



**PROGRAM REGIONALNY**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO  
KUJAWSKO-POMORSKIE

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO



*Mój region w Europie*

Plan komunikacji zgodny z założeniami 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, 2012 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 .....	5
5.1 Komunikacja wewnętrzna .....	6
5.2 Kontakt z otoczeniem .....	6
5.3 Potencjał referencyjny .....	6
6. Obowiązki w zakresie prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych .....	7
6.1 Departament Promocji .....	7
6.2 Departament Wdrażania RPO .....	8
6.3 Departament Zarządzania Funduszami i Projektami Unijnymi.....	8
6.4 Gabinet Marszałka i rzecznik prasowy .....	8
6.5 Beneficjenci projektów.....	8
7. Cele działań informacyjnych i promocyjnych.....	8
7.1 Cel główny (długofalowy).....	8
7.2 Cel ogólny .....	8
7.3 Cele szczegółowe .....	8
8. Grupy docelowe .....	9
8.1 Ogół społeczeństwa.....	9
8.2 Instytucje uczestniczące w realizacji RPO WK-P.....	9
8.3 Beneficjenci i potencjalni beneficjenci .....	9
8.4 Uczestnicy projektów i potencjalni uczestnicy projektów.....	10
8.6 Partnerzy społeczni i gospodarczy .....	10
8.7 Media lokalne i regionalne .....	10
8.8 Decydenci .....	10
9. Podstawowe założenia informacji i promocji.....	10
9.1 Podstawowe komunikaty (key messages) .....	10
Wizualizacja RPO WK-P.....	11
10.Narzędzia działań informacyjnych i promocyjnych.....	11
11.Punkty informacyjne.....	12
12.Szkolenia.....	14
13.Ocena realizacji działań informacyjnych i promocyjnych .....	15
14.Ogólny harmonogram podstawowych kierunków, elementów i etapów komunikacji .....	17
15.Harmonogram działań informacyjnych i promocyjnych.....	18
16.Budżet .....	19
17.Roczne plany działań w zakresie informacji i promocji.....	19
18.Podsumowanie.....	19

# 1. Wprowadzenie

Badania opinii publicznej pokazują, że ponad 70% społeczeństwa wykazuje pozytywne nastawienie 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 województwie kujawsko-pomorskim wydatkowano całość środków przyznanych z Unii Europejskiej w ramach Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego (ZPORR). 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, służących realizacji Strategii Rozwoju Kraju na lata 2007-2015 i Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia na lata 2007-2013 (Narodowej Strategii Spójności) 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 (NSRO), 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 wynoszą 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 jakie niesie ze sobą 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) obowiązuje 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 Promocji i Informacji Funduszy Unijnych w Departamencie Promocji oraz Departamentu Wdrażania RPO i Departamentu Zarządzania Funduszami i Projektami Unijnymi.

*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.

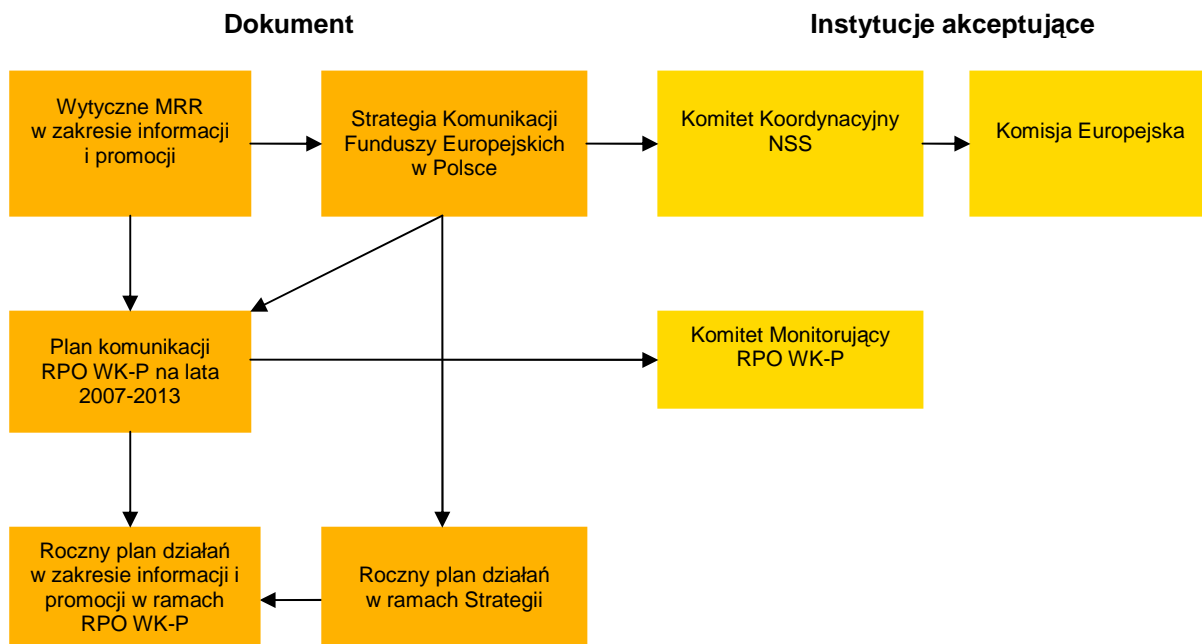
## 2. Podstawy prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych

