IZ RPO promuje efekty polityki spójności poprzez organizację m.in. debat regionalnych nt. polityki spójności oraz udział w kampanii koordynowanej przez IK UP promującej efekty polityki spójności.
10. IZ RPO WP zadba o prosty i zrozumiały język przekazu (komunikatów i dokumentów), zgodnie z zasadami opisanymi w poradniku „Prosto o konkursach FE”. Komunikaty będą dostosowane do określonych grup odbiorców.
11. Wszystkie działania będą służyć informowaniu o Funduszach Europejskich oraz o planowanych naborach, nie będą mieć charakteru autopromocji osób czy instytucji. IZ RPO WP zapewnia neutralność prowadzonych działań komunikacyjnych oraz dba o prawidłowe wydatkowanie środków finansowych w tym zakresie.
12. Wszelkie działania komunikacyjne będą dostosowane w czasie do harmonogramu naboru wniosków i prowadzone będą z odpowiednim wyprzedzeniem tak, aby zainteresowani potencjalni beneficjenci mieli możliwość właściwego przygotowania się do złożenia dobrej jakości wniosku.
13. We wszystkich materiałach i działaniach stosowane będą zasady dostępności dla osób z niepełnosprawnościami.

Tabela 1 Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach RPO w roku 2018

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
1. Koordynacja, w tym badania i ewaluacja, wymiana doświadczeń							
1.1	Koordynacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu IZ RPO WP	Działanie obejmuje koordynację działań z zakresu informacji i promocji RPO WP (w tym współpraca i nadzór nad IP oraz współpraca z PIFE) oraz powołanie i pracę grupy roboczej ds. działań informacyjnych i promocyjnych RPO WP.	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
1.2	Udział w grupach	Działanie wspierające realizację strategii	IZ RPO WP	Działanie polega na uczestnictwie w spotkaniach Grupy Sterującej ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich (MR) z jednostkami zaangażowanymi we wdrażanie środków unijnych w Polsce w celu wypracowania wspólnej polityki informacyjno-promocyjnej. Działanie polega również na spotkaniach grupy roboczej IZ – IP ds. informacji i promocji w celu ustalania wspólnych zadań w zakresie informacji, promocji oraz edukacji.	IK UPI/IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
1.3	Współpraca międzynarodowa	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu IZ RPO WP	Działanie obejmuje udział pracowników systemu wdrażania RPO WP zarówno w spotkaniach o charakterze edukacyjnym, jak i informacyjno-promocyjnym, np. open days. Zakładana realizacja zadania obejmuje wyjazdy i delegacje.	IZ RPO WP	Cały rok	10 000 zł
1.4	Newsletter	1,2	Potencjalni beneficjenci i beneficjenci	Działanie obejmuje wysyłanie informacji dotyczących RPO WP oraz specjalnych komunikatów dotyczących organizowanych spotkań/szkoleń oraz zmian dokumentów programowych.	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2. Działania informacyjne							
2.1	System informacji - sieć PIFE	Sieć PIFE w województwie podkarpackim prowadzona jest w ramach umowy o numerze DIP/BDG-II/POPT/53/14 z dnia 11.04.2014 r. zawartej między MR a Województwem Podkarpackim w ramach projektu pn. „System Informacji o Funduszach Europejskich”. W województwie funkcjonuje główny punkt w Rzeszowie i 5 punktów lokalnych w następujących miejscowościach: Mielec, Krosno, Przemyśl, Tarnobrzeg, Sanok. Szczegółowe plany realizacji tego działania na dany rok są przedstawione we Wniosku o przyznanie dotacji celowej na 2017 r. Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z MR. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy.					
2.2	Punkty kontaktowe	1,2	Potencjalni beneficjenci i	Działalność punktów kontaktowych udzielających szczegółowych informacji dot. RPO WP. Punkty kontaktowe powstały przy Departamencie Wspierania Przedsiębiorczości (IZ RPO WP) oraz przy Wojewódzkim Urzędzie Pracy (IP).	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			beneficjenci	Działalność punktów kontaktowych jest bezkosztowa.			
