

**Uchwała Nr 43/2008**  
**Komitetu Monitorującego Regionalny Program Operacyjny**  
**Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013**  
**z dnia 28 lipca 2008 r.**

**w sprawie zatwierdzenia Planu Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego**  
**Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013**

Na podstawie art. 65 Rozporządzenia Rady (WE) nr 1083/2006 z dnia 11 lipca 2006 r. ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylającego Rozporządzenie (WE) nr 1260/1999, na podstawie rozdz. II ust. 1 Uchwały nr 85/1101/07 Zarządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego z dnia 18 grudnia (z pozn. zm) w sprawie powołania oraz określenia zadań i trybu pracy Komitetu Monitorującego Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013, na podstawie § 4, ust 2 Regulaminu pracy Komitetu Monitorującego Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013, w związku z Wytycznymi Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 13 sierpnia 2007 r. w zakresie informacji i promocji oraz Projektem Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce na lata 2007-2013 w ramach Narodowej Strategii Spójności

**Komitet Monitorujący uchwala, co następuje:**

**§1**

Zatwierdza się Plan Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013, stanowiący załącznik do niniejszej uchwały.

**§2**

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

MARSZAŁEK WOJEWÓDZTWA  
Przewodniczący Komitetu Monitorującego

.....  
*Piotr Ciałbecki*



Projekt zgodny z założeniami projektu Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce  
w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013

**Regionalny Program Operacyjny  
Województwa Kujawsko-Pomorskiego  
na lata 2007-2013**

**Plan komunikacji**

Toruń, 2008 r.

## Spis treści

1.	Wprowadzenie .....	3
2.	Podstawy prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych .....	3
3.	Doświadczenia poprzedniego okresu programowania .....	4
4.	Idea prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych .....	5
5.	System działań .....	6
5.1	Komunikacja wewnętrzna .....	6
5.2	Kontakt z otoczeniem .....	7
5.3	Potencjał referencyjny .....	7
6.	Obowiązki w zakresie prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych .....	8
6.1	Departament Polityki Regionalnej .....	8
6.2	Departament Wdrażania RPO .....	9
6.3	Gabinet Marszałka i rzecznik prasowy .....	9
6.4	Beneficjenci projektów .....	9
7.	Cele działań informacyjnych i promocyjnych .....	9
7.1	Cel główny (długofalowy) .....	9
7.2	Cel ogólny .....	9
7.3	Cele szczegółowe .....	9
8.	Grupy docelowe .....	10
8.1	Ogół społeczeństwa .....	10
8.2	Instytucje uczestniczące w realizacji RPO WK-P .....	10
8.3	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci .....	10
8.4	Uczestnicy projektów i potencjalni uczestnicy projektów .....	10
8.5	Partnerzy społeczni i gospodarczy .....	11
8.6	Media lokalne i regionalne .....	11
8.7	Decydenci .....	11
9.	Podstawowe założenia informacji i promocji .....	11
9.1	Podstawowe komunikaty (key messages) .....	11
9.2	Wizualizacja RPO WK-P .....	12
10.	Narzędzia działań informacyjnych i promocyjnych .....	12
11.	Punkty informacyjne .....	13
12.	Szkolenia .....	15
13.	Ocena realizacji działań informacyjnych i promocyjnych .....	16
14.	Ogólny harmonogram podstawowych kierunków, elementów i etapów komunikacji .....	18
15.	Harmonogram działań informacyjnych i promocyjnych .....	19
16.	Budżet .....	20
17.	Roczne plany działań w zakresie informacji i promocji .....	20
18.	Podsumowanie .....	20

## 1. Wprowadzenie

Badania opinii publicznej pokazują, że ponad 70% społeczeństwa jest nastawione pozytywnie do członkostwa w Unii Europejskiej (UE). Jednym z napędów tego społecznego optymizmu są widoczne efekty i korzyści, jakie odnosimy w wyniku korzystania z Funduszy Europejskich (FE). Niemal codziennie słyszy się o możliwościach, jakie one niosą. Inwestycje i przedsięwzięcia finansowane ze środków unijnych przyczyniają się do powstawania pozytywnego wizerunku Funduszy Europejskich oraz samej Unii Europejskiej. Warto wspomnieć, że w latach 2004-2006 w województwie kujawsko-pomorskim wydatkowano blisko 75% wszystkich środków w ramach Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego (ZPORR), co daje kwotę ponad 400 mln zł i plasuje nasze województwo na drugim miejscu w kraju pod kątem wydatkowania przyznanych środków z Unii Europejskiej.

Doświadczenia z poprzedniego okresu programowania pozwalają optymistycznie patrzeć na nowy okres obejmujący lata 2007-2013. Wielką szansą na rozwój województwa jest Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013 (RPO WK-P), będący jednym z 16 programów regionalnych dla realizacji Strategii Rozwoju Kraju na lata 2007-2015 i Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia na lata 2007-2013 (Narodowej Strategii Spójności) (NSRO / NSS) w zakresie polityki wzrostu konkurencyjności i wyrównywania szans rozwojowych planowanych przez samorządy województw. Jest on podstawowym instrumentem realizacji celów Strategii Rozwoju Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2020. Strategia programu jest w pełni spójna z założeniami rozwoju przyjętymi w Strategii Rozwoju Kraju na lata 2007-2015, celami Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia, stanowiących nadrzędny dokument w procesie wykorzystania środków unijnych służących rozwojowi kraju a tym samym regionu kujawsko-pomorskiego. Środki wspólnotowe przeznaczone do wykorzystania w ramach RPO WK-P kształtują się na poziomie 951 mln €. To ogromne wyzwanie, ale i szansa na rozwój naszego regionu. Dlatego tak ważne jest skuteczne i efektywne spożytkowanie przyznanych nam pieniędzy. Zwłaszcza w początkowym okresie realizacji RPO WK-P ważnym elementem będą działania informacyjne i promocyjne. Stworzenie jednej marki, będącej integralną częścią Funduszy Europejskich oraz informowanie o możliwościach RPO WK-P przyczyni się do pełnego i rzetelnego wykorzystania Funduszy Europejskich zgodnie z ich przeznaczeniem i zasadami.

Prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych przez Instytucję Zarządzającą RPO WK-P (IZ RPO WK-P) oblige do opracowania *Planu komunikacji*, dokumentu określającego zasady komunikacji, informacji i promocji z uwzględnieniem spójnej wizualizacji i przekazu, wyznaczającego kierunki dla wszystkich instytucji objętych obowiązkiem informowania i promocji. Dlatego też stosowanie zasad i rozwiązań przyjętych w niniejszym dokumencie jest obligatoryjne dla wszystkich instytucji zaangażowanych w działania informacyjne i promocyjne RPO WK-P: Wydziału Zarządzania RPO i Wydziału Koordynacji w Departamencie Polityki Regionalnej oraz Departamentu Wdrażania RPO.

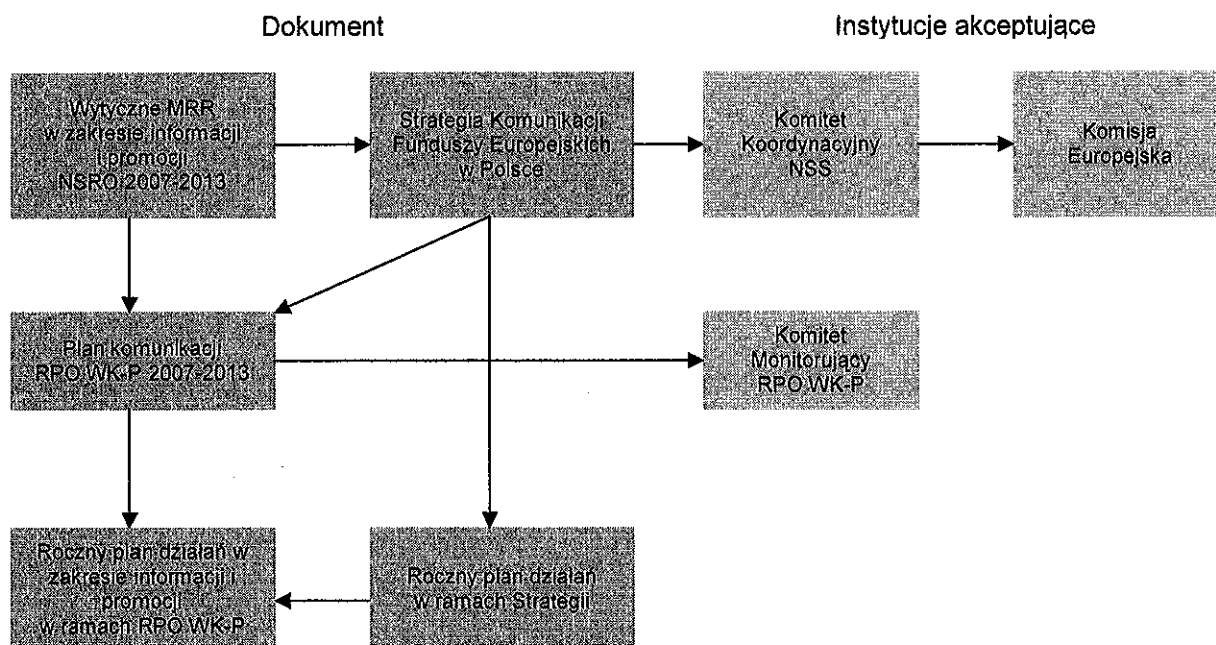
*Plan komunikacji* jest dokumentem strategicznym. Wyznacza kierunki działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych w latach 2007-2013. Z uwagi na kilkuletnie ramy czasowe realizacji RPO WK-P niemożliwe jest określenie szczegółowych zadań. Zależy to od stopnia zaawansowania realizacji programu i wyników jego monitorowania. Dlatego też *Plan komunikacji* jest dokumentem ramowym, natomiast raz w roku, będą opracowywane szczegółowe plany działań w zakresie komunikacji i promocji, zwane *Rocznymi planami działań w zakresie informacji i promocji*. Realizację tych działań zapewnia system ich finansowania z Pomocy Technicznej RPO WK-P.

## 2. Podstawy prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych

Podstawowym dokumentem, na podstawie którego opracowano *Plan komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013* jest *Strategia Komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności 2007-2013*. Określa ona podstawowe zasady prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych na potrzeby Narodowej Strategii Spójności (NSS) oraz wszystkich pozostałych programów operacyjnych, w tym także Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego. Oba dokumenty są zgodne z *Wytycznymi Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji w zakresie Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia 2007-2013*. Zostały one wydane na podstawie art. 35 ust. 3 pkt 11 Ustawy o zasadach prowadzenia polityki rozwoju z 6 grudnia 2006 r. w celu zapewnienia

jednolitości zasad prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących Funduszy Europejskich.

Prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych wynika nie tylko z uregulowań prawnych i przyjętych rozwiązań systemowych, ale również jest naturalną konsekwencją stanowiska Komisji Europejskiej (KE), zgodnie z którym informacja i promocja to nieodzowna część wdrażania Funduszy Europejskich. Określają to następujące dokumenty: Rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006 z 11 lipca 2006 r., zgodnie z którym IZ programem operacyjnym dostarcza informacji na temat operacji i współfinansowania programów oraz zapewnia ich promocję oraz Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1828 z 8 grudnia 2006 r. ustanawiające szczegółowe zasady wykonania w/w rozporządzenia. *Plan komunikacji* zostaje, po akceptacji Ministerstwa Rozwoju Regionalnego jako Instytucji Koordynującej (IK) Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia (NSRO), przyjęty do realizacji odpowiednią uchwałą zarządu województwa oraz akceptacją Komitetu Monitorującego (KM).