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 na lata 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 *Wytocznymi Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji* z dnia 10 czerwca 2010 r., które wydano na podstawie art. 35 ust. 3 pkt 6b 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: art. 69 Rozporządzenia Rady (WE) nr 1083/2006 z 11 lipca 2006 r. ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylające rozporządzenie (WE) nr 1260/1999, zgodnie z którym IZ programem operacyjnym dostarcza informacji na temat operacji i współfinansowania programów oraz zapewnia ich promocję, a także art. 1 Rozporządzenia

Komisji (WE) nr 846/2009 z dnia 1 września 2009 r. zmieniającego Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1828 z 8 grudnia 2006 r. ustanawiające szczegółowe zasady wykonania w/w rozporządzenia Rady.

*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 związanych z promocją i informacją 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 wdrażania i realizacji Regionalnego Programu Operacyjnego i innych programów operacyjnych wdrażanych w województwie kujawsko-pomorskim. Dotyczy to także zadań z zakresu komunikacji, informacji 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 Promocji. W celu prowadzenia spójnej polityki, a także wspólnych działań i inicjatyw z zakresu informacji i promocji na poziomie regionalnym jak i krajowym, rolę koordynacyjną pełni IK NSRO czyli Ministerstwo Rozwoju Regionalnego. Na podstawie poprzedniego okresu programowania oraz sytuacji wyjściowej dokonano analizy mocnych i słabych stron, szans oraz zagrożeń jakie mogą pojawić się 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 regionalnych sprawami związanymi z wdrażaniem RPO WK-P.</li> <li>Znaczny 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 w komunikacji dotyczącej 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 informację, dające przy-</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Duża liczba instytucji zaangażowanych w działania</li> </ul>

zwolenie społeczne na intensywne działania informacyjne i promocyjne.

- Ścisła współpraca z mediami i partnerami społecznymi.
- Dalsze usprawnianie i upraszczanie procesu wdrażania funduszy uwierzytelniających przekaz i wspierających kształtowanie dobrego wizerunku funduszy.
- Dobry wizerunek UM jako instytucji zarządzającej wdrażaniem funduszy.
- Możliwość szerokiej wymiany doświadczeń, także z przedstawicielami innych państw członkowskich UE, dzięki bezpośrednim kontaktom pracowników oraz udziałowi np. w Grupie Sterującej.
- Uregulowanie zasad prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych poprzez Wytyczne MRR i Strategię Komunikacji.
- Duży budżet na działania informacyjne i promocyjne.

informacyjne i promocyjne może powodować trudności w koordynacji.

- Wiele nowych instytucji zaangażowanych w proces wdrażania funduszy.
- Brak zaufania do instytucji zajmujących się funduszami i przekonanie o ich niedostępności.
- Trudności wyboru odpowiednich profesjonalnych wykonawców w trybach wynikających z ustawy Prawo zamówień publicznych.
- Wykorzystywanie kwestii funduszy do celów politycznych.
- Brak dobrej komunikacji pomiędzy instytucjami prowadzącymi działania informacyjne i promocyjne.

## 4. Idea prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych

Promocję i informację należy rozumieć jako zespół działań mających na celu 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 najprostszym komunikatem 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, mediów 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 we wdrażanie RPO WK-P w zakresie realizacji działań informacyjnych i promocyjnych.
- Zapewnienie potencjalnym beneficjentom pełnej informacji na tematy: 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, właściwej realizacji i rozliczania zadań, a także wszelkich innych informacji niezbędnych do ubiegania się o dofinansowanie.
- 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 Promocji RPO (Wydział Koordynacji Promocji i Informacji Funduszy Unijnych w Departamencie Promocji). 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 komórki organizacyjne UM WK-P działające w ramach RPO WK-P współpracują między sobą oraz z innymi komórkami istotnymi ze względu na proces informowania o RPO WK-P (np. Departament Zarządzania Funduszami i Projektami Unijnymi, 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 [www.mojregion.eu](http://www.mojregion.eu)). Za publikację list beneficjentów na stronie internetowej odpowiedzialna jest IZ, Departament Wdrażania RPO. W celu jak najpełniejszej koordynacji tych działań na poziomie województwa utworzono Zespół ds. Informacji i Promocji (Zespół), w skład którego wchodzi powołani imiennie odpowiednią uchwałą zarządu województwa przedstawiciele Departamentu Promocji, Departamentu Zarządzania Funduszami i Projektami Unijnymi, Departamentu Wdrażania RPO, Departamentu Rolnictwa, Departamentu Spraw Społecznych, Departamentu Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Gabinetu Marszałka i rzecznik prasowy. Zespół ma za zadanie koordynować oraz wyznaczać ogólne kierunki informacji i promocji województwa oraz funduszy unijnych ze szczególnym uwzględnieniem Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013. W spotkaniach mogą brać udział zaproszeni przedstawiciele innych instytucji istotnych z punktu widzenia prowadzonych w bieżącym czasie działań promocyjnych i informacyjnych oraz szkoleniowych w celu wymiany informacji, koordynacji i czuwania nad spójnością działań informacyjnych i promocyjnych prowadzonych w ramach różnych programów współfinansowanych z Funduszy Europejskich: Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki (POKL), Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich (PROW), Programu Operacyjnego Pomoc Techniczna (POPT) oraz pozostałych jednostek i instytucji prowadzących działania informacyjno-promocyjne na terenie województwa. Do głównych zadań Zespołu należy koordynacja i ujednolicenie działań informacyjno-promocyjnych, doradztwo w zakresie realizowanych działań informacyjno-promocyjnych oraz wyznaczanie ogólnych kierunków w zakresie promocji i informacji. Spotkania Zespołu będą odbywały się w miarę potrzeby, nie rzadziej niż dwa razy do roku.