2.3	Portale i serwisy internetowe	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Prowadzenie portalu www.rpo.podkarpackie.pl, w tym: - zarządzanie serwisem internetowym oraz odpowiednimi podstronami serwisu, w tym aktualizacją treści, - koordynacja, standaryzacja i nadzór pracy redaktorów portalu i odpowiednich podstron serwisu, - ewentualna modernizacja portalu internetowego pod kątem dostosowania go do potrzeb użytkowników oraz rekomendacji wynikających z badań użyteczności, - umieszczanie przykładów projektów zrealizowanych z RPO WP 2014-2020 w języku polskim oraz angielskim IP ROF nadzoruje swoją stronę internetową www.rof.org.pl, na której zamieszczane są informacje dotyczące bieżącej działalności Stowarzyszenia Rzeszowskiego Obszaru Funkcjonalnego. IP ROF prowadzi własny Funpage w ramach portalu społecznościowego.	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.4	Baza Wiedzy	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu IZ RPO WP	Administracja zespołami programu w Bazie Wiedzy o Funduszach Europejskich	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.5	Mapa Dotacji	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu IZ RPO WP	Uzupełnianie informacji o projektach w Mapie Dotacji UE. IZ uprosi/uzupełni 3 opisy projektów na Mapie Dotacji UE miesięcznie	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.6	Wyszukiwarka Dotacji	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu IZ RPO WP	Uzupełnianie informacji o naborach na portalu Funduszy Europejskich i w Wyszukiwarce Dotacji.	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.7	Współpraca z partnerami	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Współpraca z partnerami, zgodnie z zapisami <i>Strategii komunikacji</i>, (w miarę możliwości) opierała się będzie na wspieraniu organizacji wydażeń informacyjno-edukacyjnych nt. RPO WP 2014-2020 i skierowana będzie do partnerów społecznych i gospodarczych, jednostek samorządu terytorialnego, nadawców radiowych i telewizyjnych oraz wydawców prasy. W ramach współpracy realizowane będą przedsięwzięcia informacyjno-promocyjne z jednostkami samorządu terytorialnego, jednostkami naukowymi, przedstawicielami mediów których tematyka i zakres powiązane są z kwestiami Funduszy Europejskich. Wydarzenia te będą miały charakter spotkań, akcji edukacyjnych oraz eventów promocyjnych realizowanych podczas organizowanych przez partnerów własnych wydarzeń.	IZ RPO WP	Cały rok	200 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				Na chwilę obecną nie jest znany szczegółowo charakter współpracy z partnerami, zostanie on doprecyzowany na początku 2018 r. Na dzień dzisiejszy planowane jest wydarzenie pn. „Wystartuj z nami – czas na Fundusze Europejskie” realizowane wspólnie z przedsiębiorcami, beneficjentami realizującymi projekty z obszaru EFS, głównie na celu przekazanie ludziom powiatowymi urzędami pracy z regionu, mające na celu przekazanie ludziom młodym, przedsiębiorcom informacji o możliwościach realizacji/uczestnictwa w projektach współfinansowanych z RPO WP oraz zachęcające do składania wniosków w ogłaszanych naborach.			
3. Działania edukacyjne							
3.1	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów	1	Potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje organizację szkoleń dla potencjalnych beneficjentów. Wszystkie szkolenia dla potencjalnych beneficjentów realizowane będą zgodnie z zapotrzebowaniem departamentów IZ RPO WP oraz IP i związane są z ogłaszaniem naborami wniosków. Realizacja zadania obejmuje wynajęcie eksperta, przygotowanie materiałów informacyjnych związanych z danym szkoleniem, wynajęcie sali, drobny catering oraz transmisja on-line szkolenia. Szkolenia te będą miały na celu przekazanie uczestnikom wyspecjalizowanej wiedzy. Poruszane będą zagadnienia m.in. z zakresu pomocy publicznej, opracowania studium wykonalności, oceny oddziaływania na środowisko, prawa zamówień publicznych, prawa budowlanego. Planowany jest udział 1000 potencjalnych beneficjentów w organizowanych szkoleniach. Wszystkie organizowane szkolenia zlecane są firmom zewnętrznym, na budżet szkoleń składają się m.in. wynajęcie eksperta, przygotowanie materiałów informacyjnych związanych z danym szkoleniem, wynajęcie sali, drobny catering oraz transmisja on-line szkolenia.. IP WUP organizuje spotkania informacyjno-promocyjne dla potencjalnych beneficjentów związane z ogłoszonymi naborami.	IZ RPO WP	Cały rok	300 000 zł
3.2	Szkolenia dla beneficjentów	1,2	Beneficjenci	Działanie obejmuje organizację szkoleń dla beneficjentów. Na chwilę obecną nie jest znana tematyka szkoleń, wszystkie szkolenia dla beneficjentów realizowane będą zgodnie z zapotrzebowaniem departamentów IZ RPO WP oraz IP i związane będą z realizowanymi przez beneficjentów projektami. Organizowane szkolenia związane będą w głównej mierze z identyfikowanym potrzebom beneficjentów na poziomie wdrażania projektów. Będą to szkolenia wspierające beneficjentów w prawidłowej realizacji projektów (np. rozliczanie	IZ RPO WP	Cały rok	100 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				projektów, pomoc publiczna, prawo zamówień publicznych). Planowany jest udział 500 beneficjentów w organizowanych szkoleniach. Wszystkie organizowane szkolenia zlecane są firmom zewnętrznym, na budżet szkoleń składają się m.in. wynajęcie eksperta, przygotowanie materiałów informacyjnych związanych z danym szkoleniem, wynajęcie sali, drobny catering oraz transmisja on-line szkolenia.			
4. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w internecie							
4.1	Pakiet działań promotorowych	1	Potencjalni beneficjenci	Dla każdego naboru/ przygotowane zostaną następujące działania: ➤ publikacja ogłoszenia o konkursie na PFE (w tym w wyszukiwarce dotacji), ➤ publikacja ogłoszenia o konkursie na stronie internetowej IOK/IŻ, ➤ wysłanie informacji o konkursie do PIFE, ➤ wysłanie newslettera z informacją o konkursie lub jeśli instytucja nie dysponuje tym narzędziem, wysłanie informacji o konkursie emailem, ➤ wysłanie notatki prasowej na temat ogłaszanego konkursu. Nabory/konkursy na trudniejsze/ mało popularne działania objęte zostaną rozszerzonym pakietem działań promocyjnych, na który składać się będzie dodatkowo z: ➤ organizacji spotkania/szkolenia informacyjnego, ➤ organizacji szkolenia z właściwego przygotowania wniosków, ➤ emisja spotów radiowych w stacjach o zasięgu lokalnym i regionalnym, ➤ publikacja informacji o konkursie w mediach społecznościowych.	IZ RPO WP	-	-
4.2	Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu	1,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), potencjalni beneficjenci	Kampania o szerokim zasięgu dotycząca ogłaszanych naborów. Szczegóły dot. kampanii znajdują się w tabeli 3.	IZ RPO WP	Cały rok (termin realizacji kampanii dostosowany będzie do naborów ogłaszanych przez IZ RPO WP).	400 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
4.3	Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☐ nie ☒ Działanie obejmuje współpracę IZ RPO WP z nadawcami telewizyjnymi przy produkcji i emisji jednorazowych lub cyklicznych programów telewizyjnych o charakterze promocyjnym i informacyjnym w różnorodnych formach, takich jak np. reportaże, debaty, felietony, programy edukacyjne, audycje, spoty. Działanie to obejmuje zarówno produkcję, jak i emisję materiałów. Na tym etapie trudno o wskazanie zarówno konkretnych mediów, jak również tematyki audycji, które uzależnione będą od terminów ogłaszanych naborów wniosków. Będą to informacje o nowych możliwościach finansowania projektów (również przez przyzmat inwestycji już zrealizowanych w ramach FE) - będą Promowane projekty EVA, projekty innowacyjne – współfinansowane ze środków w ramach perspektywy 2014-2020. Działania te, mimo, iż mają odrębny budżet, będą spójne z kampanią o szerokim zasięgu.	IZ RPO WP	Cały rok (poza okresem realizacji kampanii)	100 000 zł
4.4	Radio (audycje sponsorowane, reklamy)	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☐ nie ☒ Działanie obejmuje współpracę IZ RPO WP z nadawcami radiowymi przy produkcji i emisji jednorazowych lub cyklicznych programów radiowych o charakterze promocyjnym i informacyjnym w różnorodnych formach, takich jak np. reportaże, debaty, felietony, programy edukacyjne, audycje, spoty. Działanie to obejmuje zarówno produkcję, jak i emisję materiałów. Na tym etapie trudno o wskazanie zarówno konkretnych mediów, jak również tematyki audycji, które uzależnione będą od terminów ogłaszanych naborów wniosków. Będą to informacje o nowych możliwościach finansowania projektów (również przez przyzmat inwestycji już zrealizowanych w ramach FE). Działania te, mimo, iż mają odrębny budżet, będą spójne z kampanią o szerokim zasięgu.	IZ RPO WP	Cały rok (poza okresem realizacji kampanii)	60 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
4.5	Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)			Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☐ nie ☒			
		1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje współpracę IZ RPO WP w zakresie przygotowania i publikacji materiałów prasowych o charakterze informacyjnym, promocyjnym lub poradnikowym w prasie o charakterze lokalnym i regionalnym obejmujące swoim zasięgiem całe województwo podkarpackie. Zamieszczane będą informacje o nowych możliwościach finansowania projektów (również przez przyzmat inwestycji już zrealizowanych w ramach FE) - będą Promowane projekty EVA, projekty innowacyjne – współfinansowane ze środków w ramach perspektywy 2014-2020., ogłoszenia o naborach, informacje związane z organizowanymi spotkaniami. Działania te, mimo, iż mają odrębny budżet, będą spójne z kampanią o szerokim zasięgu. IP WUP umieszcza ogłoszenia prasowe związane z naborami wniosków.	IZ RPO WP	Cały rok (poza okresem realizacji kampanii)	100 000 zł
4.6	Internet (portale, media społecznościowe, publikacje w Internecie)			Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☐ nie ☒			