Rys. Struktura dokumentów i instytucje akceptujące dokumentację dla promocji i informacji w ramach RPO WK-P

### 3. Doświadczenia poprzedniego okresu programowania

W poprzednim okresie programowania 2004-2006 wszelkie wytyczne dotyczące promocji i informacji były przygotowane centralnie dla wszystkich programów operacyjnych, w tym dla ZPORR, którego realizację powierzono urzędowi marszałkowskiemu, w tym Urzędowi Marszałkowskiemu Województwa Kujawsko-Pomorskiego (UM WK-P), a więc instytucji regionalnej. Planowanie działań promocji i informacji centralnie nie oddawało charakteru i specyfiki regionu. W bieżącym okresie programowania to UM WK-P odpowiedzialny jest za przygotowanie i realizację wszelkich działań wynikających z wdrożenia i realizacji Regionalnego Programu Operacyjnego i innych programów operacyjnych wdrażanych w województwie kujawsko-pomorskim. Dotyczy to także zadań z zakresu komunikacji, informowania i promocji. Zgodnie w Wytycznymi MRR, za koordynację działań informacyjnych i promocyjnych w regionie odpowiada IZ RPO WK-P. W województwie kujawsko-pomorskim realizacja tych zadań została powierzona Departamentowi Polityki Regionalnej. W celu prowadzenia spójnej polityki, a także prowadzenia wspólnych działań i inicjatyw z zakresu informacji i promocji na poziomie regionalnym jak i krajowym rolę koordynacyjną pełni IK NSRO czyli MRR. Na podstawie poprzedniego okresu programowania oraz sytuacji wyjściowej dokonano analizy mocnych i słabych stron, szans oraz zagrożeń jakie pojawić się mogą w zakresie promocji i informacji przy wdrażaniu Funduszy Europejskich.

Mocne strony	Słabe strony
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Powszechne poparcie społeczne dla integracji Polski z Unią Europejską</li> <li>• Duże zainteresowanie mediów w regionie sprawami związanymi z wdrażaniem RPO WK-P</li> <li>• Znaczący wzrost przekonania społeczeństwa o realnych możliwościach efektywnego wykorzystania funduszy w ramach RPO WK-P</li> <li>• Wysokie kompetencje i profesjonalizm osób zaangażowanych w działania informacyjne i promocyjne</li> <li>• Spójne dokumenty określające sposób prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych (Wytyczne, Strategia, Plan)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trudny, urzędowy i fachowy język używany do komunikacji na temat Funduszy Europejskich</li> <li>• Niski poziom zrozumienia bezpośredniego związku pomiędzy Funduszami Europejskimi a rozwojem społeczno-gospodarczym regionu</li> <li>• Długotrwałe procedury</li> </ul>
Szanse	Zagrożenia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Duże zapotrzebowanie na informacje, dające przyzwolenie społeczne na intensywne działania informacyjne i promocyjne</li> <li>• Ścisła współpraca z mediami i partnerami społecznymi</li> <li>• Dalsze usprawnianie i uproszczenia procesu wdrażania funduszy uwierzytelnia przekaz i wspiera kształtowanie dobrego wizerunku funduszy</li> <li>• Dobry wizerunek UM jako instytucji zarządzającej wdrażaniem funduszy</li> <li>• Możliwość szerokiej wymiany doświadczeń także z przedstawicielami innych państw członkowskich UE dzięki bezpośrednim kontaktom pracowników oraz udziałowi np. w Grupie Sterującej</li> <li>• Uregulowanie zasad prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych poprzez Wytyczne MRR i Strategię Komunikacji</li> <li>• Duży budżet na działania informacyjne i promocyjne</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bardzo wiele instytucji zaangażowanych w działania informacyjne i promocyjne może powodować trudności w koordynacji</li> <li>• Wiele nowych instytucji zaangażowanych w proces wdrażania funduszy</li> <li>• Brak zaufania do instytucji zajmujących się funduszami i przekonanie o ich niedostępności</li> <li>• Trudności wyboru odpowiednio profesjonalnych wykonawców w trybach wynikających z ustawy Prawo zamówień publicznych</li> <li>• Wykorzystywanie kwestii funduszy do celów politycznych</li> <li>• Brak dobrej komunikacji pomiędzy instytucjami prowadzącymi działania informacyjne i promocyjne</li> </ul>

#### 4. Idea prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych

Promocję i informację należy rozumieć jako zespół działań mających za zadanie stworzenie pozytywnego wizerunku RPO WK-P w województwie. Informacja musi przyjąć postać dwukierunkowego oddziaływania, interakcji, podczas której władze otrzymują i wykorzystują sygnały od obywateli. W krajach Unii Europejskiej władze rządowe i samorządowe zobowiązane są ustawowo do prowadzenia polityki promocyjnej, informacyjnej i komunikacyjnej. Jeżeli chcemy osiągnąć poparcie społeczne dla rozwoju regionu i dla integracji z Unią Europejską, musimy podjąć profesjonalną politykę informowania i promocji. Temu służyć ma *Plan komunikacji*.

Promocja i informacja w odniesieniu do RPO WK-P jest całością skoordynowanych działań wszystkich instytucji w nią zaangażowanych: IZ i beneficjentów, tak by efekty ich działań docierały do ogółu społeczeństwa na każdym z etapów i poziomów realizacji samego RPO WK-P. Dlatego promocja musi iść w parze z informowaniem. Oba działania są integralne. Promocja stanowi element pierwszego kontaktu z potencjalnym beneficjentem, przekazując najprostszy komunikat o istnieniu środków przeznaczonych na rozwój województwa kujawsko-pomorskiego. Informacja z kolei jest uzupełnieniem i poszerzeniem wiedzy o RPO WK-P. Tak rozumiane działania informacyjno-promocyjne są przemyślanym i zaplanowanym przedsięwzięciem związanym

z zastosowaniem odpowiednich narzędzi i określonych metod, a niniejszy dokument i działania w nim zaproponowane zmierzają do jak najpełniejszego wykorzystania Funduszy Europejskich.

## 5. System działań

IZ RPO WK-P prowadzi działania promocyjne i informacyjne skierowane do ogółu społeczeństwa, społeczności regionalnej oraz beneficjentów i potencjalnych beneficjentów.

### Główne zadania IZ RPO WK-P

- Zapewnienie szerokiego dostępu do aktualnych informacji na temat postępów we wdrażaniu programu, wypełniania przez beneficjentów i wykonawców obowiązków informacyjnych.
- Monitorowanie i kontrola instytucji zaangażowanych w zakresie realizacji działań informacyjnych i promocyjnych.
- Zapewnienie pełnej informacji dla potencjalnych beneficjentów na temat kategorii działań, w ramach których można otrzymać dofinansowanie, warunków jakie należy spełnić, by kwalifikować się do wsparcia w ramach RPO WK-P, zasad i procedur związanych ze składaniem wniosków oraz wszelkie inne informacje niezbędne do ubiegania się o dofinansowanie oraz udzielanie informacyjnego wsparcia na temat właściwej realizacji i rozliczania zadań.
- Stworzenie jednolitych ram określających metody prowadzenia spójnych działań promocyjnych i informacyjnych w całym województwie na każdym etapie wdrażania RPO WK-P.

Za koordynację zadań z zakresu promocji i informacji odpowiedzialne jest Biuro Komunikacji i Pomocy Technicznej (Wydział Koordynacji w Departamencie Polityki Regionalnej). Wynika to z zapisów osi priorytetowej VIII Pomoc techniczna, gdzie wprost określono, że jednym z celów głównych osi jest zapewnienie skutecznej informacji i promocji programu. Wszystkie instytucje UM WK-P działające w ramach RPO WK-P współpracują między sobą oraz z innymi podmiotami istotnymi ze względu na proces informowania o RPO WK-P (np. Gabinet Marszałka, rzecznik prasowy urzędu marszałkowskiego). W realizację procesu informacji i promocji zaangażowani są także beneficjenci, którzy zobowiązani są do promocji realizowanych projektów (lista projektów realizowanych w ramach RPO WK-P wraz z informacją o beneficjentach i kwotą dofinansowania publikowana będzie na stronie internetowej IZ <http://www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl/>).

W celu jak najpełniejszej koordynacji tych działań na poziomie województwa proponuje się utworzenie Zespołu ds. Informacji i Promocji (Zespół), w skład którego wchodzić będą powołani imiennie odpowiednią uchwałą zarządu województwa przedstawiciele Wydziału Koordynacji Departamentu Polityki Regionalnej, Departamentu Wdrażania RPO, Wydziału Zarządzania RPO, Gabinetu Marszałka, rzecznika prasowego). Spotkania Zespołu wraz z zaproszonymi przedstawicielami innych instytucji istotnych z punktu widzenia prowadzonych w bieżącym czasie działań promocyjnych i informacyjnych oraz szkoleniowych odbywać się będą raz na kwartał (w celu wymiany informacji, współpracy oraz w celu koordynacji i czuwania nad spójnością działań informacyjnych i promocyjnych prowadzoną w ramach różnych programów współfinansowanych z Funduszy Europejskich: Program Operacyjny Kapitał Ludzki (POKL), Program Rozwoju Obszarów Wiejskich (PROW), na spotkania Zespołu zapraszani będą przedstawiciele zespołów zajmujących się informacją i promocją tychże programów). Do głównych zadań Zespołu należy koordynacja i ujednolicenie działań informacyjnych promocyjnych, dokonywanie korekt i kontrola nad *Rocznymi planami działań w zakresie informacji i promocji*, wyznaczanie ogólnych kierunków w zakresie promocji i informacji.

Wszelkie znaczące zmiany *Planu komunikacji*, a zwłaszcza zmiany pociągające za sobą zmiany budżetu promocji i informacji przekazywane są do akceptacji Komitetowi Monitorującemu.

Na poziomie krajowym przedstawiciele Zespołu uczestniczą w pracach Grupy Sterującej ds. Informacji i Promocji, której spotkania odbywają się nie rzadziej niż raz na pół roku.

### 5.1 Komunikacja wewnętrzna

Ze względu na liczbę informacji przekazywanych i podmiotów zaangażowanych w realizację RPO WK-P proponuje się przekazywanie informacji według poniższych zasad. Stworzenie odpowiedniej komunikacji wewnętrznej pozwoli na usprawnienie systemu wymiany informacji, a tym samym na efektywne wykonywanie zadań wynikających z założeń promocji RPO WK-P. Cele i zadania wynikające z RPO WK-P, organizacja, przebieg powinny być dostępne nie tylko dla pracowników



podmiotów bezpośrednio zaangażowanych w realizację RPO WK-P, ale także dla innych pracowników UM WK-P.

Podstawowymi narzędziami wymiany informacji są: poczta elektroniczna e-mail, newsletter, strona internetowa IZ dostępna pod adresem <http://fundusze.kujawsko-pomorskie.pl>, wewnętrzna aplikacja wymiany informacji, elektroniczny biuletyn informacyjny, pisma, raporty i sprawozdania, szkolenia, imprezy organizowane przez UM WK-P, itp.