Wszelkie znaczące zmiany *Planu komunikacji*, zwłaszcza te 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 ilość przekazywanych informacji i podmiotów zaangażowanych w realizację RPO WK-P, proponuje się przekazywanie informacji według poniższych zasad. Stworzenie odpowiednich reguł komunikacji wewnętrznej pomoże usprawnić system wymiany informacji, a tym samym pozwoli efektywniej wykonywać zadania wynikające z założeń promocji RPO WK-P. Cele i zadania wynikające z RPO WK-P, ich organizacja i 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 [www.mojregion.eu](http://www.mojregion.eu), elektroniczny biuletyn informacyjny, pisma, sprawozdania, szkolenia, imprezy organizowane przez UM WK-P, itp.

Za koordynację działań informacyjnych i promocyjnych oraz za komunikację wewnętrzną odpowiada Biuro Promocji RPO, gdzie spływają wszelkie informacje związane z działaniami prowadzonymi w ramach RPO WK-P. Na podstawie otrzymanych informacji, przygotowany zostaje komunikat, w odpowiedniej formie, do dalszego przekazania, uwzględniający odbiorcę, narzędzie przekazywania informacji i czas, w którym informacja powinna dotrzeć do adresata. Ponadto w procesie promocji i informacji pośrednio uczestniczą: zarząd województwa, radni, przedstawiciele Komisji Europejskiej, pozostali pracownicy UM WK-P.

