

**Uchwała Nr 2773/2016**

**Zarządu Województwa Wielkopolskiego**

**z dnia 19 października 2016 r.**

**w sprawie: zatwierdzenia zaktualizowanego Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 na 2016 r.**

Na podstawie art. 41 ust. 1 ustawy o samorządzie województwa z dnia 5 czerwca 1998 r. (Dz. U. z 2016 r. poz. 486 j.t.), na podstawie art. 9 ust. 1 pkt 2 oraz art. 9 ust. 2 pkt 12 ustawy o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014-2020 z dnia 11 lipca 2014 r., (Dz. U. 2016 r., poz. 217 ze zm.), art. 115 ust. 1 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 1303/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. ustanawiającego wspólne przepisy dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności, Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności i Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz uchylające rozporządzenie Rady (WE) 1083/2006 Zarząd Województwa Wielkopolskiego uchwała, co następuje:

**§ 1**

Zatwierdza się zaktualizowany Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 na 2016 r., którego tekst stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

**§ 2**

Wykonanie uchwały powierza się Dyrektorowi Departamentu Polityki Regionalnej.

**§ 3**

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

*Marszałek Województwa*

*Marek Woźniak*

## **Uzasadnienie do uchwały 2773/2016**

### **Zarządu Województwa Wielkopolskiego**

**z dnia 19 października 2016 r.**

**w sprawie: zatwierdzenia zaktualizowanego Rocznego planu działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 na 2016 r.**

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 na 2016 r. (RPD) został zatwierdzony Uchwałą nr 1535/2016 Zarządu Województwa Wielkopolskiego z dnia 21 stycznia 2016 r. Realizacja RPD odbywa się poprzez podejmowanie działań informacyjno-promocyjnych przez poszczególne instytucje zaangażowane w realizację i wdrażanie WRPO 2014+. Za koordynowanie tych działań oraz monitorowanie realizacji RPD odpowiada IZ WRPO 2014+, czyli Zarząd Województwa Wielkopolskiego, a w jego imieniu rolę koordynatora pełni Departament Polityki Regionalnej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu. Ponadto w RPD przedstawione zostały działania Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu, Związku ZIT dla rozwoju AKO oraz Związku ZIT w Miejskim Obszarze Funkcjonalnym Poznania.

Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2016 zawarte w RPD stanowią: informowanie o możliwościach dofinansowania w ramach poszczególnych naborów, edukowanie beneficjentów i potencjalnych beneficjentów, współpraca z partnerami, takimi jak władze miejskie i inne instytucje publiczne oraz partnerzy gospodarczy i społeczni, współpraca z mediami, komunikacja z liderami opinii, organizacja cyklicznej akcji informacyjno-promocyjnej Dni Otwarte Funduszy Europejskich oraz organizacja innych wydarzeń informacyjno-promocyjnych.

Zgodnie z *Wytycznymi w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020*, RPD może być aktualizowany maksymalnie dwa razy w roku. Departament Polityki Regionalnej zdecydował o konieczności wprowadzenia do RPD zmian wynikających z urealnienia planu w stosunku do podpisanych umów przetargowych oraz analizy wydatków z uwzględnieniem potrzeb do końca bieżącego roku. Zaktualizowany dokument został zaakceptowany przez Ministerstwo Rozwoju w zakresie informacji i promocji bez zastrzeżeń.

W związku z powyższym podjęcie przedmiotowej uchwały jest w pełni uzasadnione.

*Wojciech Jankowiak*

*Wicemarszałek*

# Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 na 2016 r.

## Spis treści:

1. Wstęp.....	3
2. Podstawy opracowania Roczego planu działań.....	3
2.1. Kluczowe dokumenty .....	3
2.2. Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji.....	4
2.3. Wyniki badań i analiz .....	5
3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2016 r.....	5
4. Ramowe wytyczne komunikacyjne na rok 2016 r. ....	6
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji .....	15
6. Szczegółowy opis działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu .....	17

# 1. Wstęp

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych dla Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 (zwany dalej Rocznym planem działań, w skrócie RPD) jest dokumentem o charakterze operacyjnym, przygotowanym przez Instytucję Zarządzającą WRPO 2014+ (IZ WRPO 2014+) w zakresie informacji i promocji, na potrzeby realizacji zapisów Strategii Komunikacji Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 w 2016 r.

Dokument określa podstawy i sposoby realizacji zadań informacyjnych i promocyjnych, poświęconych polityce spójności, a w szczególności Wielkopolskiemu Regionalnemu Programowi Operacyjnemu na lata 2014-2020 (WRPO 2014+), wymienia i opisuje najważniejsze działania komunikacyjne prowadzone przez IZ WRPO 2014+, ich cele, ramy czasowe oraz szacunkowy budżet.

Instytucjami odpowiedzialnymi za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych w zakresie WRPO są:

- Departament Polityki Regionalnej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu (DPR),
- Departament Wdrażania Programu Regionalnego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu (DWP),
- Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu (DEFS),
- Instytucje Pośredniczące WRPO 2014+,
- Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu,
- inne podmioty wskazane przez Instytucję Zarządzającą WRPO.

Podmiotem odpowiedzialnym za koordynację działań przedstawionych w niniejszym dokumencie oraz monitorowanie ich realizacji jest Zarząd Województwa Wielkopolskiego, a w jego imieniu rolę koordynatora pełni Departament Polityki Regionalnej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu.