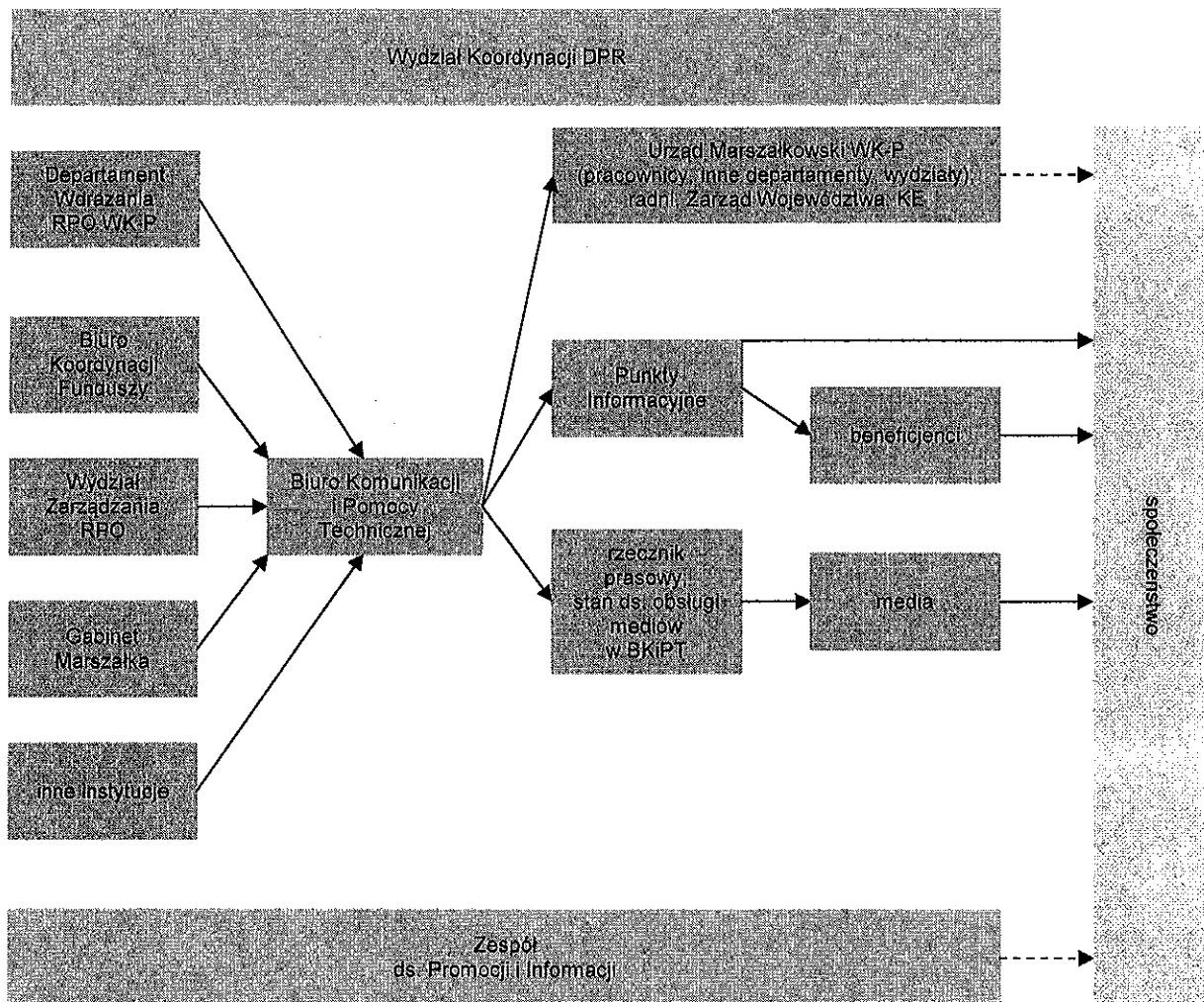
Za koordynację działań informacyjnych i promocyjnych oraz za komunikację wewnętrzną odpowiada Biuro Komunikacji i Pomocy Technicznej, gdzie spływają wszelkie informacje związane z prowadzonymi działaniami w ramach RPO WK-P. Na podstawie otrzymanych informacji przygotowany zostaje odpowiedni komunikat, w odpowiedniej formie do dalszego przekazania uwzględniającego odbiorcę, narzędzie przekazania informacji i czas, w którym informacja powinna dotrzeć do adresata. W ramach Pomocy Technicznej system komunikacji w kontekście realizacji osi VIII RPO WK-P opisany został w dokumencie *Międzywydziałowe zasady współpracy Departamentu Polityki Regionalnej, Wydziału Księgowości Funduszy Unijnych oraz Departamentu Wdrażania RPO WK-P w ramach rozdysponowania środków finansowych przeznaczonych na Pomoc Techniczną*. Ponadto w procesie promocji i informacji pośrednio uczestniczą zarząd województwa, radni, przedstawiciele Komisji Europejskiej, pozostali pracownicy UM WK-P.

## 5.2 Kontakt z otoczeniem

Istotnym jest odpowiednie wykorzystanie informacji zwrotnej, która pojawia się przy działaniach informacyjnych i promocyjnych. Ważnym elementem jest zbieranie tych informacji, analiza i wykorzystanie do celów usprawnień prowadzonych działań. Dlatego też dużą wagę przykładą się do monitoringu promocji. Statystyki odwiedzin strony internetowej, liczba i rodzaj zapytań kierowanych do Punktów Informacyjnych ze strony potencjalnych beneficjentów i beneficjentów, liczba ukazanych się artykułów w prasie oraz charakter ich przekazania uwzględnione są w sprawozdaniach, które przedstawiane są Komitetowi Monitorującemu. Wyniki monitoringu analizowane przez Zespół ds. Informacji i Promocji stanowią wyznacznik do dalszych działań i ewentualnych korekt.

## 5.3 Potencjał referencyjny

System działań i komunikacji wewnętrznej przyczynia się do zapewnienia wysokiej jakości kontaktów między IZ a grupami odbiorców, tak by odbiorcy, a przede wszystkim beneficjenci, poprzez realizowane projekty i ich sukcesy, mogli budować potencjał referencyjny Funduszy Europejskich. Tym samym stają się ambasadorami marki Funduszy Europejskich, przekonując innych o celowości i słuszności zaangażowania w projekty unijne.



Rys. Schemat przekazywania informacji w ramach działań promocyjnych i informacyjnych RPO WK-P

## 6. Obowiązki w zakresie prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych

### 6.1 Departament Polityki Regionalnej

- Koordynowanie działań informacyjnych i promocyjnych
- Koordynowanie prac nad opracowaniem *Rocznych planów działań w zakresie informacji i promocji*
- Opracowanie *Rocznych planów działań w zakresie informacji i promocji*
- Zapewnienie powszechnego dostępu do informacji o możliwościach uzyskania wsparcia w ramach RPO WK-P dla wszystkich grup docelowych
- Powołanie i koordynowanie prac Punktów Informacyjnych
- Zapewnienie dostępu do materiałów informacyjnych i wniosków aplikacyjnych
- Informowanie opinii publicznej o postępach we wdrażaniu i realizacji RPO WK-P
- Dostarczanie i upowszechnianie informacji o projektach realizowanych w ramach RPO WK-P
- Dostarczanie i upowszechnianie informacji o Europejskim Funduszu Rozwoju Regionalnego, NSS
- Upowszechnianie informacji na temat osiągnięć RPO WK-P

- Inicjowanie i realizacja działań promocyjnych
- Współpraca z IK i innymi instytucjami w zakresie działań informacyjnych i promocyjnych
- Przygotowanie i przekazanie informacji o realizacji działań w ramach RPO WK-P
- Udział w pracach Zespołu ds. Promocji i Komunikacji

## 6.2 Departament Wdrażania RPO

- Informowanie o kryteriach oceny i wyboru projektów oraz obowiązujących w tym zakresie procedurach
- Zapewnienie dostępu do materiałów informacyjnych i wniosków aplikacyjnych
- Informowanie opinii publicznej o postępach we wdrażaniu i realizacji RPO WK-P
- Dostarczanie i upowszechnianie informacji o projektach realizowanych w ramach RPO WK-P
- Upowszechnianie informacji na temat osiągnięć RPO WK-P
- Nadzór nad przestrzeganiem przez beneficjentów zasad dotyczących stosowania środków informacyjnych i promocyjnych
- Przygotowanie i przekazanie informacji o realizacji działań w ramach RPO WK-P
- Udział w pracach Zespołu ds. Promocji i Komunikacji

## 6.3 Gabinet Marszałka i rzecznik prasowy

- Upowszechnianie informacji na temat osiągnięć RPO WK-P
- Dostarczanie i upowszechnianie informacji o projektach realizowanych w ramach RPO WK-P
- Udział w pracach Zespołu ds. Promocji i Komunikacji

## 6.4 Beneficjenci projektów

- Działania i zadania dotyczące informowania społeczeństwa o finansowaniu projektów realizowanych w ramach RPO WK-P wg zasad określonych w *Wytycznych dla beneficjentów z zakresu promocji projektów realizowanych w ramach RPO WK-P 2007-2013*, dokumencie będącym załącznikiem do *Planu komunikacji*.

# 7. Cele działań informacyjnych i promocyjnych

Realizowanie powyższych zadań z zakresu informacji i promocji na poziomie województwa kujawsko-pomorskiego ma prowadzić do osiągnięcia trzech rodzajów celów:

## 7.1 Cel główny (długofalowy)

Na poziomie województwa głównym celem jest wspieranie celów określonych w RPO WK-P, służących rozwojowi regionu, a tym samym dążenie do pełnego i rzetelnego wykorzystania Funduszy Europejskich zgodnie z ich przeznaczeniem i zasadami.

## 7.2 Cel ogólny

Promocja i informacja powinna dążyć do upowszechnienia w świadomości społecznej korzyści płynących z członkostwa w Unii Europejskiej, korzyści płynących z wykorzystania środków unijnych.

## 7.3 Cele szczegółowe

Skuteczna realizacja powyższych celów możliwa jest poprzez realizację celów szczegółowych, których głównym efektem ma być stworzenie odpowiedniego zaplecza technicznego umożliwiającego skuteczną, jednolitą i spójną komunikację z otoczeniem za pośrednictwem prostego języka komunikatów i ich jednolitej formy w wyniku ustalenia podziału obowiązków w zakresie promocji i informacji pomiędzy instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie RPO WK-P i beneficjentami. Ma to zapewnić ciągłą obecność informacji o roli UE w zakresie udzielania pomocy w ramach projektów RPO WK-P. Dlatego niezbędnym jest zidentyfikowanie takich kanałów informacji, dzięki którym skutecznie będzie można dotrzeć ze szczegółową i dobraną do potrzeb wszystkich grup beneficjentów informacją o środkach dostępnych w ramach RPO WK-P. Beneficjenci ostateczni muszą być poinformowani, że korzystają z projektów współfinansowanych ze środków UE.

Wszelkie działania w ramach promocji i informacji mają przyczyniać się do zwiększenia przejrzystości działań UE oraz instytucji zaangażowanych i uczestniczących w realizacji RPO WK-P.

#### Cele szczegółowe:

- zapewnienie powszechnego dostępu do informacji o możliwościach uzyskania wsparcia w ramach RPO WK-P dla wszystkich grup docelowych,
- skuteczne poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach zgłaszania projektów do realizacji w ramach RPO WK-P oraz o obowiązujących w tym zakresie procedurach,
- informowanie o kryteriach oceny i wyboru projektów oraz o obowiązujących w tym zakresie procedurach,
- zapewnienie dostępu do materiałów informacyjnych i wniosków aplikacyjnych w ramach RPO WK-P,
- informowanie o pracach Komitetu Monitorującego,
- upowszechnianie informacji o realizowanych projektach,
- upowszechnianie informacji o funduszach, z których są finansowane projekty,
- upowszechnianie rezultatów i efektów realizowanych przedsięwzięć w ramach RPO WK-P,
- rozwijanie zasad partnerstwa i współpracy na rzecz pełnego wykorzystania dostępnej pomocy ze środków UE,
- przejrzystość systemu zarządzania i wdrażania środkami UE, zwłaszcza przejrzystość stosowanych procedur,
- zwiększenie aktywności potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o środki w ramach RPO WK-P.