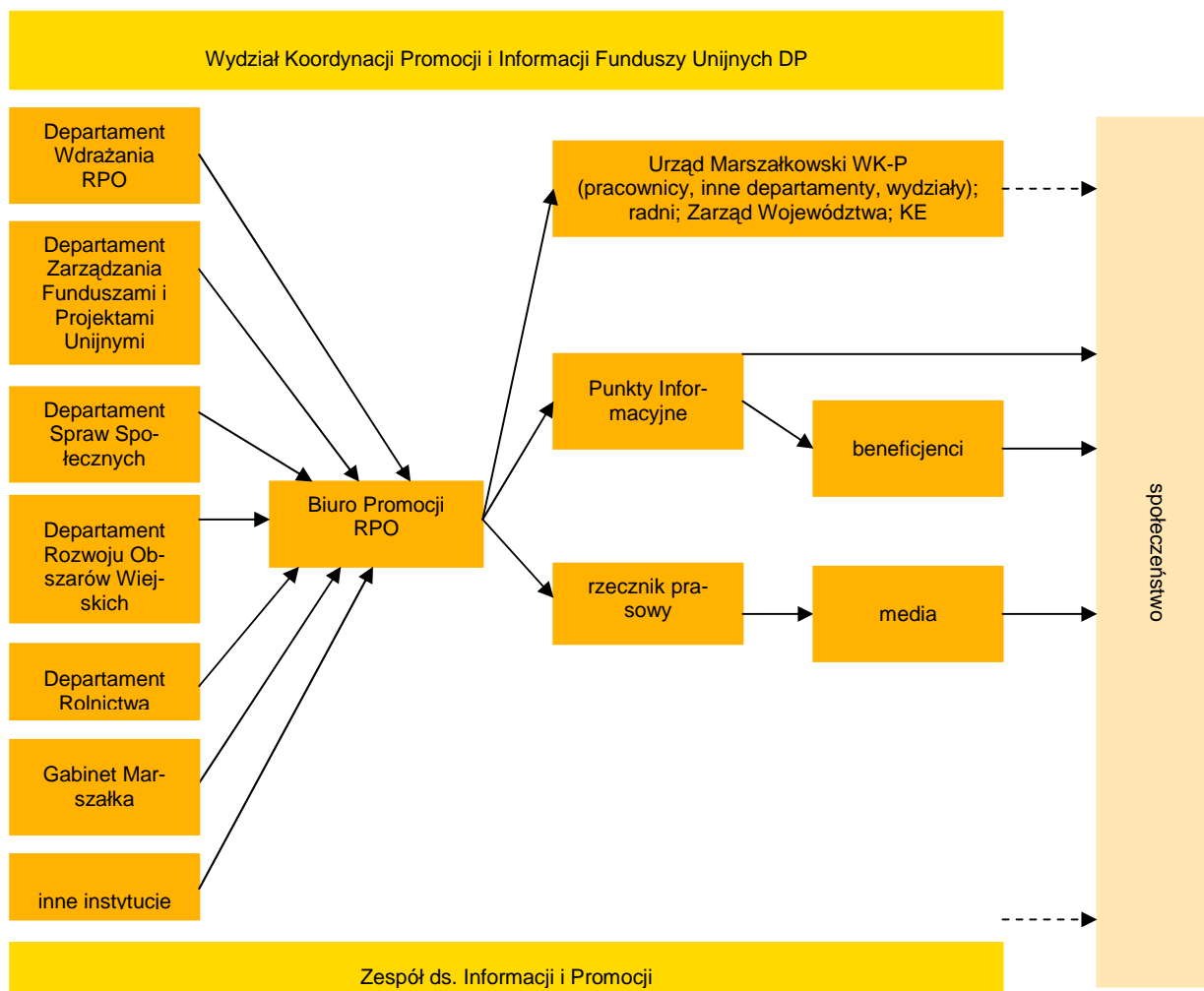
## **5.2 Kontakt z otoczeniem**

Istotne jest odpowiednie wykorzystanie informacji zwrotnej, która pojawia się przy działaniach informacyjnych i promocyjnych. Ważne jest zbieranie i analizowanie tych informacji, a następnie wykorzystanie ich do usprawnienia prowadzonych działań. Dlatego też dużą wagę przykładana się do monitoringu promocji. Statystyki odwiedzin strony internetowej, liczba i rodzaj zapytań kierowanych do Punktów Informacyjnych ze strony beneficjentów i potencjalnych beneficjentów, liczba artykułów, które ukazały się w prasie uwzględnione są w sprawozdaniach przekazywanych Komitetowi Monitorującemu. Wyniki monitoringu stanowią wskazówkę do dalszych działań i ewentualnych korekt.

## **5.3 Potencjał referencyjny**

System działań i komunikacji wewnętrznej pomaga zapewnić wysoką jakość 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 oni 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 Promocji

- 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;
- 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;
- Przygotowywanie i przekazywanie informacji o realizacji działań w ramach RPO WK-P;
- Udział w pracach Zespołu ds. Informacji i Promocji.



## 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;
- Dostarczanie informacji o projektach realizowanych w ramach RPO WK-P;
- Publikacja list beneficjentów na stronie internetowej IZ [www.mojregion.eu](http://www.mojregion.eu);
- Nadzór nad przestrzeganiem przez beneficjentów zasad dotyczących stosowania środków informacyjnych i promocyjnych;
- Przygotowywanie i przekazywanie informacji o realizacji działań w ramach RPO WK-P;
- Udział w pracach Zespołu ds. Informacji i Promocji.

## 6.3 Departament Zarządzania Funduszami i Projektami Unijnymi

- 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 Europejskim Funduszu Rozwoju Regionalnego, NSS;
- Dostarczanie i upowszechnianie informacji o projektach realizowanych w ramach RPO WK-P;
- Udział w pracach Zespołu ds. Informacji i Promocji.

## 6.4 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. Informacji i Promocji

## 6.5 Beneficjenci projektów

Działania i zadania dotyczące informowania społeczeństwa o finansowaniu projektów realizowanych w ramach RPO WK-P według zasad określonych w *Wytężnych dla beneficjentów z zakresu promocji projektów realizowanych w ramach RPO WK-P*, będących 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 celem głównym 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 powinny dążyć do upowszechnienia w świadomości społecznej korzyści płynących z członkostwa w Unii Europejskiej oraz z wykorzystania środków unijnych.

### 7.3 Cele szczegółowe

Skuteczna realizacja powyższych celów możliwa jest poprzez realizację celów szczegółowych. Ich głównym efektem ma być stworzenie odpowiedniego zaplecza technicznego, umożliwiającego skuteczną, jednolitą i spójną komunikację z otoczeniem za pośrednictwem przystępnego języka i prostych



komunikatów w jednolitej formie. Sprzyjać temu będzie odpowiedni podział obowiązków związanych z promocją i informacją między instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie RPO WK-P i beneficjentami. Działania te zapewnią ciągłą obecność informacji o roli UE w zakresie udzielania pomocy w ramach projektów RPO WK-P. Niezbędne jest więc zidentyfikowanie kanałów informacji, dzięki którym będzie można skutecznie 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 informowanie 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 przedsięwzięć realizowanych w ramach RPO WK-P.
- Rozwijanie zasad partnerstwa i współpracy na rzecz pełnego wykorzystania dostępnej pomocy ze środków UE.
- Zapewnienie przejrzystości systemu zarządzania i wdrażania środków UE, zwłaszcza przejrzystości stosowanych procedur.
- Zwiększanie 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 pokazać określonym grupom odbiorców możliwości, jakie oferuje Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2007-2013.