Dane kontaktowe do podmiotu odpowiedzialnego za sporządzenie i realizację RPD:

Departament Polityki Regionalnej  
Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego  
Al. Niepodległości 34  
61-714 Poznań  
e-mail: [promocja.wrpo@wielkopolskie.pl](mailto:promocja.wrpo@wielkopolskie.pl)  
tel. +48 61 62 66 300

Osoba do kontaktu: Magdalena Ratajczak  
e-mail: [magdalena.ratajczak@umww.pl](mailto:magdalena.ratajczak@umww.pl)  
tel. 61 62 66 337

## 2. Podstawy opracowania Roczno planu działań

### 2.1. Kluczowe dokumenty

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych WRPO 2014+ na rok 2016 powstał zgodnie z zapisami poniższych dokumentów:

- a. Wtyczne w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020 z 30 kwietnia 2015 r.,
- b. Strategia komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 z dnia 30 czerwca 2015 r.,

- c. Strategia komunikacji Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 z 23 września 2015 r.,
- d. Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych Instytucji Koordynującej Umowę Partnerstwa na 2016 r.

## **2.2. Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020**

Cele komunikacji zapewniają spójność między działaniami informacyjno-promocyjnymi a zmianami gospodarczymi, społecznymi i kulturowymi, jakie się dokonają w Polsce w latach 2014-2020.

Kluczowym zadaniem komunikacji Funduszy Europejskich jest wspieranie wykorzystania środków europejskich dla realizacji celów rozwojowych tj. dalszego zwiększania konkurencyjności gospodarki, poprawy spójności społecznej i terytorialnej oraz podniesienie sprawności i efektywności regionu. Ponadto, celem jest pokazanie nowych możliwości otrzymania dofinansowania oraz zrealizowania projektów w ramach nowej perspektywy finansowej 2014-2020.

Cele komunikacji Funduszy Europejskich wynikają również z celów dotyczących informacji i promocji zawartych w Rozporządzeniu ogólnym. Należą do nich informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach finansowania w ramach programów, dostarczanie beneficjentom informacji potrzebnych do realizacji projektów na ich różnych etapach oraz upowszechnianie wśród obywateli roli i osiągnięć polityki spójności i funduszy przez działania informacyjne i komunikacyjne na temat rezultatów i oddziaływania Umowy Partnerstwa oraz programów i operacji.

Główny komunikat perspektywy 2014-2020:

*Komunikacja Funduszy Europejskich wspomaga wykorzystanie środków europejskich dla realizacji celów rozwojowych kraju.*

Komunikat WRPO 2014+:

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

Aby osiągnąć maksymalną skuteczność komunikacji promowaną marką są Fundusze Europejskie. Oznacza to, że do marki tej odnoszą się wszystkie komunikaty, bądź też marka ta jest obecna w kontekście każdego komunikatu. Takie rozwiązanie nadaje komunikacji podmiotów odpowiedzialnych za promocję WRPO 2014+ wspólne ramy i wprowadzi do niej porządek, co sprzyja skuteczniejszemu dotarciu z przekazem do szerokiego grona odbiorców.

**Cel nadrzędny** Strategii komunikacji Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 to:

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

**Cele szczegółowe** służące realizacji Roczno planu działań to:

1. aktywizacja mieszkańców województwa wielkopolskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach WRPO 2014+,
2. wspieranie beneficjentów WRPO 2014+ w realizacji projektów,
3. zapewnienie mieszkańcom województwa wielkopolskiego informacji na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich,

4. zapewnienie szerokiej akceptacji mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie wielkopolskim.

### **2.3. Wyniki badań i analiz**

Do opracowania RPD na 2016 rok wykorzystano:

- wyniki badania pn. Ewaluacja działań informacyjno – promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2007 – 2013 oraz zawarte w badaniu rekomendacje,
- Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań – Edycja 2014 (wyniki regionalne)
- własną analizę operacyjną podejmowanych działań.

Działania informacyjno-promocyjne skierowane do mieszkańców Wielkopolski powinny przede wszystkim skupiać się na tematyce pozyskiwania środków unijnych wskazując kto, na co i jak może uzyskać wsparcie z Funduszy Europejskich.

Rekomendowane jest wzmocnienie potencjału organizacyjnego PIFE na pierwszym etapie wdrażania WRPO lub/ i specjalizację pracowników Punktów (ze względu na poszczególne konkursy lub obszary wsparcia), z uwagi na przewidywane wzmożone zainteresowanie tym kanałem przekazu informacji wśród potencjalnych beneficjentów i uczestników projektów.

Działania medialne powinny uwzględniać preferencje poszczególnych grup odbiorców dotyczące najczęściej wykorzystywanych źródeł informacji, w tym osoby młode – Internet, osoby starsze – telewizja i prasa.

Rekomendowane jest również przekazywanie informacji za pomocą takich źródeł jak: szkolenia, PIFE oraz konferencje, ze względu na znaczące zainteresowanie tymi kanałami, szczególnie wśród przedstawicieli administracji publicznej.

## **3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2016**

Poniższe działania informacyjne i promocyjne WRPO w 2016 r. wynikają z dokumentów i celów wymienionych w punkcie 2. RPD:

- a) informowanie o możliwościach dofinansowania w ramach poszczególnych naborów wniosków o dofinansowanie oraz edukowanie potencjalnych beneficjentów i beneficjentów poprzez Sieć PIFE, wydarzenia promocyjno-informacyjne, portal internetowy i szkolenia,
- b) współpraca z partnerami, takimi m. in. jak: właściwe władze miejskie i inne instytucje publiczne, partnerzy gospodarczy i społeczni oraz właściwe podmioty reprezentujące społeczeństwo obywatelskie (w tym partnerów działających na rzecz ochrony środowiska, organizacje pozarządowe oraz podmioty odpowiedzialne za promowanie włączenia społecznego, równouprawnienia płci i niedyskryminacji),
- c) współpraca z mediami (aktywna promocja tematyki związanej z Funduszami Europejskimi),
- d) komunikacja z liderami opinii,
- e) Dni Otwarte Funduszy Europejskich w ramach cyklicznej akcji informacyjno-promocyjnej, realizowanej we współpracy z Instytucją Koordynującą.