## 8. Grupy docelowe

Podejmowane działania adresowane są do wielu grup odbiorców, tak by z informacją dotrzeć do jak najszerszego kręgu. Dlatego też treść informacji musi być dostosowana do danej grupy. Działania informacyjno-promocyjne mają poinformować określone grupy odbiorców o możliwościach, jakie oferuje Regionalny Program Operacyjny WK-P.

### 8.1 Ogół społeczeństwa

Wizerunek Funduszy Europejskich w oczach społeczności regionalnej, wspierany przez media, decyduje o pozytywnym lub nieprzychylnym klimacie społecznym wokół środków unijnych, polityki rozwojowej regionu, kraju czy Unii Europejskiej.

### 8.2 Instytucje uczestniczące w realizacji RPO WK-P

Pracownicy instytucji zaangażowanych w proces wdrażania RPO WK-P są podstawowym ogniwem łączącym instytucje z beneficjentami. Ich działania, zachowanie pracowników, sposób komunikacji wpływają bezpośrednio na postawy, zachowania i opinie projektodawców oraz partnerów społecznych i gospodarczych oraz na opinie i informacje pojawiające się w mediach. Pośrednio wywierają w ten sposób wpływ na opinię publiczną.

### 8.3 Beneficjenci i potencjalni beneficjenci

Grupa ta znacząco wpływa na obraz funduszy, jaki powstaje u odbiorców rezultatów, a przez to opinii publicznej. Mogą służyć jako przykład, że programy finansowane przez Fundusze Europejskie działają, są dostępne i warto ubiegać się o pomoc. Grupy te są dokładnie zdefiniowane w każdym działaniu osi RPO WK-P: jednostki samorządu terytorialnego (JST) i ich związki, stowarzyszenia i jednostki organizacyjne; podmioty wykonujące usługi publiczne; zakłady opieki zdrowotnej działające w publicznym systemie ochrony zdrowia; organy władzy publicznej; kościoły i związki wyznaniowe; szkoły wyższe, organizacje pozarządowe; szkoły, placówki oświatowe i kulturalne; ośrodki edukacyjne; stowarzyszenia i fundacje; mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa; przedsiębiorstwa i spółki komunalne.

### 8.4 Uczestnicy projektów i potencjalni uczestnicy projektów

Szczególne grupy w ramach opinii publicznej, która, gdy sama uświadomi sobie efekty działania funduszy, może rozpowszechniać ich wizerunek wśród szeroko pojętej opinii publicznej.

### 8.5 Partnerzy społeczni i gospodarczy

Grupa zawiera w sobie zarówno niezaangażowanych liderów opinii, którzy mają duży wpływ na obraz funduszy w mediach, jak i organizacje pozarządowe, które są potencjalnymi projektodawcami. Partnerzy społeczni i gospodarczy wywierają zatem wpływ na szeroką opinię publiczną oraz odbiorców rezultatów. Podobnie jak w przypadku mediów, w działaniach adresowanych do partnerów społecznych i gospodarczych należy dążyć do komunikacji opartej na dialogu i debacie.

### 8.6 Media lokalne i regionalne

Kluczowe dla wizerunku Funduszy Europejskich. Ich działania wpływają bezpośrednio lub pośrednio na wszystkie pozostałe grupy docelowe działań promocyjnych i informacyjnych. Szczególnie istotne w przypadku współpracy z mediami jest wykształcenie dwustronnego modelu komunikacji, nastawionego na dialog i debatę. Wszelka współpraca z mediami krajowymi, wynikająca z prowadzenia działań na poziomie regionu, odbywać się będzie w uzgodnieniu z IK NSRO.

### 8.7 Decydenci

Grupa osób, która wymaga przekazywania wiedzy na temat RPO WK-P i stałej jej aktualizacji. Są to osoby podejmujące decyzje, które mogą wpłynąć na sposób i poziom wykorzystania środków. Z tego punktu widzenia ważne jest, aby wspierane przez tę grupę działania i postanowienia były oparte o rzetelne informacje.

Określenie grup docelowych promocji i informacji jest o tyle istotne, że w zależności od grupy zmieniają się cele, forma przekazywania informacji, jej treści, poziom szczegółowości i główny nadawca, co nie zmienia faktu, że ogólne relacje z każdą z grup opierają się na zrozumieniu istoty RPO WK-P oraz korzyści, jakie z niego płyną.

## 9. Podstawowe założenia informacji i promocji

Wykorzystanie dostępnych środków w ramach RPO WK-P uzależnione jest od poziomu wiedzy i świadomości w zakresie istnienia oraz możliwości pozyskania funduszy w ramach programu. Dlatego kluczową sprawą jest intensywna promocja i kształtowanie pozytywnego wizerunku RPO WK-P i jego marki, szczególnie poprzez stworzenie jednolitego systemu wizualizacji programu opartej na logo i promocji NSS oraz jednolitej szacie graficznej.

W okresie 2007–2013 zalecana jest wspólna promocja programów operacyjnych w całym kraju jako jednego produktu o nazwie „Narodowa Strategia Spójności”. Promocja RPO WK-P jako produktu Funduszy Europejskich jest optymalnym rozwiązaniem dla prowadzenia wszelkich działań komunikacyjnych, promocyjnych i informacyjnych, których celem jest stworzenie spójnego wizerunku Funduszy Europejskich w całym kraju. Prowadzenie działań promocyjnych i informacyjnych uwzględnia akcentowanie regionalnego charakteru programów operacyjnych (np. poprzez stosowanie herbu województwa w materiałach promocyjnych). Dlatego też wszelkie dokumenty dotyczące promocji unijnych źródeł dofinansowania należy budować w oparciu o promocję całości Funduszy Europejskich. Informacja i promocja musi być spajana ideą przewodnią marki tych Funduszy Europejskich.

IZ oraz beneficjenci projektów informują społeczeństwo o projektach realizowanych ze środków dostępnych w ramach RPO WK-P oraz o wielkości dofinansowania w/w projektów, wyraźnie zaznaczając o współfinansowaniu projektów przez Unię Europejską w ramach środków pochodzących z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

### 9.1 Podstawowe komunikaty (key messages)

Wykorzystanie pomocy dostępnej w ramach RPO WK-P na lata 2007-2013 uzależnione jest od poziomu świadomości w zakresie istnienia oraz możliwości pozyskania środków w ramach programu. Dlatego, też istnieje konieczność kształtowania pozytywnego wizerunku programu. Dotyczy to w szczególności narzędzi oraz jednolitego systemu wizualizacji. Wszelkie działania prowadzone będą w oparciu o *Strategię Komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności 2007-2013*. Ich idea sprowadzać ma się do promowania Funduszy Europejskich jako służących rozwojowi regionu i przyczyniających się do inwestowania w przyszłość jego mieszkańców, poprzez rozwój przedsiębiorstw i tworzenie nowych miejsc pracy, rozwój służby zdrowia, oświaty



i nauki czy infrastruktury, itp. Tym samym dzięki Funduszom Europejskim w ramach RPO WK-P w latach 2007-2013 województwo kujawsko-pomorskie ma szansę na szybszy rozwój gospodarczy i społeczny, a to przekłada się na podniesienie poziomu życia każdego z mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego.

#### Podstawowe komunikaty:

- W latach 2007-2013 województwo kujawsko-pomorskie, dzięki Funduszom Europejskim w ramach RPO WK-P ma szansę na rozwój gospodarczy i społeczny
- Fundusze Europejskie dostępne w ramach RPO WK-P to inwestycja w przyszłość wszystkich mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego
- Inwestycje Funduszy Europejskich w rozwój przedsiębiorstw, tworzenie nowych miejsc pracy, rozwój służby zdrowia, oświaty i nauki oraz infrastruktury przyczyniają się do poprawy jakości życia mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego

### 9.2 Wizualizacja RPO WK-P

W województwie kujawsko-pomorskim wizualizacja RPO WK-P oparta jest o wymogi zawarte w Rozporządzeniu Komisji (WE) 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 r., *Księdze identyfikacji wizualnej Narodowej Strategii Spójności* oraz *Wytycznych dla beneficjentów RPO WK-P w zakresie promocji projektów*.

Szczegółowe opisy zawiera dokument *Wytyczne dla beneficjentów z zakresu promocji projektów realizowanych w ramach RPO WK-P 2007-2013* będący załącznikiem do *Planu komunikacji*.

## 10. Narzędzia działań informacyjnych i promocyjnych

Narzędzia realizacji zadań informacyjnych i promocyjnych	
Konsultacje	Spotkania ekspertów i pracowników IZ z potencjalnymi beneficjentami oraz partnerami społecznymi.
Konferencje, seminaria, wykłady, warsztaty, prezentacje	Propagowanie informacji o możliwościach wykorzystania środków dostępnych w ramach RPO WK-P i rezultatach wsparcia, a także o osiągnięciach RPO WK-P.
Serwis internetowy i newsletter	Redagowany w Wydziale Koordynacji Departamentu Polityki Regionalnej serwis <a href="http://fundusze.kujawsko-pomorskie.pl/">http://fundusze.kujawsko-pomorskie.pl/</a> jest szybkim i skutecznym oraz ogólnodostępnym źródłem informacji dla wszystkich grup docelowych. Zamieszczane informacje: postępy w wdrażaniu, dokumentacja, akty prawne, informacje o procedurach, informacje z zakresu promocji i dla prasy (w tym pliki przydatne w wizualizacji), informacje o konkursach i ich przebiegu, informacje o beneficjentach, realizowanych przez nich projektach i wielkość dofinansowania w/w projektów, dane adresowe i teleadresowe punktów informacyjnych, linki do portalu poświęconego Funduszom Europejskim, portalu Ministerstwa Rozwoju Regionalnego <a href="http://www.mrr.gov.pl/">http://www.mrr.gov.pl/</a> oraz portalu Komisji Europejskiej <a href="http://europa.eu/">http://europa.eu/</a> , a także linki do serwisów poszczególnych RPO. Ponadto komunikacji internetowej służyć będą: opracowywany i wysyłany codziennie drogą mailową newsletter oraz elektroniczny biuletyn informacyjny.
Biuletyn	Kompleksowe źródło informacji o Funduszach Europejskich, w tym RPO WK-P, na łamach którego znajdują się informacje o funkcjonowaniu programu, organizowaniu konkursów, prezentacje projektów w ramach dobrych praktyk, wskazówki odnośnie aplikowania o środki oraz raporty z wdrażania programu.
Publikacje, broszury, informacje, ulotki, reklamy, plakaty, materiały informacyjne i audiowizualne	Publikowane w atrakcyjnej, przystępnej i jednolitej formie, przybliżające wiedzę na temat pomocy dostępnej w ramach RPO WK-P, prezentujące cele i założenia RPO WK-P, zachęcające do korzystania z pomocy w ramach programu.