### **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 i 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. W ten sposób pośrednio wywierają 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. Beneficjenci i potencjalni beneficjenci 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**

Grupa wyodrębniona z ogółu społeczeństwa. Osoby te nie ubiegają się bezpośrednio o dotacje, ale z nich korzystają, lub mogą korzystać uczestnicząc w projektach realizowanych przez beneficjentów. Grupa ta może tworzyć pozytywny wizerunek marki Fundusze Europejskie oraz w przyszłości sama inicjować różnego rodzaju przedsięwzięcia służące wdrażaniu i promowaniu FE.

## **8.5 Odbiorcy rezultatów**

Szczególna grupa w ramach ogółu społeczeństwa, która gdy sama uświadomi sobie efekty działania funduszy, może rozpowszechniać ich wizerunek wśród szeroko pojętej opinii publicznej.

## **8.6 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.

## **8.7 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.

## **8.8 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. 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 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, którego podstawą jest logotyp NSS oraz jednolita szata graficzna.

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 Funduszy Europejskich.

IZ oraz beneficjenci informują społeczeństwo o projektach realizowanych ze środków dostępnych w ramach RPO WK-P oraz o wielkości dofinansowania w/w projektów, wyraźnie wskazując na współfinansowanie 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. Istnieje zatem 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 na lata 2007-2013*. Ich idea sprowadza 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 jego mieszkańców.

#### 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 art. 1 Rozporządzenia Komisji (WE) nr 846/2009 z dnia 1 września 2009 r. zmieniającego Rozporządzenie Komisji (WE) 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 r., *Księdze identyfikacji wizualnej Narodowej Strategii Spójności* oraz *Wytycznych dla beneficjentów z zakresu promocji projektów realizowanych w ramach RPO WK-P*.

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

## 10. Narzędzia działań informacyjnych i promocyjnych

Narzędzia realizacji zadań informacji i promocji	
<b>Konsultacje</b>	Spotkania ekspertów i pracowników IZ z potencjalnymi beneficjentami oraz partnerami społecznymi.
<b>Konferencje, seminaria, wykłady, warsztaty, prezentacje</b>	Propagowanie informacji o możliwościach wykorzystania środków dostępnych w ramach RPO WK-P i rezultatach wsparcia, a także o osiągnięciach RPO WK-P.
<b>Serwis internetowy i e-biuletyn</b>	Redagowany w Wydziale Koordynacji Promocji i Informacji Funduszy Unijnych Departamentu Promocji serwis <a href="http://www.mojregion.eu">www.mojregion.eu</a> jest szybkim i skutecznym oraz ogólnodostępnym źródłem informacji dla wszystkich grup docelowych. Zamieszczane informacje: postępy we wdrażaniu; dokumentacja; akty prawne; informacje o procedurach; informacje z zakresu promocji i informacje dla prasy (w tym pliki przydatne w wizualizacji), informacje o konkursach i ich przebiegu, informacje o beneficjentach, realizowanych przez nich projektach i wielkości dofinansowania w/w projektów, dane adresowe i teleadresowe punktów informacyjnych, linki do portalu poświęconego Funduszom Europejskim, portalu Ministerstwa Rozwoju Regionalnego <a href="http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/">www.funduszeuropejskie.gov.pl/</a> oraz portalu Komisji Europejskiej <a href="http://www.europa.eu">www.europa.eu</a> . E-biuletyn to narzędzie dostępne w ramach portalu <a href="http://www.mojregion.eu">www.mojregion.eu</a> , które dostarcza potencjalnym beneficjentom oraz wszystkim osobom zainteresowanym Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Kujawsko-Pomorskiego najnowsze informacje dotyczące postępów w jego realizacji. Dostępny jest dla wszystkich, którzy subskrybują jego prenumeratę na stronie internetowej.
<b>Newsletter</b>	Redagowany w Wydziale Koordynacji Promocji i Informacji Funduszy Unijnych i wysyłany drogą mailową newsletter służy komunikacji internetowej pracowników IZ. Stanowi on źródło aktualnych informacji, przygotowanych w oparciu o serwisy: PAP Samorządowy, MRR i serwisy prasy regionalnej dotyczących m.in. funkcjonowania programu, organizowania konkursów, prezentacji projektów w ramach dobrych praktyk, wskazówek odnośnie aplikowania o środki oraz raportów z wdrażania programu.
<b>Publikacje, broszury, informacje, ulotki, reklamy, plakaty, materiały informacyjne i audiowizualne</b>	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.