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
		1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	W Internecie prowadzone będą m.in. następujące działania: informowanie o możliwościach, jakie potencjalnym beneficjentom dają Fundusze Europejskie w latach 2014-2020, informowanie o efektach, tj. pokazywanie korzyści poprzez przyzmat projektów, które uzyskały dofinansowanie ze środków Unii Europejskiej, w tym przygotowanie odpowiednich materiałów i zakup mediów. Działania prowadzone będą na portalach internetowych obejmujących swoim zasięgiem całe województwo podkarpackie. W mediach społecznościowych, tj. Facebook: RPO WP 2014 – 2020 www.facebook.com/rpowp2020, Twitter: RPO WP https://twitter.com/RPO_WP, Google+: RPO WP 2014 – 2020 https://plus.google.com/11493429428731434.../posts/HW511L18SUF prowadzone będą działania związane z organizowanymi szkoleniami i spotkaniami, informowaniem potencjalnych beneficjentów i beneficjentów o możliwościach wsparcia, promocją projektów współfinansowanych ze środków unijnych, w tym obejmujące m.in. przygotowanie i publikowanie postów graficznych, grafik do postów. Fanpage dedykowany jest osobom zainteresowanym zdobywaniem wiedzy, także z zakresu funduszy unijnych, możliwościami oferowanymi w ich ramach. Planowane jest także wykorzystanie fanpage'a do innych działań informacyjno-promocyjnych w ramach RPO WP.	IZ RPO WP	Cały rok (poza okresem realizacji kampanii)	120 000 zł
5. Imprezy otwarte i inne							
5.1	Eventy, pikniki, festyny	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna)	Działanie obejmuje promocję RPO WP oraz Funduszy Europejskich poprzez organizację cyklicznej już imprezy plenerowej na terenie województwa – Podkarpackie Pokazy Lotnicze. Podczas organizacji tego typu wydarzeń mieszkańcy województwa otrzymują kompleksową informację na temat wybranych projektów i beneficjentów realizujących projekty. Podczas organizowanego eventu do współpracy angażowani są beneficjenci, którzy już realizowali lub realizują projekty z Funduszy Europejskich. Prezentacja dobrych praktyk ukazanych przez beneficjentów ma na celu inspirowanie, edukowanie mieszkańców Podkarpacia oraz potencjalnych beneficjentów. Wydarzenie poprzez pokazanie efektów projektów unijnych, zachęca do sięgania po fundusze w nowej perspektywie, a także tworzy swoistą platformę wymiany doświadczeń pomiędzy beneficjentami a osobami zainteresowanymi sięganiem po dotacje unijne. Uzyskana w ten sposób wiedza praktyczna okazuje się bardzo cenną dla potencjalnych beneficjentów. Podczas eventu organizowane jest tzw. Miasteczko Funduszy Europejskich, w ramach którego beneficjenci, sieć PIFE, IP WUP, IP ROF, partnerzy społeczni	IZ RPO WP	II półrocze	500 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				udzielają informacji nt. zrealizowanych projektów, możliwości aplikowania o fundusze w nowej perspektywie w ramach programów krajowych, promują swoje projekty i zachęcają do korzystania ze środków unijnych. Na osobnych stanowiskach rozmieszczonych w obrębie Miasteczka Funduszy Europejskich udzielane są konsultacje wszystkim zainteresowanym uzyskaniem wsparcia unijnego z RPO WP, jak również innych programów krajowych, dostępnych dla beneficjentów, zarówno osób indywidualnych, jak i przedstawicieli MŚP. Ponadto organizowane są również działania edukacyjne dla uczestników wydarzeń związane z Funduszami Europejskimi. Dodatkowym atutem organizowanej imprezy jest możliwość uzyskania rzetelnych informacji i skonfrontowania swoich pomysłów ze specjalistami ds. funduszy Europejskich, którzy są dostępni przez cały czas trwania imprezy oraz udzielają konsultacji wszystkim chętnym. Jest to doskonała możliwość wyjścia naprzeciw oczekiwaniom informacyjnym mieszkańców oraz promocji i kreowania pozytywnego wizerunku punktów informacyjnych jako miejsc otwartych, gdzie zawsze można otrzymać rzetelną, profesjonalną i jednocześnie przystępną informację. Impreza Podkarpackie Pokazy Lotnicze zostanie zorganizowana w II połowie 2018 r. Celem imprezy jest promocja RPO WP 2014-2020 