## 4. Ramowe wytyczne komunikacyjne na rok 2016

Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych prowadzone przez IZ w ramach WRPO 2014+ są skoordynowane z kierunkami i priorytetami wyznaczonymi przez IK UP, zgodnie z Wytycznymi w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020.

Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 WUP w Poznaniu wykonuje zadania IZ WRPO 2014+ w zakresie wdrażania Priorytetów Inwestycyjnych:

- 8i Dostęp do zatrudnienia dla osób poszukujących pracy i osób biernych zawodowo, w tym długotrwale bezrobotnych oraz oddalonych od rynku pracy, także poprzez lokalne inicjatywy na rzecz zatrudnienia oraz wspieranie mobilności pracowników tj. w ramach Osi Priorytetowej 6. Rynek pracy:
  - Działania 6.1 Aktywizacja zawodowa osób bezrobotnych i poszukujących pracy – projekty pozakonkursowe;
  - Działania 6.2 Aktywizacja zawodowa - projekty konkursowe
- 9i Aktywne włączenie, w tym z myślą o promowaniu równych szans oraz aktywnego uczestnictwa i zwiększaniu szans na zatrudnienie tj. w ramach Osi Priorytetowej 7. Włączenie społeczne:
  - Poddziałania 7.1.1 Aktywna integracja - projekty pozakonkursowe;
  - Poddziałania 7.1.2 Aktywna integracja – projekty konkursowe.

Funkcje IP dla IZ WRPO 2014+ pełni Stowarzyszenie Aglomeracja Kalisko-Ostrowska (ZIT AKO) oraz Stowarzyszenie Metropolia Poznań (ZIT Poznań).

IP koncentrują się na informowaniu o możliwościach dofinansowania w ramach poszczególnych naborów wniosków o dofinansowanie oraz edukowaniu potencjalnych beneficjentów i beneficjentów WRPO 2014+.

W 2016 r. zadaniem ZIT AKO oraz ZIT Poznań będzie zachęcanie beneficjentów do udziału w Dniach Otwartych, informowanie potencjalnych beneficjentów o nowych możliwościach finansowania w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 oraz nowych zasadach udzielania pomocy poprzez organizację spotkań informacyjnych. Wszelkie działania medialne podejmowane przez IP, takie jak np. publikacja artykułów prasowych, wymagają akceptacji IZ WRPO 2014+.

IP na zasadzie komplementarności w stosunku do IZ, zapewniają działania edukacyjne dotyczące WRPO 2014+ dla pracowników instytucji zaangażowanych w proces jego realizacji, a także potencjalnych beneficjentów i beneficjentów.

Informacja skierowana do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów jest dostępna cały czas, wielokanałowa i wielopoziomowa oraz użyteczna. Informacja wielokanałowa płynie do beneficjenta za pośrednictwem kanałów komunikacji takich jak: portale [www.wrpo.wielkopolskie.pl](http://www.wrpo.wielkopolskie.pl) oraz [www.funduszeuropejskie.gov.pl](http://www.funduszeuropejskie.gov.pl), strony internetowe Instytucji Pośredniczących, Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich, kontakt z opiekunem projektu (materiały promocyjne i informacyjne instytucji systemu informacji i promocji), konferencje i szkolenia, media i publikacje. Informacja wielopoziomowa oznacza, że jest ona uporządkowana według stopnia zaawansowania potencjalnego beneficjenta lub beneficjenta w procesie ubiegania się o współfinansowanie i realizacji projektu. Użyteczność udostępnianych informacji wynika z uwzględnienia przy jej opracowaniu potrzeb i oczekiwań beneficjenta. Instytucje/osoby zaangażowane w działania informacyjno-promocyjne dbają o to, aby język dokumentów i materiałów skierowanych do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów był dla nich zrozumiały. Działania skierowane do beneficjentów i potencjalnych beneficjentów zawierają przekaz o ww. źródłach informacji.



Tabela 1. Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach WRPO 2014+ w roku 2016

NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
<b>1. Koordynacja, w tym badania i ewaluacja, wymiana doświadczeń</b>						
<b>Koordynacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji</b>	Działania wspierające realizację Strategii Komunikacji WRPO 2014+	Podmioty zaangażowane w realizację WRPO	Działania koordynacyjne: - nadzór nad IP i współpraca z nimi, - aktualizacja dokumentów strategicznych i planistycznych, - sprawozdawczość z realizacji działań informacyjno-promocyjnych.	IZ	I, II, III, IV kwartał	0 zł
<b>Udział w grupach</b>	Działania wspierające realizację Strategii Komunikacji WRPO 2014+	Podmioty zaangażowane w realizację WRPO	<b>Grupa Sterująca ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich</b> Grupa koordynowana przez IK. Działanie mające na celu wymianę doświadczeń oraz koordynację działań informacyjno-promocyjnych dotyczące UE i Funduszy Europejskich.	IZ	I, II, III, IV kwartał	5 000 zł
			<b>Grupa Robocza IZ ds. informacji i promocji</b> Grupa spotyka się co najmniej raz w roku.	IZ	III, IV kwartał	0 zł
<b>Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy</b>	-	-	<b>Badanie społeczne</b>	-	-	-
	-	-	<b>Ewaluacja</b>	-	-	-
<b>2. Działania informacyjne</b>						
<b>System informacji - sieć PIFE</b>	1, 2	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, mieszkańcy woj. wielkopolskiego,	Sieć PIFE w województwie wielkopolskim prowadzona jest w ramach umowy nr DIP/BDG-II/POPT/74/14 między MliR a Województwem Wielkopolskim. W województwie funkcjonuje Główny Punkt Informacyjny w Poznaniu i 7 Lokalnych Punktów Informacyjnych w następujących miejscowościach: Gniezno, Jarocin, Kalisz, Konin, Leszno, Nowy Tomyśl, Piła (LPI w Gnieźnie i Jarocinie funkcjonuje do 19.08.2016 r.) Szczegółowe plany realizacji tego działania na dany rok są przewidziane we Wniosku o przyznanie dotacji celowej na 2016 r. Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z MliR. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy.	IZ	I, II, III, IV kwartał	0 zł
<b>Punkt kontaktowy WRPO 2014+ w siedzibie WUP w</b>	1, 3	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci,	Utrzymanie Punktu kontaktowego WRPO 2014+ w siedzibie WUP w Poznaniu. Zakres działania dotyczy wdrażanych w regionie przez WUP w Poznaniu	WUP/IZ	I, II, III, IV kwartał	16 000 zł

NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
<b>Poznaniu</b>		uczestnicy i potencjalni uczestnicy projektów	<p>Priorytetów inwestycyjnych 8i, 9i Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego 2014-2020. Kanały udzielania informacji: infolinia, udzielanie informacji drogą listowną, elektroniczna oraz na miejscu w Punkcie kontaktowym – w siedzibie WUP w Poznaniu.</p> <p>Organizacja Drzwi Otwartych Punktu kontaktowego WRPO 2014+ (raz na kwartał) oraz spotkań informacyjnych w siedzibie IP dot. planowanego i ogłaszanego naboru wniosków o dofinansowanie, mającego na celu informowanie o zasadach naboru, kryteriach wyboru projektów, przewidywanych formach wsparcia, grupach docelowych.</p>		<p>I, II, III kwartał – spotkanie informacyjne</p> <p>I, II, III, IV kwartał – Drzwi Otwarte</p>	5 000 zł
<b>Portale i serwisy internetowe</b>	1, 2, 3, 4	Mieszkańcy woj. wielkopolskiego, beneficjenci i potencjalni beneficjenci, media lokalne/regionalne, partnerzy społeczno-gospodarczy	<p><b>Portal WRPO 2014+</b> Redagowanie, administrowanie i rozwój portalu np. o przydatne dla użytkowników aplikacje. Formuła portalu umożliwi korzystanie z niego również osobom z niepełnosprawnościami. Ważnym kanałem komunikacji z beneficjentami WRPO jest newsletter, dzięki któremu najważniejsze informacje dotyczące Funduszy Europejskich w Wielkopolsce wysyłane są cyklicznie do około 5000 użytkowników newslettera.</p> <p><b>Portal ZIT AKO</b> Działania realizowane za pomocą serwisu informacyjnego SAKO obejmują sukcesywnie zamieszczanie treści, aktualizację, rozwój oraz administrowanie serwisem internetowym. Ważnym kanałem komunikacji z potencjalnymi beneficjentami oraz beneficjentami instrumentu finansowego ZIT dla AKO będzie newsletter, za pomocą którego wysyłane będą informacje dla zarejestrowanych użytkowników serwisu.</p> <p><b>Portal ZIT Poznań</b> Redagowanie, administrowanie i rozwój strony poświęconej tematyce funduszy europejskich.</p>	<p>IZ</p> <p>IP</p> <p>IP</p>	<p>I, II, III, IV kwartał</p> <p>I, II, III, IV kwartał</p> <p>I, II, III, IV kwartał</p>	<p>31 000 zł</p> <p>1 600 zł</p> <p>0 zł</p>
<b>Ogłoszenia</b>	1	Potencjalni beneficjenci	Publikacja ogłoszeń o konkursach w prasie regionalnej, tj. w Głosie Wielkopolskim oraz poznańskim wydaniu Gazety Wyborczej, a także na	IZ	I, II, III, IV kwartał	202 000 zł

NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			<p>stronach internetowych <a href="http://www.wrpo.wielkopolskie.pl">www.wrpo.wielkopolskie.pl</a> oraz <a href="http://www.funduszeuropejskie.gov.pl">www.funduszeuropejskie.gov.pl</a>.</p> <p>ZIT AKO: Publikacja ogłoszeń w prasie regionalnej/lokalnej oraz na stronach internetowych SAKO, <a href="http://www.funduszeuropejskie.gov.pl">www.funduszeuropejskie.gov.pl</a>, <a href="http://www.wrpo.wielkopolskie.pl">www.wrpo.wielkopolskie.pl</a> oraz na stronach internetowych Członków Stowarzyszenia.</p> <p>ZIT Poznań: Publikacja ogłoszeń w prasie regionalnej/lokalnej oraz w internecie.</p>	<p>IP</p> <p>IP</p>	<p>I, II, III, IV kwartał</p> <p>I, II, III, IV kwartał</p>	<p>3 000 zł</p> <p>0 zł</p>
<b>3. Działania edukacyjne</b>						
<b>Szkolenia dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów</b>	1, 2	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci	<p>Działanie dotyczy podniesienia poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów (przygotowania ich do prawidłowego aplikowania o środki, np. prawidłowe przygotowanie wniosków aplikacyjnych) i beneficjentów (szkolenia specjalistyczne w związku ze specyficznymi zagadnieniami właściwymi dla poszczególnych działań, szkolenia z prawidłowej realizacji projektu i dochowania jego trwałości, prawidłowego przygotowania i realizacji procesu inwestycyjnego itp.) Materiały szkoleniowe, które otrzymują uczestnicy szkoleń, zostaną przygotowane w formie umożliwiającej odczytanie dokumentów przez czytniki dla osób z dysfunkcją wzroku (PDF, Word).</p>	IZ	I, II, III, IV kwartał	90 000 zł
	1, 2, 3		<p>WUP: Szkolenia dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów – tematyczne z zakresu zagadnień związanych z prawidłową realizacją projektów oraz praktyczne w sali komputerowej dotyczące rozliczania projektów. Promocja wydarzenia (szkoleniowe materiały informacyjno-promocyjne, plakaty, reklama w prasie regionalnej). Planowane jest przeprowadzenie 6 szkoleń dla beneficjentów (łącznie liczba 240 osób) oraz 1 szkolenie dla potencjalnych beneficjentów (ok. 40 osób).</p> <p>ZIT AKO: Szkolenie dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów ZIT AKO na terenie Aglomeracji Kalisko-Ostrowskiej.</p>	<p>WUP/IZ</p> <p>IP</p>	<p>IV kwartał – szkolenie dla potencjalnych beneficjentów</p> <p>IV kwartał – szkolenia dla beneficjentów</p> <p>I, II, III, IV kwartał</p>	<p>101 600 zł</p> <p>0 zł</p>

NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			ZIT Poznań: Szkolenia dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów ZIT Poznań na terenie Miejskiego Obszaru Funkcjonalnego Miasta Poznania.	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
<b>4. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w Internecie</b>						
<b>Telewizja (audycje, reklamy)</b>	1, 2, 3, 4	Mieszkańcy woj. wielkopolskiego, potencjalni beneficjenci	Współpraca przy tworzeniu cyklu audycji telewizyjnych mających przede wszystkim charakter edukacyjny dotyczący nowej perspektywy finansowej, w tym w szczególności WRPO 2014+. Działanie cykliczne, powiązane z terminami naboru wniosków oraz spójne z pozostałymi działaniami w mediach i Internecie. Szczegóły w tabeli 3.	IZ	I, II, III, IV kwartał	150 000 zł
	1, 3, 4		Produkcja spotów informacyjnych dotyczących WRPO 2014+ oraz ich emisja w regionalnej TV. Szczegóły w tabeli 3.	IZ	II, III kwartał	150 000 zł
<b>Radio (audycje, reklamy)</b>	1, 2, 3, 4	Mieszkańcy woj. wielkopolskiego, potencjalni beneficjenci	Współpraca przy tworzeniu cyklu audycji radiowych mających przede wszystkim charakter edukacyjny dotyczący nowej perspektywy finansowej, w tym w szczególności WRPO 2014+. Działanie cykliczne, powiązane z terminami naboru wniosków oraz spójne z pozostałymi działaniami w mediach i Internecie. Szczegóły w tabeli 3.	IZ	I, II, III, IV kwartał	100 000 zł
<b>Prasa (artykuły, ogłoszenia, reklamy)</b>	1, 2, 3, 4	Mieszkańcy woj. wielkopolskiego, potencjalni beneficjenci	Współpraca przy tworzeniu materiałów publicystycznych oraz ogłoszeń prasowych (reklam) w następujących tytułach regionalnych: Gazeta Wyborcza Poznań i Głos Wielkopolski oraz w wielu lokalnych czasopismach ukazujących się na terenie Wielkopolski. Przygotowywanie insertów tematycznych – Monitor Wielkopolski do Gazety Wyborczej Poznań i Głosu Wielkopolskiego. Działanie cykliczne, powiązane z terminami naboru wniosków oraz spójne z pozostałymi działaniami w mediach i Internecie. Szczegóły w tabeli 3.	IZ	I, II, III, IV kwartał	275 000 zł
			ZIT Poznań: Przygotowanie artykułów oraz ich publikacja w prasie regionalnej lub lokalnej na temat wdrażania Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych w Miejskim Obszarze Funkcjonowania Poznania.	IP		0 zł

NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
<b>Internet (portale, media społecznościowe, publikacje w internecie)</b>	1, 2, 3, 4	Mieszkańcy woj. wielkopolskiego, potencjalni beneficjenci	Współpraca polegająca na wsparciu merytorycznym funkcjonowania serwisów internetowych o zasięgu lokalnym bądź regionalnym, poświęconych tematyce Funduszy Europejskich. Działanie obejmuje również promocje w mediach społecznościowych (Facebook i Youtube). Działanie cykliczne, powiązane z terminami naboru wniosków oraz spójne z pozostałymi działaniami w mediach i Internecie. Szczegóły w tabeli 3.	IZ	I, II, III, IV kwartał	40 000 zł
<b>Kampania promocyjna w internecie</b>	1, 3, 4		Kampania promocyjna w Internecie polegająca na zamieszczeniu banerów reklamowych na co najmniej 14 serwisach internetowych skierowanych do mieszkańców woj. wielkopolskiego mająca na celu zachęcenie mieszkańców Wielkopolski do korzystania ze wsparcia w ramach WRPO 2014+ oraz informowanie o ogłaszanych konkursach, szkoleniach, spotkaniach i konferencjach. Działanie cykliczne, powiązane z terminami naboru wniosków oraz spójne z pozostałymi działaniami w mediach i Internecie. Szczegóły w tabeli 3.	IZ	I, II, III, IV kwartał	25 000 zł
<b>Ambient, OOH, inne</b>	1, 3, 4	Mieszkańcy woj. wielkopolskiego	Kampania outdoorowa opierająca się głównie na ekspozycji billboardów w 8 miastach Wielkopolski (Poznań, Gniezno, Jarocin, Kalisz, Konin, Leszno, Nowy Tomyśl, Piła). Billboardy będą miały na celu zachęcenie mieszkańców Wielkopolski do korzystania ze wsparcia z Funduszy Europejskich. Działanie cykliczne, powiązane z terminami naboru wniosków oraz spójne z pozostałymi działaniami w mediach i Internecie. Szczegóły w tabeli 3.	IZ	I, II, III, IV kwartał	110 000 zł
<b>5. Imprezy otwarte i inne</b>						
<b>Dni Otwarte Funduszy Europejskich</b>	1, 3, 4	Opinia publiczna, media, potencjalni beneficjenci	Dni Otwarte Funduszy Europejskich – działanie dedykowane dla mieszkańców regionu, którzy będą mieli możliwość zwiedzania projektów unijnych, odwiedzenia beneficjentów w ich siedzibach, pokazania konkretnych projektów oraz inwestycji. Do współpracy zostaną zaproszeni przedsiębiorcy, instytucje kultury, nauki, szpitale, inne. Beneficjenci otworzą drzwi dla odwiedzających, którzy będą mieli niepowtarzalną okazję zobaczyć projekty z bliska. Działania promujące: prasa, radia.	IZ	I-II kwartał	0 zł

NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
<b>Bieg „ZaBIEGaj o FUNdusze”</b>	1	Mieszkańcy woj. wielkopolskiego, potencjalni beneficjenci i beneficjenci	Działanie ma na celu podniesienie świadomości Wielkopolan nt. funduszy europejskich w ramach WRPO 2014+. Organizację biegu planuje się nad Jeziorem Maltańskim w Poznaniu. Uczestnicy będą mieli do przebiegnięcia trasę 5,4 lub 10,8 km. Na mecie znajdować będą się stanowiska ekspertów WRPO 2014+, gdzie zainteresowane osoby będą mogły otrzymać informacje o możliwościach dofinansowania. Dodatkowo zorganizowane zostaną konkursy wiedzy o funduszach. Stworzona zostanie odrębna strona internetowa, która umożliwi rejestrację dla uczestników biegu. Akcja nagłośniona zostanie w mediach lokalnych: lokalna telewizja, radio, prasa, Internet.	IZ	II-III kwartał	172 000 zł
<b>Konferencje i inne wydarzenia</b>	1, 3	Potencjalni beneficjenci	ZIT Poznań: Konferencja dotycząca wdrażania Strategii ZIT w Miejskim Obszarze Funkcjonalnym Poznania.	IP	IV kwartał	0 zł
<b>6. Konkursy</b>						
<b>Konkurs dla dziennikarzy</b>	1, 3, 4	Opinia publiczna, media	Celem konkursu jest wyróżnienie materiałów dziennikarskich, które dotyczą WRPO oraz zainteresowanie dziennikarzy tematyką funduszy unijnych. Konkurs ma ponadto zwiększyć świadomość czytelników w zakresie wykorzystania środków unijnych, a także promować WRPO. Konkurs skierowany do dziennikarzy i fotoreporterów redakcji radiowych, prasowych, telewizyjnych i internetowych. Przewidziano nagrody pieniężne.	IZ	III-IV kwartał	15 000 zł
<b>7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjno-promocyjnych</b>						
<b>Publikacje (drukowane i elektroniczne)</b>	1, 2, 3, 4	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, podmioty zaangażowane w realizację WRPO, opinia publiczna	Publikacje obejmują tematykę dotyczącą WRPO 2014+, a także szeroko rozumianą tematykę unijną. Biuletyn informacyjny WRPO „Nasz Region” jest kompleksowym i miarodajnym źródłem informacji na temat: środków WRPO 2014+ i zasad realizacji projektów, w tym wiedzy specjalistycznej, aktualnych konkursów, stopnia realizacji WRPO 2014+, ponadto prezentowane są w nim dobre praktyki oraz wpływ Funduszy Europejskich na rozwój Wielkopolski. „Nasz Region” będzie dostępny także w wersji multimedialnej, a także w wersji online (10 wydań e-	IZ	I, II, III, IV kwartał	100 000 zł

NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
		Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, uczestnicy i potencjalni uczestnicy projektów	<p>biuletynu).</p> <p>WUP: Opracowanie graficzne oraz druk i dystrybucja ulotek i plakatów WUP w Poznaniu na temat 8i oraz 9i WRPO 2014+. Szacunkowa liczba egzemplarzy: 5 000, liczba publikacji wydanych w formie elektronicznej: 2.</p> <p>ZIT AKO: Publikacja Biuletynu Stowarzyszenia Aglomeracja Kalisko-Ostrowska zawierającego informacje o działaniach prowadzonych przez Stowarzyszenie, w tym dotyczących wdrażania Strategii ZIT, oraz biuletyn ukazujący obszary na terenie Aglomeracji, wymagające wsparcia w ramach Strategii ZIT.</p> <p>ZIT Poznań: Publikacja Biuletynu Stowarzyszenia Metropolia Poznań informującego o działaniach prowadzonych przez Stowarzyszenie, w tym dotyczących wdrażania Strategii ZIT, oraz o wydarzeniach metropolitalnych. Biuletyn jest zamieszczany na stronie internetowej SMP, IP WRPO 2014+ oraz rozsyłany drogą mailową do liderów społeczności lokalnych z terenu Metropolii Poznań.</p>	<p>WUP/IZ</p> <p>IP</p> <p>IP</p>	<p>III, IV kwartał</p> <p>I, II, III, IV kwartał</p> <p>I, II, III, IV kwartał</p>	<p>90 000 zł</p> <p>5 400 zł</p> <p>0 zł</p>
<b>Materiały promocyjne typu gadżety</b>	2, 3, 4	Beneficjenci, podmioty zaangażowane w realizację WRPO, partnerzy społeczno-gospodarczy, beneficjenci i potencjalni beneficjenci	<p>Wykonanie materiałów promocyjno-informacyjnych promujących perspektywę 2014-2020 oraz ich dystrybucja. Materiały będą dystrybuowane podczas spotkań, konferencji, imprez etc.</p> <p>Notesy, kalendarze i długopisy promujące WRPO 2014+.</p>	<p>IZ</p> <p>IZ</p>	<p>III-IV kwartał</p> <p>III-IV kwartał</p>	<p>10 000 zł</p> <p>80 000 zł</p>
<b>Materiały brandingowe i wystawiennicze</b>	Działania wspierające realizację Strategii Komunikacji WRPO 2014-2020	Podmioty zaangażowane w realizację WRPO, beneficjenci i potencjalni beneficjenci	<p>Materiały brandingowe i wystawiennicze zostały wyprodukowane w 2015 r.</p> <p>WUP: Ścianka wystawiennicza promująca WRPO 2014+ w zakresie wdrażanych w regionie przez WUP w Poznaniu Priorytetów Inwestycyjnych 8i oraz 9i. Będzie miała zastosowanie jako tło oznakowane</p>	<p>IZ</p> <p>WUP/IZ</p>	<p>-</p> <p>III, IV kwartał</p>	<p>0 zł</p> <p>3 400 zł</p>

NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			zgodnie z <i>Podręcznikiem wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji</i> oraz Księgą identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności 2014-2020 podczas wydarzeń informacyjno-promocyjnych organizowanych przez WUP w Poznaniu na obszarze województwa wielkopolskiego.			
<b>Poradnik dla beneficjentów WRPO 2014+<sup>1</sup></b>	1, 2	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, podmioty zaangażowane w realizację WRPO	Instrukcja obsługi mówiąca jak skorzystać z dofinansowania podana w prosty, przejrzysty sposób. Zawierać będzie słownik terminów oraz najczęściej zadawane pytania. Poradnik zostanie wydany w formie drukowanej, elektronicznej oraz zamieszczony na stronie www. Będzie zawierał szczegółowe informacje dot. realizacji projektu (rozliczanie projektu, zachowanie trwałości, itp.)	IZ	III-IV kwartał	40 000 zł
<b>ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU</b>						<b>PLN 1 821 000</b>

<sup>1</sup> Poradnik dla beneficjentów WRPO w zakresie dotyczącym obowiązków informacyjnych będzie spójny ze wspólnym „Poradnikiem beneficjenta Funduszy Europejskich w zakresie informacji i promocji na lata 2014-2020”



## 2. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji

Tabela 2 Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji WRPO 2014 + w roku 2016

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2015	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2016	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2017	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2018	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2019	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2020	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2021	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2022	Wartość docelowa na rok 2023	
<i>Cel 1</i> Komunikacja Funduszy Europejskich aktywizuje mieszkańców województwa wielkopolskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach WRPO	Liczba odwiedzin portalu informacyjnego/ serwisu internetowego WRPO	0	300 000	600 000							5 000 000	
	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania w woj. wielkopolskim	0	1	2							3	
	Znajomość w woj. wielkopolskim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich *	29%	-	33%								41%
	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w woj. wielkopolskim w ramach WRPO	0	1 500	3100								12 000
	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie woj. wielkopolskiego dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego *	0	14 465	29 465								89 465
<i>Cel 2</i> Komunikacja Funduszy Europejskich w województwie wielkopolskim wspiera beneficjentów WRPO w realizacji projektów	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie woj. wielkopolskiego dot. realizacji projektów *	0	208	416							1 247	
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w woj. wielkopolskim	0	150	950							7 000	
<i>Cel 3</i> Komunikacja	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu	0	1	1							7	

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2015	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2016	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2017	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2018	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2019	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2020	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2021	Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2022	Wartość docelowa na rok 2023
Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa wielkopolskiego informacje na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich	operacyjnego w woj. wielkopolskim										
	Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w woj. wielkopolskim *	90%	-	91%							93%
	Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczone są FE w woj. wielkopolskim *	31%	-	35%							50%
	Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców woj. wielkopolskiego *	60%	-	62%							70%
Cel 4 Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w woj. wielkopolskim	Odsetek mieszkańców dostrzegających wpływ FE na rozwój woj. wielkopolskiego *	82%	-	83%							90%
	Odsetek mieszkańców woj. wielkopolskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich *	56%	-	57%							62%

\* Dane pochodzące z Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju

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

**UWAGA: INFORMACJE PRZEDSTAWIONE W TABELI 3 DOTYCZĄCE KOSZTU, CZASU TRWANIA, GRUP DOCELOWYCH KAMPANII O SZEROKIM ZASIĘGU POWINNY BYĆ SPÓJNE Z DANymi WYNIKAJĄCYMI Z TABELI 1.**