<b>Reklama</b>	Skuteczne dotarcie do szerokiej grupy odbiorców poprzez atrakcyjną i łatwo przyswajalną formę, w tym outdoor, stoiska informacyjne przy okazji wydarzeń informacyjnych i promocyjnych, itp.
<b>Współpraca z mediami</b>	Współpraca z prasą, radiem, telewizją o zasięgu lokalnym, regionalnym, a z mediami krajowymi w porozumieniu z IK NSRO m.in. poprzez konferencje, artykuły, cykliczne informacje i relacje prasowe, audycje telewizyjne i radiowe, reklamy i ogłoszenia. Informacja o szansach dla rozwoju regionu, możliwościach aplikowania o środki, etapach wdrażania RPO WK-P podawana przez media w formie przystępnej, z silnie wyeksponowanym elementem promocyjnym, informacyjnym i edukacyjnym. Informacje opracowywane przez Biuro Promocji RPO we współpracy z pozostałymi instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie RPO WK-P.
<b>Raporty i sprawozdania</b>	Sprawozdania z wdrażania programu przygotowywane przez beneficjentów oraz IZ okresowo, rocznie i na zakończenie programu.
<b>Konkursy</b>	Konkursy dla beneficjentów dotyczące dobrych praktyk, konkursy dla dziennikarzy i mediów na najlepszy program i materiał prasowy związany z tematyką RPO WK-P, a także konkursy dla różnych grup wiekowych mieszkańców regionu (ogółu społeczeństwa) związane z tematyką RPO WK-P i tematyką unijną.
<b>Organizacja i udział w imprezach masowych</b>	Organizacja przez UM WK-P oraz udział w organizowanych przez inne podmioty i instytucje imprezach masowych związanych z Unią Europejską i RPO WK-P..
<b>Targi, ekspozycje projektów, eventy</b>	Organizacja imprez zewnętrznych, a także udział w organizowanych przez inne podmioty wydarzeniach, związanych z Unią Europejską i 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 również do ogółu społeczeństwa (np. poprzez organizację targów Funduszy Europejskich, konferencji otwierającej).

Uroczysta konferencja inauguracyjna RPO WK-P odbyła się 10 kwietnia 2008 roku. W jej trakcie podpisane zostały pierwsze umowy wstępne z beneficjentami. Podpisanie pre-umów odbyło się w miejscu niecodziennym – w sali odlotów Portu Lotniczego im. I. J. Paderewskiego w Bydgoszczy. Wybór miejsca nie był przypadkowy. Port Lotniczy jest największym z kluczowych beneficjentów Programu. Lokalizacja miała też wymiar symboliczny – podkreślała otwarcie województwa na wyzwania i ogromne możliwości, jakie stwarza realizacja RPO w wymiarze regionalnym, a jako część Narodowej Strategii Spójności – również ogólnokrajowym.

Projekty, na które pre-umowy podpisano na lotnisku, zostały wyłonione z Indykatorywnego Wykazu Indywidualnych Projektów Kluczowych jako najbardziej zaawansowane w przygotowaniu do rozpoczęcia realizacji i tym samym otrzymania finansowego wsparcia z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Cztery dotyczyły osi priorytetowej III, czyli *Rozwoju infrastruktury społecznej*, a pozostałe to zadania w ramach osi priorytetowej I – *Rozwój infrastruktury technicznej* (trzy projekty), osi priorytetowej V – *Wzmocnienie konkurencyjności przedsiębiorstw* (jeden projekt) i osi priorytetowej VI – *Wsparcie rozwoju turystyki* (jeden projekt).

W trakcie konferencji wyemitowano wyprodukowany na potrzeby promocji Programu spot reklamowy RPO WK-P. Był on później emitowany w telewizji regionalnej oraz w telewizjach kablowych czterech miast województwa kujawsko-pomorskiego.

Na uroczystą inaugurację RPO WK-P zaproszono przedstawicieli Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, władze wojewódzkie i samorządowe, beneficjentów i potencjalnych beneficjentów Programu, przedstawicieli instytucji uczestniczących w realizacji Programu, partnerów społeczno-gospodarczych oraz lokalne i regionalne media – łącznie około 200 osób. W inauguracji uczestniczyły 122 osoby.

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, od Dnia Europy przypadającego 9 maja, w rocznicę ogłoszenia Deklaracji Schumanna, przed siedzibą UM WK-P oraz siedzibą IZ RPO WK-P przez cały tydzień wywieszona będzie flaga UE.

## 11. Punkty informacyjne

W ramach działań informacyjnych i promocyjnych utworzono sieć pięciu punktów informacyjnych na terenie województwa kujawsko-pomorskiego działającą w ramach Systemu Informacji o Funduszach Europejskich, koordynowaną i współfinansowaną przez MRR. W jej skład wchodzi: Główny Punkt Informacyjny w Toruniu (dwie lokalizacje) wraz z Lokalnymi Punktami Informacyjnymi w Bydgoszczy, Grudziądzu, Inowrocławiu i Włocławku. Zadaniem sieci punktów jest upowszechnianie informacji o Funduszach Europejskich w celu uzyskania wiedzy o działaniach w ich obszarze przez potencjalnych i faktycznych beneficjentów, a także uzyskanie powszechnej akceptacji mieszkańców województwa dla



tych działań i efektów wdrażania. Ponadto punkty informacyjne w wyniku swojej działalności jawnie przyczyniają się do maksymalizacji absorpcji Funduszy Europejskich, maksymalizacji świadomości potencjalnych beneficjentów w zakresie sposobów korzystania ze środków unijnych oraz, przede wszystkim dostarczają niezbędną wiedzę ogólną oraz kierują potencjalnego beneficjenta do informacji szczegółowych.