oraz Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim. W szczególności promowane będą inteligentne specjalizacje, w tym głównie lotnictwo i kosmonautyka. Podkarpackie Pokazy Lotnicze są cykliczną imprezą promującą lotnictwo. Ten wybór jest nieprzypadkowy. Lotnictwo i kosmonautyka to jedna z tzw. inteligentnych specjalizacji regionu. W kolejnych latach takie pokazy planowane są m.in. w miastach które również mają tradycje lotnicze. Podkarpackie to obszar lotniczy. Ma to odzwierciedlenie w Regionalnej Strategii Innowacji, gdzie wskazywano tzw. inteligentne specjalizacje regionu. To czołowe sektory regionalnej gospodarki, które mają największy potencjał rozwoju i najszybciej mogą wygenerować nowe miejsca pracy. W Regionalnej Strategii Rozwoju woj. podkarpackiego jako wiodące zostały zapisane lotnictwo i kosmonautyka – przedsiębiorcy z tej branży mają więc największe szanse na dostęp do środków unijnych. Samorząd liczy na rozwój „potencjału produkcyjnego, wdrożenie najnowocześniejszych technologii, budowę nowych centrów badań-rozwojowych i biur konstrukcyjnych. Szczegółowy scenariusz wydarzenia zostanie opracowany w I kwartale 2018 r.			
5.2	Dni Otwarte Funduszy Europejskich	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna)	Organizacja w regionie akcji promocyjnej Dni Otwarte Funduszy Europejskich oraz zapewnienie atrakcji, w ramach cyklicznej akcji informacyjno-promocyjnej. W działania związane z organizacją DOFE włączani będą beneficjenci Funduszy Europejskich. Założona kwota jest kwotą orientacyjną a szczegółowe działania (w tym szczegółowy scenariusz) będą opracowywane na początku 2018 roku. IZ RPO WP będzie odpowiedzialna za organizację DOFE w województwie (w tym w	IZ RPO WP	Maj	250 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				siedzibach beneficjentów), zapewnienie dodatkowych atrakcji towarzyszących oraz za regionalną promocję DOFE. IP ROF oraz IP WUP współpracują z IK UP przy organizacji Dni Otwartych Funduszy Europejskich.			
5.3	Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy, konferencja RPO WP, itp.	1,2,3,4	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów, liderzy zmian, media	Działanie obejmuje organizację konferencji prasowych, spotkań roboczych, spotkań o charakterze informacyjno-promocyjnym. Na tym etapie trudno o wskazanie tematyki spotkań dla przedstawicieli mediów – prawdopodobnie, w zależności od terminów ogłaszanych naborów wniosków, będą to informacje dla potencjalnych beneficjentów o możliwościach realizacji projektów, jak również informacja o nowych możliwościach finansowania projektów dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów (również przez pryzmat inwestycji już zrealizowanych w ramach FE). Ilość i terminy wydarzeń będą uzależnione od ilości ogłaszanych naborów wniosków.	IZ RPO WP	Cały rok	80 000 zł
5.4	Spotkania informacyjno-promocyjne	1,2,3,4	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów, liderzy zmian, media	Udział i organizacja spotkań informacyjno-promocyjnych dotyczących RPO WP (w tym we współpracy z partnerami społeczno-gospodarczymi, jednostkami samorządu terytorialnego, publicznymi i prywatnymi nadawców radiowych i telewizyjnych oraz wydawców prasy).	IZ RPO WP	Cały rok	60 000 zł
5.5	Wyjazdy studyjne	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), media	Działanie obejmuje organizację min. dwóch wyjazdów studyjnych dla przedstawicieli mediów promujących projekty zrealizowane z Funduszy Europejskich na terenie województwa podkarpackiego. W wyjazdy studyjne zaangażowani będą beneficjenci Funduszy Europejskich oraz partnerzy społeczni. Planowany jest jeden wyjazd jednodniowy oraz jeden wyjazd dwudniowy. Efektem organizowanych wyjazdów studyjnych dla przedstawicieli mediów są felietony telewizyjne, felietony radiowe, artykuły prasowe oraz artykuły na portalach internetowych związane z promocją projektów realizowanych z Funduszy Europejskich ze środków z perspektywy finansowej 2014-2020.	IZ RPO WP	Cały rok	50 000 zł
6. Konkursy							
6.1	Konkursy promocyjne	Nie dotyczy	Nie dotyczy	Nie dotyczy	-	-	-

