



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, 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 | 14 |
| 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) obliuguje 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.

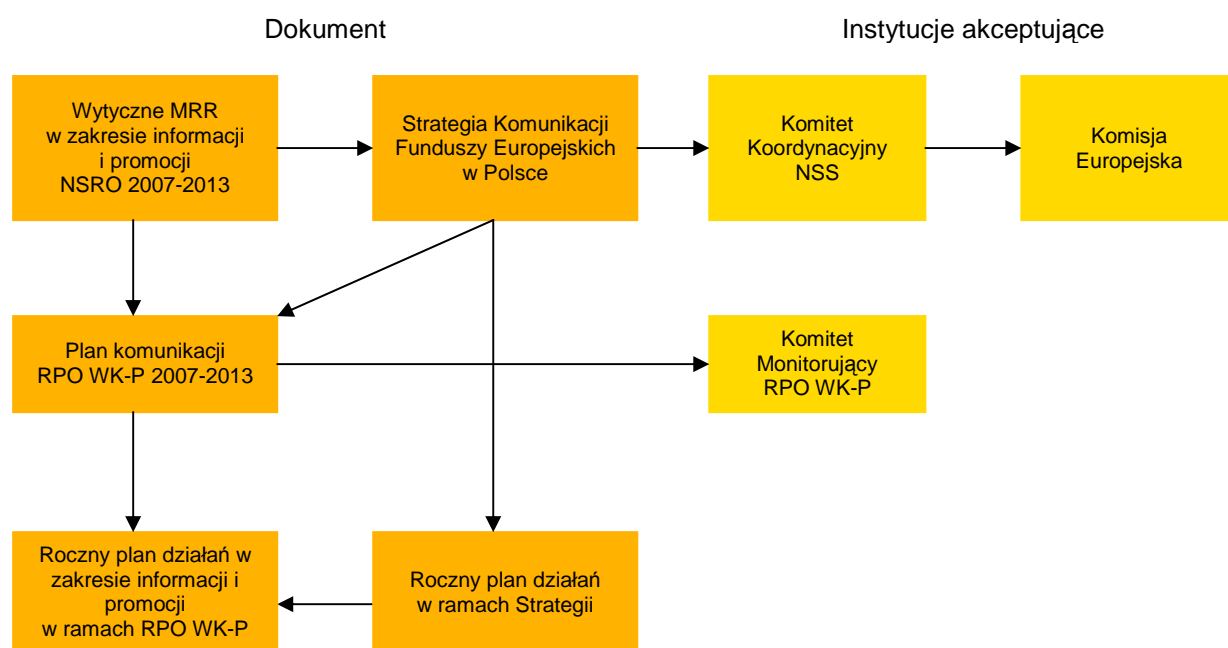
Plan komunikacji jest dokumentem strategicznym. Wyznacza kierunki działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych w latach 2007-2013. Z uwagi na kilkuletnie ramy czasowe realizacji RPO WK-P niemożliwe jest określenie szczegółowych zadań. Zależy to od stopnia zaawansowania realizacji programu i wyników 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 urzędom marszałkowskim, 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"> • Powszechne poparcie społeczne dla integracji Polski z Unią Europejską • Duże zainteresowanie mediów w regionie sprawami związanymi z wdrażaniem RPO WK-P • Znaczny wzrost przekonania społeczeństwa o realnych możliwościach efektywnego wykorzystania funduszy w ramach RPO WK-P • Wysokie kompetencje i profesjonalizm osób zaangażowanych w działania informacyjne i promocyjne • Spójne dokumenty określające sposób prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych (Wytyczne, Strategia, Plan) | <ul style="list-style-type: none"> • Trudny, urzędowy i fachowy język używany do komunikacji na temat Funduszy Europejskich • Niski poziom zrozumienia bezpośredniego związku pomiędzy Funduszami Europejskimi a rozwojem społeczno-gospodarczym regionu • Długotrwałe procedury |
| Szanse | Zagrożenia |
| <ul style="list-style-type: none"> • Duże zapotrzebowanie na informację, dające przyzwolenie społeczne na intensywne działania informacyjne i promocyjne • Ścisła współpraca z mediami i partnerami społecznymi • Dalsze usprawnianie i uproszczenia procesu wdrażania funduszy uwierzytelnia przekaz i wspiera 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 | <ul style="list-style-type: none"> • Bardzo wiele instytucji zaangażowanych w działania 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 odpowiednio 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 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> oraz 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 proponuje się utworzenie Zespołu ds. Informacji i Promocji (Zespół), w skład którego wchodzi 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.