Punkty informacyjne w województwie kujawsko-pomorskim formalnie wpisują się w System Informacji o Funduszach Europejskich obejmujący 16 województw. Wszystkie cele punktów informacyjnych realizowane są poprzez działania, na skutek których potencjalni beneficjenci uzyskują informacje na temat możliwości uzyskania pomocy finansowej z RPO WK-P i innych programów realizowanych przez UM WK-P. Do działań tych należą: stałe podnoszenie poziomu wiedzy osób udzielających informacji, wymiana 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 Systemu Informacji o Funduszach Europejskich, mając ciągły dostęp do informacji o całości Funduszy Europejskich, punkty dysponują informacją o postępach w ich wdrażaniu, informacją na tematy horyzontalne i przekrojowe dotyczące celów NSRO/NSS.

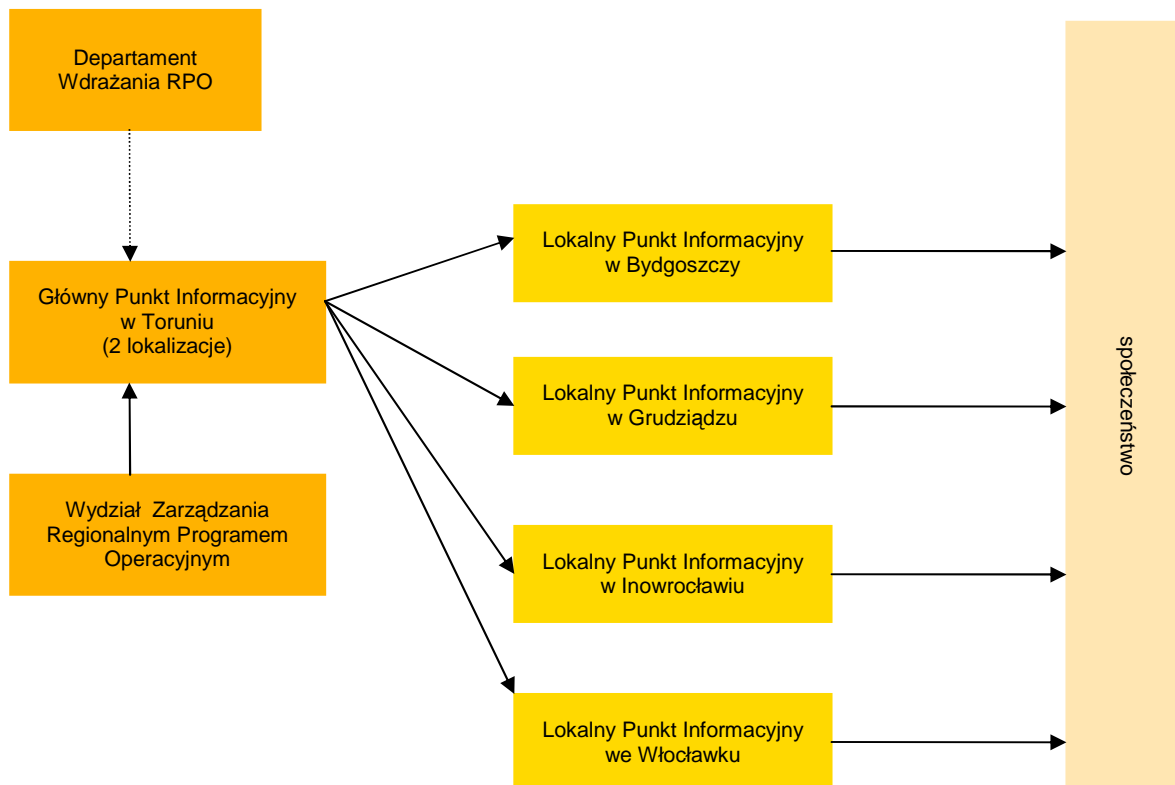
#### **Szczegółowe zadania punktów informacyjnych**

- 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

#### **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
- Wstępna diagnoza potrzeb i oczekiwań potencjalnego beneficjenta i wskazanie możliwości aplikacji do właściwych funduszy
- Wstępne doradztwo dotyczące reguł wypełniania wniosków o płatność oraz zasad przeprowadzania kontroli projektów.

Zgodnie z Porozumieniem z Ministerstwem Rozwoju Regionalnego podstawowym narzędziem monitorowania działalności Lokalnych Punktów Informacyjnych jest formularz uwzględniający m.in.: liczbę i rodzaj udzielanych porad, informacje o przedsięwzięciach informacyjno-promocyjnych, informacje o kontaktach z mediami. Formularz monitorowania działalności LPI raz w miesiącu przesyłany jest pocztą tradycyjną i elektroniczną do Koordynatora Punktów Informacyjnych, który cztery razy w roku przesyła raporty merytoryczne uwzględniające dane z ww. formularzy oraz Informacje dotyczące działalności Głównego Punktu Informacyjnego do Ministerstwa Rozwoju Regionalnego.



Rys. Schemat przepływu informacji pomiędzy Punktami Informacyjnymi

## 12. Szkolenia

Istotnym elementem działań promocyjnych i informacyjnych realizowanych w ramach RPO WK-P będą szkolenia dla pracowników zaangażowanych w realizację programu, dotyczące zasad i tematyki związanej z jego realizacją. Podobne szkolenia organizowane będą dla potencjalnych i ostatecznych beneficjentów programu.