Reklama	Skuteczne dotarcie do szerokiej grupy odbiorców poprzez atrakcyjną i łatwo przyswajaną formę, w tym outdoor, stoiska informacyjne przy okazji innych ważnych wydarzeń, itp.
Współpraca z mediami	Prasa, radio, telewizja o zasięgu lokalnym, regionalnym (współpraca z mediami krajowymi w porozumieniu z IK NSRO). Konferencje, artykuły, cykliczne informacje i relacje prasowe, audycje telewizyjne i radiowe, reklamy i ogłoszenia. Informacja poprzez media podawana w formie przystępnej z silnie wyeksponowanym elementem promocyjnym, informacyjnym i edukacyjnym o szansach dla rozwoju regionu, możliwościach aplikowania o środki, etapach wdrażania RPO WK-P. Informacje opracowywane przez Biuro Komunikacji i Pomocy Technicznej we współpracy z pozostałymi instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie RPO WK-P.
Raporty i sprawozdania	Sprawozdania z wdrażania programu przygotowywane okresowo, rocznie i na zakończenie programu przez beneficjentów oraz IZ.
Konkursy	Konkursy dla beneficjentów dotyczące dobrych praktyk, konkursy dla dziennikarzy i mediów na najlepszy program, materiał prasowy związany z tematyką RPO WK-P, a także konkursy dla dzieci i młodzieży związane z tematyką RPO WK-P i tematyką unijną.
Udział w imprezach masowych	Organizowanie imprez masowych oraz imprez zewnętrznych, zgodnie z obowiązkiem prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych nałożonych na IZ RPO WK-P, np. w związku z Dniem Europy. Udział w imprezach masowych organizowanych przez inne podmioty i instytucje.
Targi, ekspozycje projektów, eventy	Organizacja imprez zewnętrznych, związanych z Unią Europejską, RPO WK-P kierowanych do społeczeństwa.

Rozpoczęcie procedur konkursowych promowane będzie z odpowiednim wyprzedzeniem, z wykorzystaniem właściwych instrumentów umożliwiających dotarcie nie tylko do potencjalnych beneficjentów (ogłoszenia, konferencja, reklama) ale do ogółu społeczeństwa (np. poprzez organizację targów Funduszy Europejskich, konferencji otwierającej). Ponadto raz w roku planuje się przedstawienie (konferencja, prezentacje, targi, reklama, itp.) osiągnięć RPO WK-P (wykorzystanie środków, zrealizowane i realizowane projekty, beneficjenci projektów, itp.). Szczegółowe zapisy, jak i formę prezentacji osiągnięć RPO WK-P zawierać będą *Roczne plany działań w zakresie informacji i promocji*.

W celu zapewnienia realizacji obowiązków promocyjnych w Dniu Europy przypadającym 9 maja, w rocznicę ogłoszenia Deklaracji Schumanna przed siedzibą UM WK-P oraz siedzibą IZ RPO WK-P wywieszona przez cały tydzień będzie flaga UE.

## 11. Punkty informacyjne

W ramach działań informacyjnych i promocyjnych planuje się utworzenie sieci pięciu punktów informacyjnych na terenie województwa kujawsko-pomorskiego: głównego Punktu Informacyjnego w Urzędzie Marszałkowskim WK-P w Toruniu (działającego w ramach sieci Punktów Informacyjnych Urzędów Marszałkowskich – PIUM koordynowanej przez MRR) wraz z jego oddziałami terenowymi w Bydgoszczy, Grudziądzu, Inowrocławiu i Włocławku. Celem sieci punktów jest zapewnienie informacji w celu uzyskania wiedzy o działaniach w obszarze Funduszy Europejskich wśród potencjalnych i faktycznych beneficjentów, a także uzyskania powszechnej akceptacji mieszkańców województwa dla tych działań i efektów wdrażania. Ponadto punkty informacyjne w wyniku swojej działalności jawnie przyczynią się do maksymalizacji absorpcji Funduszy Europejskich, maksymalizacji świadomości potencjalnych beneficjentów w zakresie sposobów korzystania ze środków unijnych oraz przede wszystkim dostarczą niezbędną wiedzę ogólną oraz skierowanie potencjalnego beneficjenta do informacji szczegółowej.

Punkty informacyjne w województwie kujawsko-pomorskim naturalnie wpisują się w system PIUM obejmujący 16 województw. Wszystkie cele działania punktów realizowane będą poprzez skierowanie potencjalnego beneficjenta do informacji na temat możliwości uzyskania pomocy z RPO WK-P i innych programów realizowanych przez UM WK-P, podnoszenia wiedzy udzielających informacji, wymianę informacji pomiędzy systemem punktów informacyjnych w całym kraju, informowanie opinii publicznej o możliwościach dofinansowania oraz o wpływie efektów realizacji poszczególnych projektów na rozwój regionu. Działając w ramach sieci PIUM, mając dostęp do ciągłej informacji o całości Funduszy Europejskich, punkty dysponować będą informacją o postępach w ich wdrażaniu, informacją na tematy horyzontalne i przekrojowe dotyczące celów NSRO / NSS.

#### **Szczegółowe zadania punktów informacyjnych**

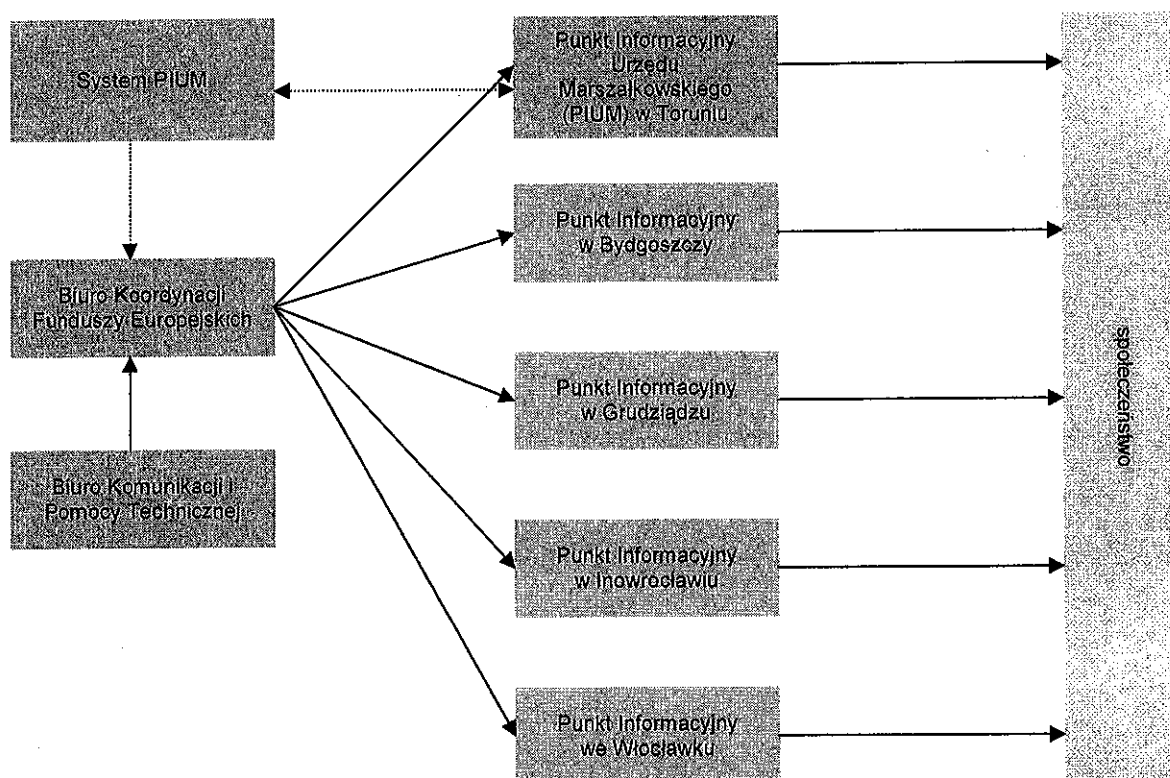
- realizowanie działań informacyjnych i promocyjnych;
- dystrybucja materiałów reklamowych i promocyjnych;
- organizowanie imprez (np. targi, eventy, konferencje), których celem jest prezentacja Funduszy Europejskich;
- prowadzenie obsługi potencjalnych beneficjentów w zakresie diagnostyki potrzeb i możliwości korzystania z programu;
- udzielanie informacji "ogólnodostępnej" tzw. "szerokiej publiczności";
- kierowanie pytań specjalistycznych do odpowiednich instytucji i komórek;
- prowadzenie monitoringu zadań przyjętych do realizacji.

#### **Rodzaje informacji udzielanych przez punkty informacyjne**

- podstawowa informacja o środkach dostępnych w ramach RPO WK-P i innych programów realizowanych przez Urząd Marszałkowski WK-P;
- informowanie o tematach horyzontalnych i przekrojowych dotyczących Funduszy Europejskich;
- materiały informacyjne;
- wstępna diagnoza potrzeb i oczekiwań potencjalnego beneficjenta i wskazanie możliwości aplikacji do właściwych funduszy;
- aktualny wykaz realizowanych projektów, w których może uczestniczyć beneficjent.

Punkty Informacyjne raz na pół roku przekazują w formie raportu okresowego i rocznego sprawozdanie ze swojej działalności do Biura Koordynacji Funduszy Europejskich, będącego koordynatorem ich pracy.





Rys. Schemat przepływu informacji pomiędzy punktami informacji

## 12. Szkolenia

Istotnym elementem działań promocyjnych i informacyjnych realizowanych programów będą szkolenia dla pracowników zaangażowanych w realizację programu, dotyczące zasad i tematyki związanej z jego realizacją. Podobne szkolenia organizowane będą dla potencjalnych beneficjentów oraz dla beneficjentów ostatecznych programów. Szkolenia dotyczyć będą w szczególności celów programu, zasad aplikowania o środki, realizacji i rozliczania (w tym monitoringu i ewaluacji) poszczególnych projektów. Rodzaj, liczba oraz forma i zakres szkoleń określone będą w szczegółowych planach komunikacji na podstawie bieżących potrzeb szkoleniowych określonych w Rocznych planach działań w zakresie informacji i promocji.

Przewiduje się realizowanie szkoleń:

1. wewnętrznych dla pracowników realizowanych przez pracowników odpowiednich instytucji z zakresu:
  - procesu zarządzania i wdrażania RPO WK-P,
  - obiegu dokumentacji finansowej pomiędzy poszczególnymi komórkami organizacyjnymi;
2. wewnętrznych dla pracowników realizowanych przez podmioty zewnętrzne z zakresu:
  - prawa zamówień publicznych,
  - prawa budowlanego i kosztorysowania,
  - rachunkowości,
  - audytu i kontroli,
  - analizy techniczno-ekonomicznej projektów,
  - opracowywania i weryfikacji Lokalnej Strategii Rozwoju,
  - zarządzania zasobami ludzkimi,
  - KPA i procedur administracyjnych,
  - komunikacji wewnętrznej i interpersonalnej,
  - wystąpień publicznych,

- przygotowania i prowadzenia szkoleń,
  - partnerstwa prywatno-publicznego,
  - zasad sporządzania biznes planu i studium wykonalności, itp.;
3. szkolenia organizowane przez MRR z zakresu:
- Funduszy UE w ramach NSRO,
  - kwalifikowalności kosztów,
  - ewaluacji i przepływu finansów w ramach systemu wdrażania RPO,
  - innych.

Szkolenia dla beneficjentów organizowane i prowadzone będą w oparciu o harmonogramy konkursów. Ich celem będzie przygotowanie beneficjentów do aplikowania, a w okresie realizacji projektu także jego prowadzenia, rozliczania i monitorowania. Potrzeby szkoleniowe będą monitorowane na bieżąco za pomocą analizy ankiet ewaluacyjnych, ankiety na stronie www, bezpośredniego kontaktu, zapytań kierowanych do punktów informacyjnych.