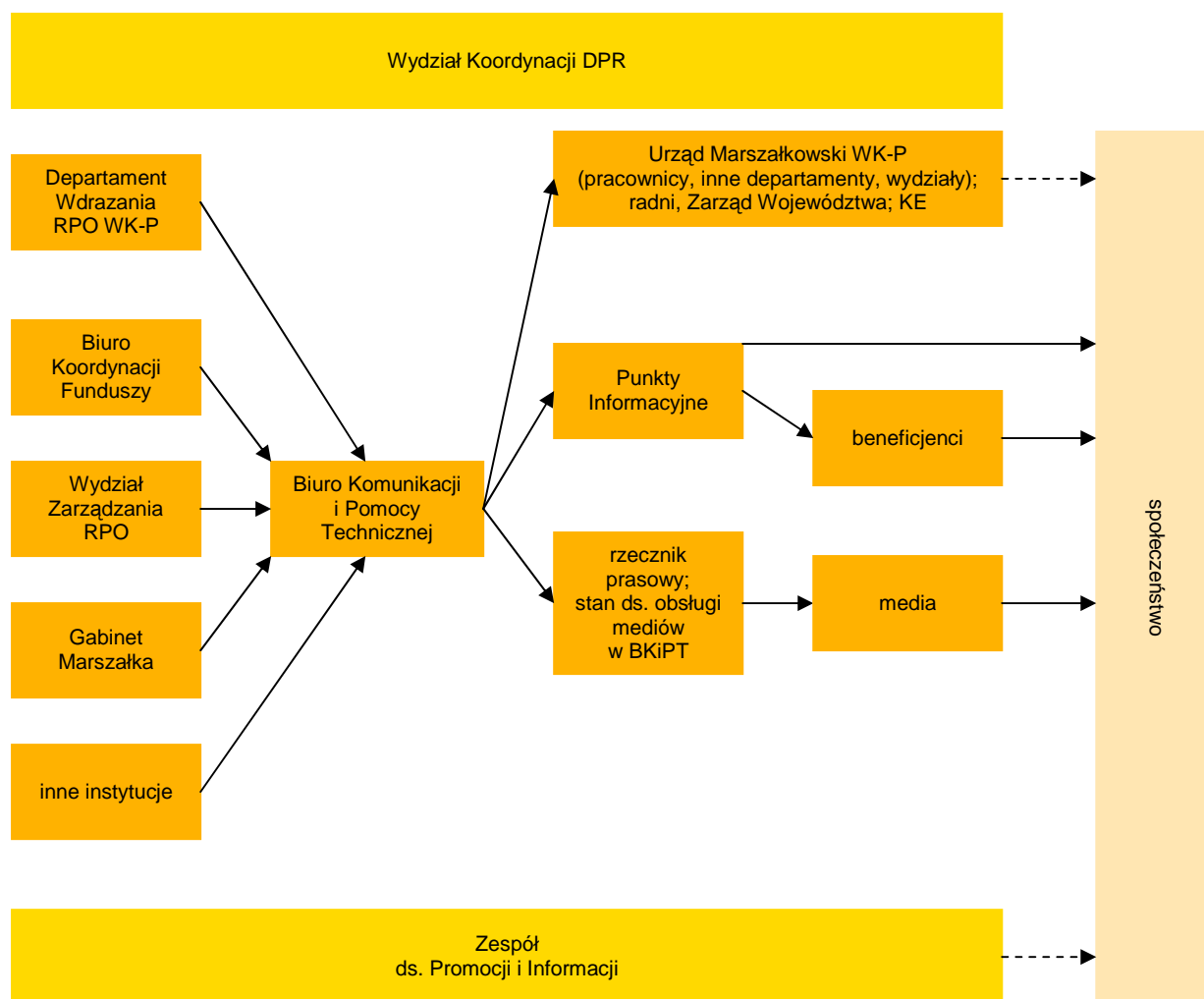
Za koordynację działań informacyjnych i promocyjnych oraz za komunikację wewnętrzną odpowiada Biuro Komunikacji i Pomocy Technicznej, gdzie spływają wszelkie informacje związane z prowadzonymi działaniami w ramach RPO WK-P. Na podstawie otrzymanych informacji przygotowany zostaje odpowiedni komunikat, 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 przykładana 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
- Publikacja list beneficjentów na stronie internetowej IZ <http://www.fundusze.kujawsko-pomorskie.pl> oraz www.mojregion.eu
- 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

Szczególna grupa w ramach opinii publicznej, która, gdy sama uświadomi sobie efekty działania funduszy, może rozpowszechniać ich wizerunek wśród szeroko pojętej opinii publicznej. coś tu (?)

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 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 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 informacji i promocji | |
|--|--|
| 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 http://fundusze.kujawsko-pomorskie.pl/ 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 wielkości dofinansowania w/w projektów, dane adresowe i teleadresowe punktów informacyjnych, linki do portalu poświęconego Funduszom Europejskim, portalu Ministerstwa Rozwoju Regionalnego http://www.mrr.gov.pl/ oraz portalu Komisji Europejskiej http://europa.eu/ , a także linki do serwisów poszczególnych RPO. Ponadto komunikacji internetowej służyły 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 znajdą 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).

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 Indykatywnego 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 – Wzmocnienia 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 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.

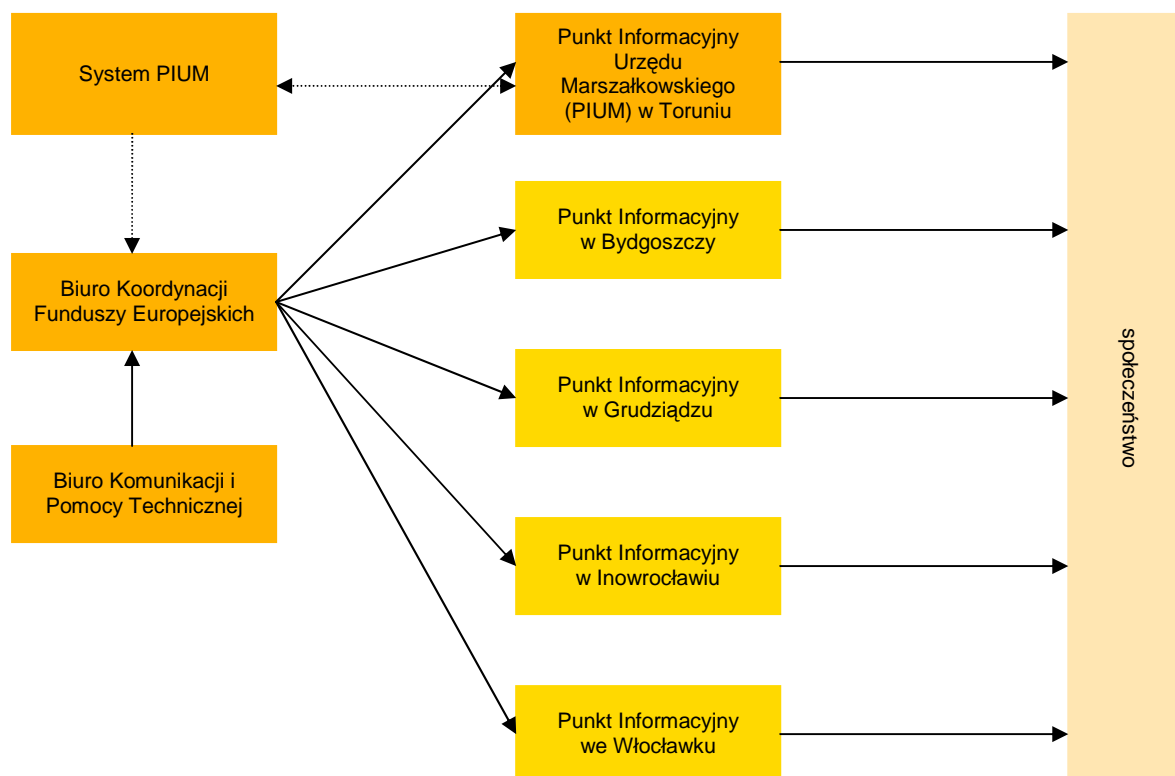
Szczegółowe zadania punktów informacyjnych