Szkolenia dla pracowników 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 szkoleń, sporządzanych na podstawie analizy bieżących potrzeb szkoleniowych. Plany te będą uwzględniane w trakcie tworzenia Rocznych planów 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, 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. Ocernione zostają: efektywność, skuteczność i zasięg podejmowanych działań. Ewaluacja obejmuje długoterminowe efekty realizacji *Planu komunikacji* oraz ich oddziaływanie, a jej wyniki będą służyły planowaniu działań informacyjnych, promocyjnych i 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 będą m.in. wywiady, grupy fokusowe, studium przypadku, analiza dokumentów. Stosowane narzędzia, metody i techniki powinny pomóc przy określeniu oddziaływania na określone grupy docelowe. 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 m.in. za pomocą ankiet, kart oceny, stronę internetową, dane dotyczące działań komunikacyjnych będą również spisywane i archiwizowane. 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 na lata 2007-2013**



Typ działania	Wskaźnik produktu	Wskaźnik rezultatu	Metoda badania	Szacowana docelowa wartość wskaźnika	
				Wskaźnik produktu	Wskaźnik rezultatu
<b>Punkty Informacyjne</b>	Liczba funkcjonujących punktów informacyjnych	1. Liczba odpowiedzi udzielonych drogą elektroniczną 2. Liczba odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną 3. Liczba osób odwiedzających punkty informacyjne	Statystyki	6	1. 5 700 2. 43 000 3. 11 000
<b>Kampanie informacyjne i promocyjne o szerokim zasięgu</b>	Liczba przeprowadzonych kampanii	Liczba akcji przeprowadzonych w ramach kampanii	Statystyki	7	30
<b>Internet</b>	Liczba stron internetowych	Liczba wejść na stronę internetową	Statystyki	1	5 000 000
	Liczba wysłanych e-biuletynów	Liczba subskrybentów e-biuletynu	Listy dystrybucji	245	1 200
<b>Newsletter</b>	Liczba wysłanych newsletterów	Liczba subskrybentów newslettera	Listy dystrybucji	700	240
<b>Publikacje</b>	Liczba tytułów dokumentów programowych	Wolumen egzemplarzy dokumentów programowych	Dokumenty własne	5	5 000
	Liczba tytułów pozostałych publikacji (ulotki, broszury, itp.)	Wolumen egzemplarzy pozostałych publikacji	Dokumenty własne	25	63 000
<b>Wymiana doświadczeń</b>	Liczba spotkań Zespołu ds. Informacji i Promocji	-	Protokół ze spotkania	4	-
<b>Ewaluacja</b>	Liczba badań marketingowych	Liczba badań ewaluacyjnych	dokumenty własne	1	3
<b>Edukacja</b>	Liczba zorganizowanych szkoleń	Liczba uczestników szkoleń	Listy obecności	140	7 000
	Liczba konkursów	Liczba uczestników	Statystyki	10	3 500
<b>Współpraca z mediami</b>	Liczba materiałów prasowych, telewizyjnych, radiowych	Liczba osób, do których dotarła informacja	Monitoring mediów	1 000	700 000
<b>Konsultacje, spotkania</b>	Liczba konsultacji, spotkań	Liczba uczestników konsultacji, spotkań	Listy obecności, statystyki	70	4 000
<b>Konferencje</b>	Liczba zorganizowanych lub współorganizowanych konferencji	Liczba uczestników konferencji	Listy obecności, statystyki	10	1 200
<b>Targi, ekspozycje projektów, eventy</b>	Liczba zorganizowanych lub współorganizowanych targów, innych imprez masowych	Liczba uczestników zorganizowanych lub współorganizowanych targów, innych imprez masowych	Statystyki, liczba wysłanych zaproszeń	95	210 000
<b>Materiały promocyjne</b>	Liczba rodzajów wszystkich materiałów promocyjnych	Liczba egzemplarzy wszystkich materiałów promocyjnych	Materiały własne	45	55 000

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

[illegible]

## 15. Harmonogram działań informacyjnych i promocyjnych

[illegible]

## 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
Źródło finansowania	Pomoc Techniczna RPO WK-P - kategoria 86 (działanie 8.2)						
Planowane środki	122 764,47 €	466 338,13 €	843 674,01 €	621 027,93 €	673 988,44 €	637 287,39 €	3 365 080,37 €
Wkład wspólnotowy	104 349,80 €	396 387,41 €	717 122,91 €	527 873,74 €	673 988,44 €	637 287,39 €	3 057 009,69 €
Budżet samorządu	18 414,67 €	69 950,72 €	126 551,10 €	93 154,19 €	-	-	308 070,68 €

## 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 Promocji RPO. Przekazanie *Rocznego planu działań w zakresie informacji i promocji* do IK NSRO następuje każdorazowo w terminie ustalonym przez IK NSRO. *Roczny plan działań* może być aktualizowany dwukrotnie 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 prowadzonych 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 w zakresie informacji i promocji*. Uszczegółowienie podane w postaci planów rocznych pozwoli na dokonywanie korekt w *Planie komunikacji* z uwzględnieniem wyników monitorowania poszczególnych działań.