### 13. Ocena realizacji działań informacyjnych i promocyjnych

Według nowych zasad w zakresie informacji i promocji Funduszy Europejskich, plany komunikacji muszą zawierać wytyczne dotyczące oceny działań informacyjnych i promocyjnych pod kątem efektywności i skuteczności, oddziaływania, trwałości i wagi w odniesieniu do zadeklarowanych celów. Ponadto IZ zobowiązana jest do zbierania informacji na temat postępów w realizacji planów komunikacji, przeprowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych, wykorzystanych narzędzi i kanałów informacji i promocji. Dlatego konieczne jest prowadzenie ciągłego, systematycznego monitoringu powyższych działań oraz ich późniejszej oceny. Podstawowym narzędziem monitorowania są okresowe i roczne raporty z realizacji *Planu komunikacji*.

Obiektywną ocenę realizacji założeń *Planu komunikacji*, ocenę zgodności z harmonogramem realizacji działań oraz osiąganych rezultatów i realizacji wskaźników zapewni ewaluacja, prowadzona przy uwzględnieniu efektywności, skuteczności i zasięgu podjętych działań. Ewaluacja obejmuje długoterminowe efekty realizacji *Planu komunikacji* oraz ich oddziaływanie, a jej wyniki będą służyły planowaniu działań informacyjnych i promocyjnych oraz szkoleniowych oraz współdziałaniu wszystkich partnerów zaangażowanych w realizację *Planu komunikacji*.

Metody, techniki i narzędzia ewaluacji powinny być ściśle powiązane z celem, okresem oraz obszarem dla którego prowadzona jest ewaluacja. Dla potrzeb ewaluacji działań informacyjno-promocyjnych i szkoleniowych stosowane m.in. będą: wywiady, grupy fokusowe, studium przypadku, analiza dokumentów. Stosowane narzędzia, metody i techniki powinny pomóc przy określeniu oddziaływania do określonych grup docelowych. W celu ewaluacji działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych w ramach *Planu komunikacji* będą również zbierane, analizowane oraz wykorzystywane informacje zwrotne szczególnie od beneficjentów, potencjalnych beneficjentów oraz instytucji zaangażowanych we wdrażanie RPO. Informacje te będą zbierane za pomocą np. ankiet, kart oceny, stronę internetową, ja również spisywane i archiwizowane będą dane dotyczące działań komunikacyjnych. Dodatkowo brane będą pod uwagę wszelkie wnioski pokontrolne odnoszące się do działań informacyjnych i promocyjnych. Zebrane informacje posłużą do wprowadzenia ewentualnych zmian, modyfikacji oraz usprawnień w procesie komunikacji.

## Wskaźniki oceny działań informacyjnych i promocyjnych

Działanie	Wskaźnik	Narzędzia	Szacowana docelowa wartość wskaźnika
Punkty Informacyjne	• Liczba odpowiedzi udzielonych mailowo	Raporty i statystyki z działalności punktów informacyjnych	3 000
	• Liczba odpowiedzi udzielonych telefonicznie		30 000
	• Liczba odwiedzin punktu informacyjnego		5 000
Serwis internetowy	• Liczba odwiedzin strony WWW (w całym okresie)	Statystyki odwiedzin	2 000 000
Newsletter	• Liczba wysłanych wiadomości newsletter	Lista dystrybucji	1 000
	• Liczba subskrybentów		1 000
Biuletyn elektroniczny	• Liczba wydań	Lista dystrybucji	150
	• Liczba subskrybentów		1 000
Publikacje, ulotki itp.	• Liczba wydanych publikacji	Dokumenty własne	10
	• Liczba wydanych ulotek		10
	• Liczba wydrukowanych publikacji		2 000
	• Liczba wydrukowanych ulotek		20 000
Szkolenia	• Liczba przeprowadzonych szkoleń	Listy obecności	270
	• Liczba uczestników szkoleń		5 000
Współpraca z mediami	• Ilość ukazanych się materiałów prasowych, radiowych i telewizyjnych	Monitoring mediów	120
Konsultacje, konferencje, seminaria	• Liczba zorganizowanych wydarzeń	Listy obecności	10
	• Ilość uczestników		1 000
Targi, ekspozycje projektów, eventy	• Liczba zorganizowanych wydarzeń	Listy obecności	6
	• Liczba uczestników		1 000
Konkursy	• Liczba zorganizowanych konkursów	Raporty okresowe i roczne	10
Raporty	• Liczba sporządzonych raportów	Raporty okresowe i roczne	12

# 14. Ogólny harmonogram podstawowych kierunków, elementów i etapów komunikacji

Działanie	2008 r.				2009 r.				2010 r.				2011 r.				2012 r.				2013 r.			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Komunikacja wewnętrzna																								
Powiadomienie beneficjentów i opinii społecznej o uruchomieniu RPO WK-P																								
Wsparcie procesu aplikowania o środki w ramach RPO WK-P																								
Pomoc dla beneficjentów w procesie realizacji i rozliczania i promowania projektów																								
Prezentowanie efektów wdrażania																								
Monitoring i weryfikacja																								



# 15. Harmonogram działań informacyjnych i promocyjnych

Działanie	2008 r.				2009 r.				2010 r.				2011 r.				2012 r.				2013 r.			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Konferencja związana z uruchomieniem RPO WK-P																								
Szkolenia JST																								
Szkolenia dla przedsiębiorców																								
Szkolenia wew. dla pracowników																								
Administrowanie stroną internetową																								
Promocja w mediach																								
Konferencja nt. wykorzystania środków RPO WK-P, promocja osiągnięć, realizacji celów itp.																								
Sprawozdania z realizacji zadań promocyjnych																								
Przygotowanie i publikacja materiałów reklamowych																								
Kampanie reklamowe np. outdoor, targi, itp.																								
Przebieg inwestycji i sporządzenie materiałów informacyjnych																								
Biuletyn informacyjny																								

## 16. Budżet

Finansowanie zadań informacji i promocji odbywa się z komponentów pomocy technicznej w ramach RPO WK-P. Budżet na poszczególne lata, z wyszczególnieniem konkretnych zadań, zawarty jest w *Rocznych planach działań w zakresie informacji i promocji*.

	2008 r.	2009 r.	2010 r.	2011 r.	2012 r.	2013 r.	Razem
Zródło finansowania	Pomoc Techniczna RPO WK-P - kategoria 86 (działanie 8.2)						
Planowane środki	925 293 €	946 505 €	934 157 €	916 714 €	899 826 €	1 827 956 €	6 450 625 €
Wkład wspólnotowy	786 648 €	804 529 €	794 033 €	779 207 €	764 852 €	1 553 763 €	5 483 031 €
Budżet samorządu	138 820 €	141 976 €	140 124 €	137 507 €	134 974 €	274 193 €	967 594 €

## 17. Roczne plany działań w zakresie informacji i promocji

Na podstawie *Planu komunikacji* opracowywane są *Roczne plany działań w zakresie informacji i promocji*, które szczegółowo opisują sposób realizacji celów i dotarcia do wybranych grup docelowych. Za jego przygotowanie i przekazanie do IK NSRO odpowiada Biuro Komunikacji i Pomocy Technicznej. Przekazanie *Rocznego planu działań* do IK NSRO następuje każdorazowo w terminie ustalonym przez IK NSRO. *Roczny plan działań* może być aktualizowany w ciągu danego roku kalendarzowego, przy czym IZ RPO WK-P na bieżąco informuje IK NSRO o zmianach w *Rocznym planie działań*.

### Roczny plan działań zawiera w szczególności:

- opis działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych, które zostaną podjęte w danym roku
- harmonogram,
- budżet.

## 18. Podsumowanie

*Plan komunikacji* jest podstawą działań informacyjnych i promocyjnych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego. Jest dokumentem długookresowym obejmującym swoim zasięgiem lata 2007-2013, dlatego też nie zawiera szczegółowych rozwiązań i działań w zakresie informacji i promocji. Jest podstawą dla opracowania szczegółowych rocznych planów działań informacyjnych i promocyjnych. Uszczegółowienie podane w postaci planów rocznych pozwoli na dokonywanie korekt w planie komunikacji z uwzględnieniem wyników monitorowania poszczególnych działań.

**Regionalny Program Operacyjny  
Województwa Kujawsko-Pomorskiego  
na lata 2007-2013**

**Wytyczne dla beneficjentów  
z zakresu promocji projektów  
realizowanych w ramach RPO WK-P**

Projekt

Toruń, 2008 r.

## Spis treści

1.	Podstawy prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych .....	3
2.	Cel prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych.....	3
3.	Nadzór nad przestrzeganiem zasad dotyczących promocji i informacji .....	3
4.	Zasady wizualizacji projektów oraz materiałów informacyjnych i promocyjnych .....	3
4.1	Tablice informacyjne i pamiątkowe .....	6
4.2	Plakietka informacyjna .....	9
5.	Wymagania dotyczące znaków graficznych .....	10
6.	Zasady zestawienia znaków i logotypów .....	10
7.	Kolorystyka RPO WK-P .....	11
8.	Rodzaje działań informacyjnych i promocyjnych .....	11
9.	Zalecenia dla prowadzenia kampanii informacyjno-promocyjnej w trakcie realizacji projektów w ramach RPO WK-P .....	11
10.	Informacje dodatkowe .....	12



## 1. Podstawy prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych

- art. 69 Rozporządzenia Rady (WE) nr 1083/2006 z dnia 11 lipca 2006 roku ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności,
- art. 8-9 Rozporządzenia Komisji (WE) nr 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 r. ustanawiającego szczegółowe zasady wykonania rozporządzenia Rady (WE) nr 1083/2006 odnośnie obowiązków informacyjnych i promocyjnych stosowanych przez Państwa Członkowskie,
- *Strategia Komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności 2007-2013*,
- *Wytyczne Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji w zakresie Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia 2007-2013 z 13 sierpnia 2007 r.* wydane na podstawie art. 35 ust. 3 pkt 11 Ustawy o zasadach prowadzenia polityki rozwoju z 6 grudnia 2006 r. w celu zapewnienia jednolitości zasad prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących Funduszy Europejskich,
- Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013,
- *Plan komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013*,

## 2. Cel prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych

Celem działań informacyjnych i promocyjnych prowadzonych przez beneficjentów jest zwiększenie świadomości społeczeństwa na temat udziału środków Unii Europejskiej w projektach realizowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013.

## 3. Nadzór nad przestrzeganiem zasad dotyczących promocji i informacji

Zgodnie z artykułem 8 Rozporządzenia Komisji (WE) nr 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 r., beneficjenci projektów odpowiedzialni są za prowadzenie polityki informacyjnej wobec opinii publicznej z zakresu uzyskanego dofinansowania z Funduszy Strukturalnych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013. Instytucją odpowiedzialną za weryfikację i kontrolę działań informacyjno-promocyjnych dla projektów realizowanych w ramach RPO WK-P jest Instytucja Zarządzająca RPO WK-P (Departament Wdrażania RPO). Podstawę prawną stanowić będzie umowa o dofinansowanie projektu realizowanego w ramach RPO WK-P na lata 2007-2013 zawarta pomiędzy beneficjentem a Instytucją Zarządzającą. Brak lub niewłaściwe przeprowadzenie działań informacyjno-promocyjnych skutkować będzie wstrzymaniem wypłaty środków lub koniecznością zwrotu dotacji.