- 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 na lata 2007-2013

| Typ działania | Wskaźnik produktu | Wskaźnik rezultatu | Metoda badania | Szacowana docelowa wartość wskaźnika | |
|---|---|--|----------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|
| | | | | Wskaźnik produktu | Wskaźnik rezultatu |
| Punkty Informacyjne | 1.Liczba punktów informacyjnych | 1.Liczba porad udzielonych mailowo 2.Liczba porad udzielonych telefonicznie 3.Liczba odwiedzin punktu informacyjnego | statystyki | 1. 6 | 1. 3000 2. 30 000 3. 5000 |
| Serwis internetowy | 1.Liczba stron internetowych | 1.Liczba odwiedzin strony internetowej | statystyki | 1. 1 | 1. 2 000 000 |
| Newsletter | 1.Liczba wysłanych newsletter | 1.Liczba subskrybentów | listy dystrybucji | 1. 1200 | 1. 600 |
| Biuletyn elektroniczny | 1.Liczba wydań | 1.Liczba subskrybentów | listy dystrybucji | 1. 180 | 1. 1000 |
| Publikacje | 1.Liczba wydanych publikacji | 1.Liczba wydrukowanych publikacji | dokumenty własne | 1. 10 | 1. 5000 |
| Materiały informacyjno-promocyjne w formie drukowanej (plakaty, ulotki, itp.) | 1.Liczba wydanych materiałów | 1.Liczba wydrukowanych materiałów | dokumenty własne | 1. 20 | 1. 30 000 |
| Szkolenia | 1.Liczba przeprowadzonych szkoleń | 1.Liczba przeszkolonych osób | listy obecności | 1. 140 | 1. 7000 |
| Współpraca z mediami* | 1.Liczba materiałów prasowych, telewizyjnych, radiowych | 1.Liczba osób, do których dotarła informacja | monitoring mediów | 1. 120 | 1. 245 000* |
| Konsultacje, spotkania | 1.Liczba zorganizowanych spotkań i konsultacji | 1.Liczba uczestników | listy obecności | 1. 20 | 1. 2000 |
| Konferencje | 1.Liczba konferencji | 1.Liczba uczestników | listy obecności | 1. 10 | 1. 1000 |
| Targi, ekspozycje projektów, eventy | 1.Liczba wydarzeń | 1.Liczba uczestników | liczba wysłanych zaproszeń | 1. 5 | 1. 2500 |
| Konkursy | 1.Liczba konkursów | 1.Liczba uczestników | statystyki | 1. 10 | 1. 1000 |

* wartość wskaźnika rezultatu określana na podstawie codziennego nakładu prasy regionalnej

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 | 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.