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych							
7.1	Publikacje (drukowane i elektroniczne)	1,2,3,4	Ogół społeczeństwa, beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje publikację, m.in. biuletynu informacyjnego, będącego kontynuacją publikacji wydawanej regularnie w latach 2010 - 2016 r. Biuletyn „Zobacz zmiany” jest rozsyłany do beneficjentów, potencjalnych beneficjentów oraz dystrybuowany podczas szkoleń, konferencji, eventów oraz w punktach PIFE. Ponadto, biuletyn wydawany będzie w wersji na urządzenia mobilne jako e-biuletyn. W ciągu roku planowane są 4 numery biuletynu (jeden raz na kwartał) w nakładzie 200 szt. jednego numeru. Dodatkowo wydrukowane zostaną ulotki, broszury oraz foldery informacyjne nt. Programu, które rozdysponowane zostaną poprzez Sieć PIFE, podczas szkoleń dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów oraz wydarzeń promocyjnych organizowanych przez IZ RPO WP.	IZ RPO WP	Cały rok	110 000 zł
7.2	Materiały promocyjne typu gadżety	4	Ogół społeczeństwa	Działanie polega na zakupie materiałów promujących RPO WP. Materiały przeznaczone będą dla beneficjentów i traktowane jako materiały informacyjne na organizowanych szkoleniach, konferencjach czy dystrybuowane np. w formie nagród konkursowych, w tym działań związanych z DOFE. Dystrybucja materiałów będzie następowała na bieżąco, w ciągu całego roku kalendarzowego, podczas konsultacji, spotkań, szkoleń, targów. Będą to w szczególności notesy, długopisy, nośniki USB, kubki, teczki, torby na materiały konferencyjne. IZ RPO WP zakupi również kalendarze na 2018 rok z wykorzystaniem zdjęć powstałych inwestycji/realizowanych projektów z RPO WP w regionie. Kładziony będzie nacisk na to, by kupowane materiały miały najwyższy walor użytkowy, promocyjny oraz by w największym stopniu realizowały cele informacyjne oraz by ich dystrybucja niosła za sobą przede wszystkim wartość komunikacyjną, nie upominkową.	IZ RPO WP	Cały rok	100 000 zł
7.3	Materiały brandingowe i wystawiennicze, np. rollupy, ścianki	Działanie wspierające realizację strategii	IZ RPO/ instytucje systemu	Na potrzeby wsparcia działań informacyjno-promocyjnych oraz edukacyjnych IZ RPO WP zakupi system wystawienniczy, w tym roll-upy, ścianki, stojaki na ulotki, windery, ramki lub stojaki służące ekspozycji plakatów, stoiska przenośne, itp.	IZ RPO WP	I półrocze	30 000 zł
7.4	Inne	Działanie wspierające realizację strategii	IZ RPO/ instytucje systemu	IZ RPO WP zleci wykonanie zdjęć dokumentujących powstałe inwestycje i realizowane projekty współfinansowane z RPO WP.	IZ RPO WP	Cały rok	20 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
		Działanie wspierające realizację strategii	Ogół społeczeństwa, beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Monitoring mediów, obejmujący wiadomości z prasy, telewizji, radia oraz źródeł internetowych na tematy związane z FE w regionie, w szczególności RPO WP.	IZ RPO WP	Cały rok	10 000 zł
W informacjach dotyczących przedsięwzięć o charakterze informacyjnym/edukacyjnym zostanie umieszczony komunikat o możliwościach zgłoszenia potrzeb potencjalnych i faktycznych beneficjentów, wynikających z ich niepełnosprawności. W zależności od zgłoszonych potrzeb będzie możliwość np. zapewnienia tłumacza języka migowego, czy pomocy przy poruszaniu się. W wymaganiach, jakie powinni spełniać wykonawcy zadań informacyjnych i edukacyjnych, zostaną określone ułatwienia dla osób niepełnosprawnych, np. podjazdy i windy w obiektach, w których realizowane będzie zadanie. Materiały informacyjno-promocyjne np. realizowane w ramach kampanii o szerokim zasięgu, w miarę możliwości i potrzeb IZ RPO WP będą np. zawierać wersje z tłumaczem języka migowego.							
ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU					2 600 000,00 zł		