## 4. Zasady wizualizacji projektów oraz materiałów informacyjnych i promocyjnych

W województwie kujawsko-pomorskim promocja projektów realizowanych w ramach RPO WK-P oraz wizualizacja programu i projektów realizowanych w jego ramach oparta jest o wymogi zawarte w Rozporządzeniu Komisji (WE) 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 r. i *Księdze identyfikacji wizualnej Narodowej Strategii Spójności*.

1. Beneficjent podpisując umowę o dofinansowaniu jednocześnie wyraża zgodę na upublicznienie jego danych osobowych oraz informacji, służących ogłoszeniu w formie elektronicznej i innej, wykazu beneficjentów, tytułów operacji i przyznanych im kwot dofinansowania.

2. O fakcie dofinansowania projektu z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego beneficjent informuje wszystkich uczestników operacji. Stosowne informacje muszą znaleźć się na jakimkolwiek dokumencie odnoszącym się do operacji.
3. Wypełnianie obowiązków informacyjnych przez beneficjentów monitoruje i kontroluje IZ RPO WK-P.
4. Wszelkie materiały informacyjne, promocyjne i szkoleniowe, w zależności od ich wielkości, rodzaju i techniki wykonania będą oznaczane według dwóch możliwych wariantów:
  - **wariant podstawowy** - dla dużych materiałów (materiały duże, multimedialne, wybrane drukowane)
  - **wariant minimalny** - dla małych materiałów (materiały małe, wybrane drukowane)

**Wariant podstawowy** zakłada, że wszelkie duże materiały promocyjne, materiały multimedialne oraz wybrane materiały drukowane, do których zalicza się:

- tablice informacyjne i reklamowe,
- tablice pamiątkowe,
- billboardy, plakaty
- banner, stand, roll-up, ścianki konferencyjne,
- namioty, stoiska wystawowe itp.
- publikacje np.: dokumenty programowe, broszury, ulotki, biuletyny, itp.
- notatniki, dyplomy, certyfikaty,
- informacje prasowe, reklamy i ogłoszenia prasowe, reklamy i ogłoszenia internetowe,
- teczki firmowe, kalendarze itp.,
- strony internetowe, ogłoszenia internetowe, bazy danych,
- filmy i spoty reklamowe,
- prezentacje PowerPoint,

będą zawierały, zgodnie z rozporządzeniem wykonawczym oraz Księgą identyfikacji wizualnej NSS, co najmniej obowiązkowo:

- logo Narodowej Strategii Spójności 2007-2013 w formie znaku programu regionalnego, zamieszczone z lewej strony zestawienia znaków,
- herb województwa kujawsko-pomorskiego wraz z odwołaniem słownym do nazwy województwa umieszczone pomiędzy logo NSS a emblematem UE,
- emblemat UE wraz z odwołaniem słownym do Unii Europejskiej oraz odwołaniem słownym do Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, umieszczone po prawej stronie zestawienia znaków,
- informację o współfinansowaniu projektu umieszczoną poza powyższym zestawieniem znaków w dowolnym widocznym miejscu (dla tablic informacyjnych i pamiątkowych),

oraz fakultatywnie:

- hasło Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013 w brzmieniu „Mój region w Europie”, zamieszczone poza zestawieniem powyższych znaków w dowolnym, widocznym miejscu (hasło jest obowiązkowe w przypadku co najmniej tablic informacyjnych i pamiątkowych).

Dodatkowo wśród znaków, pomiędzy herbem województwa a emblematem UE może pojawić się znak i/lub logo beneficjenta.

**Informacja o współfinansowaniu projektu posiada brzmienie:**  
Projekt (szkolenie, publikacja, itp.) jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz ze środków budżetu państwa (województwa kujawsko-pomorskiego, samorządu, itp.) w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013.  
W przypadku, gdy projekt nie jest współfinansowany z budżetu państwa (województwa, samorządu, itp.) zwrot „oraz z budżetu” nie jest zamieszczany.

Przykłady oznaczenia:



### *Mój region w Europie*

Projekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz ze środków budżetu województwa kujawsko-pomorskiego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013.

Przykład oznaczenia wraz ze znakiem / logo beneficjenta:



**Wariant minimalny** zakłada, że małe materiały promocyjne oraz wybrane materiały drukowane, do których zalicza się:

- gadżety promocyjne,
- nadruki na płytach CD i DVD, itp.
- papier firmowy,
- bilety wizytowe,
- karty grzecznościowe,
- koperty,
- naklejki na sprzęt i wyposażenie itp.,

będą zawierały, zgodnie z rozporządzeniem wykonawczym oraz Księgą identyfikacji wizualnej NSS, co najmniej obowiązkowo:

- logo Narodowej Strategii Spójności 2007-2013 w formie znaku programu regionalnego, zamieszczone z lewej strony zestawienia znaków,
- herb województwa kujawsko-pomorskiego wraz z odwołaniem słownym do nazwy województwa umieszczony pomiędzy logo NSS a emblematem UE,
- emblemat UE wraz z odwołaniem słownym do Unii Europejskiej.

Dodatkowo wśród znaków, pomiędzy herbem województwa a emblematem UE może pojawić się znak i/lub logo beneficjenta.

W wyjątkowych sytuacjach, po uzgodnieniu z Instytucją Zarządzającą, gdy techniki wykonania uniemożliwiają czytelne zamieszczenie odwołania słownego, odwołanie słowne do nazwy województwa i Unii Europejskiej nie jest obowiązkowe.

Przykłady oznaczenia:



wersja ze znakiem / logo beneficjenta:



wersja stosowana w wyjątkowych sytuacjach, po uzgodnieniu z IZ:



lub:



Szczegółowe zasady stosowania systemu wizualnego zostały określone w Księdze Identyfikacji wizualnej Narodowej Strategii Spójności będącej załącznikiem nr 1 do Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013 i obowiązują wszystkie instytucje oraz podmioty zaangażowane w proces informowania i promocji. Księga znaku zamieszczona jest na stronie internetowej <http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/NSS/promocja/>

#### 4.1 Tablice informacyjne i pamiątkowe

Obowiązki beneficjentów w zakresie działań informacyjnych i promocyjnych skierowanych do opinii publicznej precyzuje art. 8 rozporządzenia wykonawczego (Rozporządzeniu Komisji (WE) 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 r.). Zgodnie z tymi przepisami beneficjent ma obowiązek umieszczenia na stałe widocznej i dużych wymiarów tablicy:

- **informacyjnej**, jeżeli całkowity wkład publiczny do operacji przekracza 500 000 € lub operacja dotyczy robót infrastrukturalnych lub budowlanych,
- **pamiątkowej**, umieszczanej nie później niż 6 miesięcy po zakończeniu operacji w przypadku inwestycji, w których całkowity wkład publiczny do operacji przekracza 500 000 € lub operacja dotyczy zakupu środków trwałych lub finansowania robót infrastrukturalnych lub budowlanych.

Tablica informacyjna jest podstawowym elementem informującym o zakresie realizowanego projektu i wsparciu ze strony Funduszy Europejskich. Powinna zostać zamontowana w ciągu 2 tygodni od momentu rozpoczęcia rzeczowej realizacji projektu w widocznym miejscu. Tablice umieszcza się w miejscu realizacji projektu.

Układ tablicy informacyjnej:

- nagłówek:

Obszar nagłówka powinien zajmować 25% całkowitej powierzchni tablicy, na którym znajduje się zestawienie znaków: logo NSS w wersji programu regionalnego, herb województwa kujawsko-pomorskiego wraz z odwołaniem słownym do nazwy województwa, emblemat UE wraz z odwołaniem słownym do Unii Europejskiej i Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. W tej części pojawia się także hasło: „Mój region w Europie”.



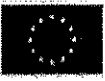

- środek tablicy:

W środkowej części tablicy należy umieścić zwrot „Nazwa beneficjenta” realizuje inwestycję „nazwa inwestycji”. Poniżej należy umieścić informacje o źródłach finansowych „wartości inwestycji” oraz „kwotę dofinansowania”. Dodatkowo beneficjent może umieścić logo i/lub znak identyfikacyjny. Obszar środka tablicy powinien zawierać 50% całkowitej powierzchni tablicy.

- stopka:

Obszar stopki powinien zajmować 25% całkowitej powierzchni tablicy i zawierać informację o współfinansowaniu ze środków EFRR wyrażoną w zdaniu: Projekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz ze środków budżetu państwa (województwa kujawsko-pomorskiego, samorządu, itp.) w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013.

Przykład:

	<b>PROGRAM REGIONALNY</b> NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI		<b>WOJEWÓDZTWO</b> <b>KUJAWSKO-POMORSKIE</b>	<b>UNIA EUROPEJSKA</b> EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO	
<i>Mój region w Europie</i>					
	<b>PÓWIAT INOWROCŁAWSKI REALIZUJE INWESTYCJĘ:</b>				
<b>Przebudowa drogi powiatowej 2548C Rybitwy - Janikowo wraz z obiektami mostowymi</b>					
Całkowita wartość inwestycji:			2 000 000 zł		
Kwota dofinansowania z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego:			1 850 000 zł		
<p>Projekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz ze środków budżetu państwa w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013</p>					

Tablice informacyjne powinny zostać zastąpione tablicą pamiątkową w terminie do 6 miesięcy od momentu rzeczowego zakończenia realizacji inwestycji. Tablice powinny stać w miejscu zakończonej inwestycji przez 5 lat, a w przypadku Małych i Średnich Przedsiębiorstw przez 3 lata. Celem stałych tablic pamiątkowych jest pozostawienie trwałej informacji o wsparciu inwestycji ze środków unijnych.

## Układ tablicy pamiątkowej:

- nagłówek:

Obszar nagłówka powinien zajmować 25% całkowitej powierzchni tablicy, na którym znajduje się zestawienie znaków: logo NSS w wersji programu regionalnego, herb województwa kujawsko-pomorskiego wraz z odwołaniem słownym do nazwy województwa, emblemat UE wraz z odwołaniem słownym do Unii Europejskiej i Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. W tej części pojawia się także hasło: „Dla rozwoju Kujaw i Pomorza”.


- środek tablicy:

W środkowej części tablicy należy umieścić zwrot „Nazwa beneficjenta” zrealizował inwestycję pt. „nazwa inwestycji”. Poniżej należy umieścić informacje o źródłach finansowych oraz terminie przeprowadzenia inwestycji. Dodatkowo beneficjent może umieścić logo i/lub znak identyfikacyjny. Obszar środka tablicy powinien zawierać 50% całkowitej powierzchni tablicy.


- stopka:

Obszar stopki powinien zajmować 25% całkowitej powierzchni tablicy i zawierać informację o współfinansowaniu ze środków EFRR wyrażoną w zdaniu: Projekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz ze środków budżetu państwa (województwa kujawsko-pomorskiego, samorządu, itp.) w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013.