**Tabela 3 Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu – kampania informacyjno-edukacyjna o WRPO 2014+**

<b>1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania</b>	IZ WRPO 2014-2020	
<b>2. Nazwa działania</b>	Kampania informacyjno-edukacyjna o WRPO 2014+	
<b>3. Główny komunikat</b>	Dzięki WRPO 2014+ mieszkańcom Wielkopolski może żyć się lepiej.	
<b>4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte)</b>	Kampania ma na celu pokazanie nowych możliwości otrzymania dofinansowania i zrealizowania projektów w ramach nowej perspektywy finansowej 2014-2020 oraz podniesienie świadomości Wielkopolan nt. Funduszy Europejskich. Planowane rezultaty to wzrost odwiedzin strony wrpo.wielkopolskie.pl oraz wzrost liczby klientów korzystających z usług Sieci Punktów Informacyjnych w Wielkopolsce.	
<b>5. Opis działania</b>		
<b>a) Skrótowy opis działania</b>	<p>Kampania ma charakter głównie edukacyjny dotyczący nowej perspektywy finansowej, w tym w szczególności WRPO 2014+. Prowadzone w ramach akcji działania będą miały na celu zachęcenie mieszkańców Wielkopolski do korzystania ze wsparcia w ramach WRPO 2014+ oraz informowania o ogłaszanych konkursach, szkoleniach, spotkaniach, konferencjach i wydarzeniach promocyjnych takich jak Dni Otwarte FE oraz bieg „ZaBIEGaj o FUNdusze”. Dodatkowo przewiduje się pokazanie pierwszych rezultatów projektów zrealizowanych w ramach WRPO 2014+ (w zależności od stopnia zaawansowania).</p> <p>Działania prowadzone w poszczególnych mediach (tv, radio, prasa, Internet, outdoor) będą ze sobą spójne, związane z ogłaszaniem i trwającymi naborami. Kampania będzie tworzyła ciąg powiązanych ze sobą elementów, co pozwoli na uzyskanie efektu synergii. Wykorzystanie różnych form przekazu pozwoli na dotarcie do jak największej liczby mieszkańców Wielkopolski.</p>	
<b>b) Grupa docelowa</b>	Kampania jest adresowana do ogółu społeczeństwa Wielkopolski oraz potencjalnych beneficjentów.	
<b>c) Zasięg terytorialny działania</b>	Cała Wielkopolska	
<b>d) Narzędzia oraz szczegółowy budżet</b>	<b>Telewizja lokalna (audycje, reklamy)</b>	300 000 zł
	<b>Radio lokalne (audycje, reklamy)</b>	100 000 zł
	<b>Prasa lokalna (artykuły, ogłoszenia, reklamy)</b>	477 000 zł
	<b>Internet (portale, media społecznościowe, publikacje w Internecie, banery)</b>	65 000 zł
	<b>Inne (kampania outdoorowa)</b>	110 000 zł
	<b>BUDŻET ŁĄCZNIE</b>	<b>1 052 000 zł</b>
<b>e) Termin realizacji</b>	I, II, III, IV kwartał	
	Kampania będzie prowadzona przez cały rok kalendarzowy.	

<p>f) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)</p>	<p><b>Telewizja lokalna</b> GRP – 200 GRP Zasięg w GRP Zasięg 1+ ok. 75%</p> <p><b>Telewizja regionalna</b> GRP – 7 800 GRP Zasięg w GRP Zasięg 4+ ok. 95%</p>
<p><b>6. Uzasadnienie działania</b></p>	<p>Cel ze Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020, który realizują te działania:</p> <p><b>Cel 1: Planowane działania mają na celu aktywizację mieszkańców regionu w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach WRPO 2014-2020</b> <i>Uzasadnienie w nawiązaniu do zasad prowadzenia działań (rozdział 6.3 Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu</b> Działania realizowane przez IZ WRPO prowadzone są do mieszkańców województwa wielkopolskiego oraz potencjalnych beneficjentów i dotyczą WRPO 2014+. W kampanii promocyjnej akcji będą wykorzystane media masowe o szerokim zasięgu (tv, radio, prasa, Internet, outdoor).</li> <li>• <b>Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji</b> Biorąc pod uwagę fakt, że akcja ma zasięg regionalny zastosowano media lokalne gwarantujące dotarcie do grupy docelowej w Wielkopolsce. Reklama banerowa w Internecie będzie targetowana na mieszkańców woj. wielkopolskiego.</li> <li>• <b>Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej</b> Media lokalne są najwłaściwszym i jednocześnie najtańszym kanałem dotarcia do mieszkańców danego subregionu.</li> <li>• <b>Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej</b> Akcja realizowana będzie na antenach regionalnych/lokalnych w czasie charakteryzującym się największą oglądalnością i słuchalnością. W przypadku prasy zakłada się realizację działań w dniach, w których ukazywać się będzie największy nakład i jest największa sprzedaż np. danego dziennika. Banery w Internecie będą zamieszczane na serwisach posiadających odpowiednio dużą liczbę realnych użytkowników w Wielkopolsce.</li> <li>• <b>Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego</b> Akcja ma informować/ edukować nt. WRPO 2014+ mieszkańców regionu oraz wzbudzić zainteresowanie potencjalnych beneficjentów i zainspirować ich do aplikowania o środki dostępne w nowej perspektywie.</li> <li>• <b>Zasada uzupełniania się komunikatów</b> Aby dotrzeć z komunikatem kampanii do grupy docelowej, czyli mieszkańców całej Wielkopolski, do promocji zostaną wykorzystane media lokalne. Poszczególne działania (audycje, ogłoszenia, banery) będą ze sobą spójne.</li> </ul> <p>Ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami – materiały wykorzystane w kampanii będą dostosowane do osób z niepełnosprawnościami poprzez umieszczanie przy każdym z materiałów w Internecie transkrypcji tekstowej obrazu i opisu spotu.</p>
<p><b>7. Osoba do kontaktu</b></p>	<p>Imię i nazwisko: Magdalena Ratajczak – Oddział Informacji, Promocji i Szkoleń Numer telefonu: 61 62 66 337 Adres mailowy: magdalena.ratajczak@umww.pl</p>