5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji

Tabela 2. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji RPO WP w roku 2018

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta w roku 2015	Wartość osiągnięta na rok 2016	Wartość docelowa na rok 2017	Wartość docelowa na rok 2018	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2019	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2020	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2021	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2022	Wartość docelowa na rok 2023
Komunikacja Funduszy Europejskich aktywizuje mieszkańców województwa podkarpackiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach programu	Liczba odwiedzin portalu internetowego RPO WP	0	1 200 000	3 000 000	4 700 000	7 000 000					10 000 000
	Liczba działań informacyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania	0	1	2	3	4					6
	Znajomość w województwie podkarpackim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich	37%	-	24%	-	42%					46%
	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w województwie podkarpackim w ramach programu	0	2 018	5 045	8 495	9 495					5 000
	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego	0	23 856	51 279	Dane z MR	Dane z MR					135 000 ¹
Komunikacja Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim wspiera beneficjentów RPO WP w realizacji projektów.	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa podkarpackiego dot. realizacji projektów	0	68	116	Dane z MR	Dane z MR					936 ²
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w województwie podkarpackim	0	40	825	1 625	2 125					3 000

¹ Jest to wartość docelowa na 2020 rok.

² Jest to wartość docelowa na 2020 rok.

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta w roku 2015	Wartość osiągnięta na rok 2016	Wartość docelowa na rok 2017	Wartość docelowa na rok 2018	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2019	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2020	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2021	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2022	Wartość docelowa na rok 2023
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa podkarpackiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich	Liczba działań informacyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego	0	0	0	0	0					3
	Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w województwie podkarpackim	90%	-	94%	-	94%					93%
	Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczane są FE w województwie podkarpackim.	45%	-	26%	-	49%					51%
	Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa podkarpackiego	77%	-	81%	-	82%					82%
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim.	Odsetek mieszkańców dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa podkarpackiego	89%	-	89%	-	91%					94%
	Odsetek mieszkańców województwa podkarpackiego uważających, że osobiście korzystają oni z FE	63%	-	80%	-	80%					66%

6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

Tabela 3. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania	IZ RPO WP	
2. Nazwa działania	Kampania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 związana z ogłaszanymi naborami	
3. Główny komunikat	Głównym komunikatem będzie przede wszystkim informacja o naborach wniosków/ możliwościach skorzystania z dofinansowania z konkretnych form wsparcia z Funduszy Europejskich (RPO WP) w ramach nowych środków na lata 2014-2020. W drugiej fazie kampanii przekazywana będzie również informacja o trwających/zakończonych inwestycjach.	
4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte)	Cel kampanii: wzrost liczby osób poinformowanych o organizowanych naborach wniosków o dofinansowanie w ramach RPO WP 2014-2020, upowszechnienie wiedzy na temat korzyści płynących z wykorzystania FE, wypromowanie Funduszy Europejskich jako najważniejszego narzędzia, które ma wzmocnić i efektywnie wykorzystać gospodarczy i społeczny potencjał regionu dla rozwoju województwa. Najważniejszym efektem realizacji kampanii będzie większa ilość złożonych wniosków (w tym wniosków dobrej jakości) w organizowanych przez IZ RPO WP naborach.	
5. Opis działania		
a) Skrótowy opis działania	W kampanii nacisk położony zostanie na przekazanie grupie docelowej informacji dot. naborów wniosków o dofinansowanie w ramach RPO WP (w tym m.in.: konkursów, sposobach ubiegania się o aplikowanie po środki, zasadach realizacji projektów). Dodatkowym, uzupełniającym elementem kampanii będzie informacja o źródłach informacji o FE ze szczególnym uwzględnieniem strony internetowej RPO WP oraz Sieci PIFE funkcjonującej w regionie oraz informacja o trwających lub zakończonych inwestycjach współfinansowanych z Funduszy Europejskich.	
b) Grupa docelowa	Kampania adresowana będzie do potencjalnych beneficjentów Programu (poszczególne elementy również do ściśle określonych potencjalnych beneficjentów), a w drugiej fazie również do ogółu społeczeństwa. Grupa docelowa kampanii zostanie skonkretyzowana na etapie postępowania przetargowego ogłaszanego w 2018 r. i będzie zgodna z grupami potencjalnych beneficjentów do których skierowane będą ogłaszane nabory. Grupa docelowa kampanii o szerokim zasięgu będzie rozszerzona w momencie zaakceptowania harmonogramu naborów wniosków na 2018 r. i zostanie uszczegółowiona na etapie postępowania przetargowego.	
c) Zasięg terytorialny działania	województwo podkarpackie	
d) Narzędzia oraz szczegółowy budżet	Na chwilę obecną nie można jednoznacznie wskazać jakie narzędzia zostaną wykorzystane podczas realizacji kampanii informacyjno-promocyjnej. Cała koncepcja kampanii zostanie przedstawiona na etapie składania ofert przez potencjalnych wykonawców kampanii w ogłoszonym przez IZ RPO WP postępowaniu przetargowym. Działania w ramach kampanii realizowane są z reguły w prasie, radiu, telewizji, Internecie i mediach społecznościowych. Często też wykorzystywane są narzędzia outdoorowe.	
	BUDŻET ŁĄCZNIE	400 000 PLN
e) Termin realizacji	Cały rok – termin realizacji kampanii dostosowany będzie do naborów ogłaszanych przez IZ RPO WP.	
f) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	Ostateczny dobór narzędzi komunikacji zostanie określony po przeprowadzonym postępowaniu przetargowym. Poziom estymowanych wskaźników zostanie określony w dokumentach przetargowych i zrealizowany przez wykonawcę zewnętrznego, zgodnie z proponowanym media planem. Na chwilę obecną nie można jednoznacznie określić, jakie wskaźniki zostaną użyte w przypadku narzędzi, które zostaną uwzględnione w postępowaniu przetargowym na	

	realizację kampanii. Poziom estymowanych wskaźników zostanie podany przez Wykonawcę kampanii na etapie realizacji przedmiotu umowy.
6. Uzasadnienie działania	Podejmowane w ramach kampanii działania realizują cele: 1 i 4. ✓ Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z gr. docelową programu <u>TAK/NIE</u> ✓ Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji <u>TAK/NIE</u> ✓ Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej <u>TAK/NIE</u> ✓ Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej <u>TAK/NIE</u> ✓ Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego <u>TAK/NIE</u> ✓ Zasada uzupełniania się komunikatów <u>TAK/NIE</u> Ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami – IZ RPO planuje uwzględnić potrzeby osób z niepełnosprawnościami przy realizacji narzędzi kampanii (np. w przypadku audycji telewizyjnych zostanie zastosowana transkrypcja tekstowa).
7. Osoba do kontaktu	Imię i nazwisko: Wioletta Rejman Numer telefonu: 17 747 64 86 Adres mailowy: w.rejman@podkarpackie.pl



 WICEMARSZAŁEK WOJEWÓDZTWA

 Bogdan Romaniuk