## Przykład:



**PROGRAM REGIONALNY**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI




**WOJEWÓDZTWO**  
**KUJAWSKO-POMORSKIE**



**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO

*Mój region w Europie*

---



**POWIAT INOWROCŁAWSKI ZREALIZOWAŁ INWESTYCJĘ:**

**Przebudowa drogi powiatowej 2548C Rybitwy - Janikowo  
wraz z obiektami mostowymi**

Całkowita wartość Inwestycji:	2 000 000 zł
Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego (75%):	1 500 000 zł
Budżet państwa (10%):	200 000 zł
Budżet powiatu (15%):	300 000 zł
Termin realizacji:	maj 2008 - wrzesień 2008

---

**Projekt współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego  
oraz ze środków budżetu państwa w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego  
Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013**

**Stosowanie tablic:**

- w przypadku dróg powinny być zamontowane na początku i na końcu budowanego lub modernizowanego odcinka drogi,
- w przypadku budowy, remontu, modernizacji całych budynków tablice powinny być umieszczone na zewnątrz budynku (np. przy wejściu do budynku),
- dla modernizacji pomieszczeń lub części obiektu tablica pamiątkowa powinna znaleźć się w części, której dotyczy projekt,

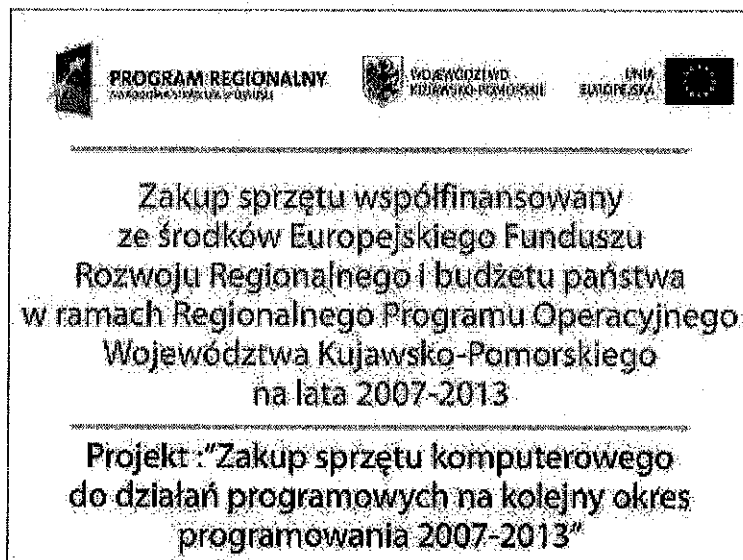
W przypadku pozostałych inwestycji np. dla projektów realizowanych w ramach Osi VIII RPO WK-P Pomoc Techniczna, oraz dla inwestycji, które nie zostały opisane w niniejszym dokumencie należy zastosować innego rodzaju sposób umieszczania tablic, po wcześniejszym uzgodnieniu z Instytucją Zarządzającą.

**Wymiary tablic informacyjnych i pamiątkowych:**

- tablica o wymiarach 2000 mm x 1500 mm – dla projektów, których całkowity wkład publiczny przekracza 500 000 € lub operacja dotyczy robót infrastrukturalnych lub budowlanych,
- tablica o wymiarach 1125 mm x 845 mm lub 500 mm x 375 mm - stosuje się za zgodą Instytucji Zarządzającej w przypadku zakupu środków trwałych, inwestycji infrastrukturalnych i budowlanych, gdzie nie jest możliwe umieszczenie stosownej tablicy ze względów technicznych i/lub względów bezpieczeństwa,
- tablica o wymiarach 200 mm x 150 mm – dla oznaczania projektów realizowanych w ramach Osi VIII RPO WK-P Pomoc Techniczna.

**4.2 Plakietka informacyjna**

Stosuje się dla oznakowania zakupionego wyposażenia, sprzętu komputerowego, biurowego oraz innych sprzętów i materiałów zakupionych dzięki wsparciu środków unijnych. Plakietka informacyjna powinna posiadać wymiary nie mniejsze jak 60 mm x 45 mm i powinna znajdować się w widocznym miejscu.

**Przykład:**

## 5. Wymagania dotyczące znaków graficznych

Szczegółowe zasady stosowania emblematu Unii Europejskiej dostępne są w załączniku I do rozporządzenia Komisji Europejskiej (WE) nr 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006r. oraz na stronie internetowej:

[http://europa.eu.int/abc/symbols/emblem/graphics1\\_pl.htm](http://europa.eu.int/abc/symbols/emblem/graphics1_pl.htm)

Szczegółowe wytyczne dotyczące stosowania znaku Narodowej Strategii Spójności zawarto w Księdze identyfikacji wizualnej Narodowej Strategii Spójności będącej załącznikiem do Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności 2007-2013 dostępnej na stronie internetowej:

<http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/NSS/promocja/>

Na powyższej stronie dostępne są do pobrania różne wersje znaku Narodowej Strategii Spójności

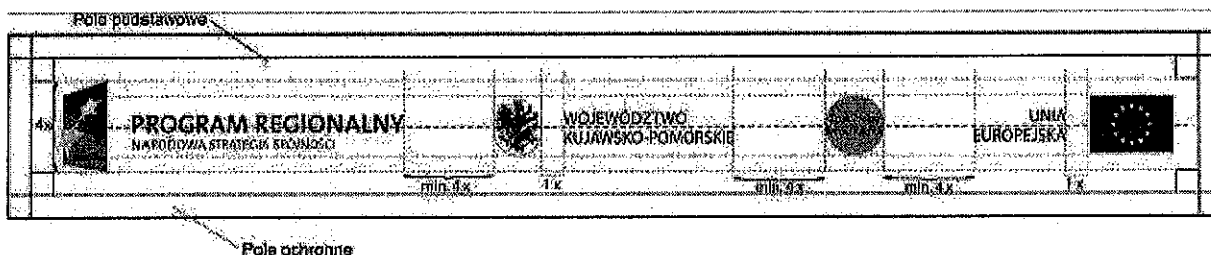
Szczegółowy opis herbu województwa kujawsko-pomorskiego znajduje się na stronie internetowej:

<http://www.kujawsko-pomorskie.pl/> w zakładce Statut Województwa/Insignia Województwa

W publikacjach promocyjnych zawierających znaki i logo zawarte w powyższych zestawieniach zabronione są następujące działania ingerujące w ich wygląd:

- pozbawianie logotypów jakichkolwiek elementów składowych wersji podstawowej,
- stosowanie innych kolorów i czcionek niż te wskazane w księgach znaku i dokumentacji herbu,
- umieszczanie znaków na agresywnym, wielobarwnym tle,
- zniekształcanie proporcji znaków przez ściąganie i rozciąganie,
- zmiana proporcji elementów znaków,
- nie należy używać skrótów tj. UE, EFRR, NSS.

## 6. Zasady zestawienia znaków i logotypów



Moduł konstrukcyjny to kwadrat o boku równym  $\frac{1}{4}$  wysokości znaku graficznego NSS w wersji programu regionalnego.

Pole podstawowe definiuje minimalny zamknięty obszar wokół znaku, w którym znak może być użyty.

Pole ochronne definiuje obszar wokół znaku, w którym nie może pojawić się żadna obca forma, zarówno graficzna, jak i tekstowa.



## 7. Kolorystyka RPO WK-P

Wszelkie materiały promocyjne i informacyjne powinny być wykonane w kolorystyce odpowiadającej kolorystyce programu regionalnego zamieszczonej w Księdze identyfikacji wizualnej. System wizualizacji RPO WK-P używa następującej kolorystyki i następujących tła jednolitych (wartości kolorów w systemie kolorystycznym CMYK):



W materiałach promocyjnych i informacyjnych zaleca się stosowanie czcionek z rodziny Myriad Pro lub Arial.

## 8. Rodzaje działań informacyjnych i promocyjnych

Wybór narzędzi promocji określonego projektu należy do beneficjenta, chyba że zawarta umowa o dofinansowanie precyzuje inne, obowiązkowe formy promocji. Zastosowanie właściwej formy promocji powinno uwzględniać wartość oraz rodzaj i charakter przedsięwzięcia, zgodnie z zasadą, że im więcej zostanie podjętych działań promocyjnych projektu, tym lepszy będzie rezultat działań informacyjnych i promocyjnych.

Powyższe zasady dotyczące promocji projektów powinny być stosowane w szczególności do:

- dokumentacji projektowej,
- tablic informacyjnych,
- tablic pamiątkowych,
- plaketek informacyjnych,
- korespondencji prowadzonej w sprawach projektu z wykonawcami projektów i IZ RPO WK-P,
- umów z wykonawcami oraz dokumentacji przetargowej,
- umów z pracownikami zatrudnionymi w ramach projektu lub opisów stanowisk takich pracowników,
- ogłoszeń o wyborze wykonawcy w ramach projektów,
- wszelkich materiałów konferencyjnych, szkoleniowych, materiałów multimedialnych, broszur, plakatów i ulotek,
- materiałów prasowych,
- stron internetowych zawierających informacje o projektach realizowanych w ramach RPO WK-P,
- wszystkich pozostałych instrumentów stosowanych przy realizacji projektu.

## 9. Zalecenia dla prowadzenia kampanii informacyjno-promocyjnej w trakcie realizacji projektów w ramach RPO WK-P

W ramach prowadzenia kampanii informacyjno-promocyjnej Instytucja Zarządzająca zaleca:

- w momencie rozpoczęcia realizacji projektu przeprowadzić konferencję (lub inną akcję promocyjną) inaugurującą projekt;
- poinformować społeczność lokalną o rozpoczęciu projektu (ogłoszenia, informacje w mediach lokalnych o jak największym zasięgu),
- w trakcie realizacji projektu informować o poszczególnych etapach i postępach w realizacji projektu,
- dodatkowo zaleca się, aby każdy projekt posiadał własną stronę internetową lub stanowił podstronę do istniejącej domeny,
- na koniec realizacji projektu przedstawić jak największej opinii społecznej rezultaty projektu,
- przeprowadzić konferencję (lub inną akcję promocyjną) podsumowującą zakończenie projektu (przedstawić dokonania i efekty),
- poinformować społeczność lokalną o zakończeniu projektu (ogłoszenia, informacje prasowe w lokalnych mediach o jak największym zasięgu),
- opracować folder / ulotkę informacyjno-promocyjną oraz gadżety promujące projekt.

Beneficjent zobowiązuje się do przestrzegania zasad dotyczących informacji i promocji w momencie podpisania umowy o dofinansowanie projektu. Zgodnie z umową o dofinansowanie projektu beneficjent zobowiązuje się do:

- zapewnienia informowania społeczeństwa o współfinansowaniu realizacji projektu przez Unię Europejską zgodnie z wymogami rozporządzenia Komisji nr 1828/2006 oraz wytycznymi i zaleceniami Instytucji Zarządzającej RPO WK-P,
- wypełniania obowiązków informacji i promocji w zakresie określonym we wniosku o dofinansowanie,
- zamieszczenia we wszystkich dokumentach i materiałach, które przygotowuje w związku z realizacją projektu, informacji o udziale Unii Europejskiej oraz Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego we współfinansowaniu projektu oraz oznaczania dokumentów i miejsca realizacji projektu, a także urządzeń, obiektów, terenów i pomieszczeń, w których realizowany jest projekt, emblematu Unii Europejskiej, herbu województwa kujawsko-pomorskiego oraz logo Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013.

Wszystkie wydarzenia związane z realizacją projektu, powinny zostać podane do wiadomości możliwe jak najszerszemu kręgowi odbiorców. Zaleca się sporządzanie dokumentacji fotograficznej lub filmowej z każdego etapu realizacji projektu. Dokumentację dotyczącą działań informacyjnych i promocyjnych podjętych w ramach promocji projektu, zgodnie z treścią umowy o dofinansowanie, należy przechowywać do dnia 31 grudnia 2020 r.

## 10. Informacje dodatkowe

Dodatkowych informacji dotyczących wymagań odnośnie informacji i promocji projektów współfinansowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013 udziela Punk Informacyjny RPO WK-P Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego.

Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego  
Regionalny Punkt Informacyjny,  
ul. Marii Skłodowskiej-Curie 73, 87-100 Toruń  
tel.: 56 656 10 50 lub 56 656 11 00  
fax: 56 656 11 30  
e-mail: [informacja\\_rpo@kujawsko-pomorskie.pl](mailto:informacja_rpo@kujawsko-pomorskie.pl)  
[www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl](http://www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl)