

Uchwała Nr 3068/2016

Zarządu Województwa Wielkopolskiego

z dnia 29 grudnia 2016 r.

w sprawie: zatwierdzenia Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 na 2017 r.

Na podstawie art. 41 ust. 1 i ust. 2 pkt 4 ustawy o samorządzie województwa z dnia 5 czerwca 1998 r. (t.j. Dz.U. 2016 r. poz. 486), 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 uchylającego rozporządzenie Rady (WE) 1083/2006 Zarząd Województwa Wielkopolskiego uchwała, co następuje:

§ 1

Zatwierdza się Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 na 2017 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 3068/2016

Zarządu Województwa Wielkopolskiego

z dnia 29 grudnia 2016 r.

w sprawie: zatwierdzenia Roczno-go planu działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 na 2017 r.

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 (RPD) opracowywany jest według wzoru określonego

w załączniku nr 1 do Wytycznych Ministra Rozwoju w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020.

Realizacja RPD odbywać się będzie 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+, tj. 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 Instytucji Pośredniczących WRPO 2014+ - Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu, Związku ZIT dla rozwoju AKO oraz Związku ZIT w Miejskim Obszarze Funkcjonalnym Poznania.

Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2017 zawarte w RPD to: kampania pronaborowa informacyjno – promocyjna mająca na celu informowanie o nadchodzących oraz trwających naborach, pokazanie możliwości otrzymania dofinansowania i zrealizowania projektów w ramach WRPO 2014+, zachęcenie jak największej liczby potencjalnych beneficjentów do ubiegania się o dofinansowanie, edukowanie beneficjentów i potencjalnych beneficjentów, współpraca z mediami, komunikacja z liderami opinii, organizacja cyklicznej akcji informacyjno-promocyjnej Dni Otwarte Funduszy Europejskich oraz organizacja innych wydarzeń informacyjno-promocyjnych.

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych WRPO 2014+ na rok 2017 został zaakceptowany przez Ministerstwo Rozwoju 20 grudnia 2016 r.

Informacja o planowanych działaniach informacyjno-promocyjnych została również przekazana członkom Komitetu Monitorującego Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2014-2020 na posiedzeniu w dniu 14 listopada 2016 r.

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

Marszałek Województwa

Marek Woźniak

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 na 2017 r.

Spis treści:

1. Wstęp.....	3
2. Podstawy opracowania Roczego planu działań	4
2.1. Kluczowe dokumenty	4
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 2017 r.....	6
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2017 r.....	7
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji	18
6. Szczegółowy opis działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu	20

1. Wstęp

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych dla Strategii Komunikacji 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+), na potrzeby realizacji w 2017 r. zapisów ww. Strategii Komunikacji Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020.

Dokument określa podstawy i sposoby realizacji zadań informacyjnych i promocyjnych, poświęconych 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+,
- 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
tel. +48 61 62 66 300

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

Funkcje IP dla IZ WRPO 2014+ pełnią: Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu (WUP), Stowarzyszenie Aglomeracja Kalisko-Ostrowska (ZIT AKO) oraz Stowarzyszenie Metropolia Poznań (ZIT Poznań).

WUP wykonuje zadania IP 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.

IP koncentrują się na informowaniu o możliwościach dofinansowania w ramach poszczególnych naborów wniosków o dofinansowanie oraz edukowaniu potencjalnych beneficjentów i beneficjentów WRPO 2014+. W 2017 r. zadaniem IP WRPO 2014+ jest informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach finansowania w ramach WRPO 2014+, zasadach ubiegania się o dofinansowanie w ramach konkretnych konkursów poprzez organizację spotkań informacyjnych, szkoleń, a także zachęcanie beneficjentów do udziału w Dniach Otwartych i innych wydarzeniach informacyjno-promocyjnych. 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.

2. Podstawy opracowania Roczego planu działań

2.1. Kluczowe dokumenty

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych WRPO 2014+ na rok 2017 powstał zgodnie z zapisami poniższych dokumentów:

- a. Wytyczne w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020,
- b. Strategia komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020,
- c. Strategia komunikacji Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 z 23 września 2015 r.,
- d. Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2014-2020.

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 Rocznej strategii 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 2017 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, w tym: ankiety poszkoleniowe, statystyki z Facebooka, statystyki z portali internetowych, raporty Wykonawców.

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 oraz informowania o aktualnych i nadchodzących naborach wniosków.

Na obecnym etapie wdrażania należy nadal wzmacniać potencjał organizacyjny PIFE oraz kontynuować 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 spotkania i konferencje, ze względu na znaczące zainteresowanie tymi kanałami wśród potencjalnych beneficjentów i wnioskodawców.

W ankietach poszkoleniowych, beneficjenci oraz potencjalni beneficjenci wpisują jaką tematyką szkoleń są zainteresowani w przyszłości – ich odpowiedzi są analizowane i brane pod uwagę przy tworzeniu harmonogramu szkoleń.

W roku 2016 bardzo dużym zainteresowaniem cieszyło się wydarzenie „ZaBIEGaj o FUNdusze”, podczas którego zostało udzielonych 50 kompleksowych konsultacji z zakresu nadchodzących naborów, możliwości uzyskania dofinansowania oraz wszystkich procedur związanych ze składaniem wniosków i realizacją projektów. Organizacja wydarzenia pozwoliła również na promowanie fanpage'a na facebooku – odnotowano zdecydowany wzrost odwiedzin oraz liczby polubień strony w terminie bezpośrednio po wydarzeniu (dane statystyczne z facebooka). Analiza raportu Wykonawcy przygotowującego bieg wykazała, że ocena imprezy przez odwiedzających była na wysokim poziomie – 90% odwiedzających oceniło ją z wynikiem pozytywnym. W związku z powyższym IZ WRPO 2014+ zdecydowało się na kontynuację organizacji biegu w 2017 r.

3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2017

Poniższe działania informacyjne i promocyjne WRPO w 2017 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, media społecznościowe 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 w ramach kampanii pronaborowej (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 (IK UP).

W 2017 r. IZ WRPO 2014+ skupi się nad kontynuacją działań o charakterze pronaborowym. Poza obowiązkową informacją na stronie internetowej, każdorazowo przed rozpoczęciem naboru do każdego konkursu publikowane jest ogłoszenia w prasie. Dodatkowo informacje publikowane są w artykułach prasowych w prasie regionalnej, audycjach telewizyjnych, lokalnych portalach internetowych, facebooku, radiu. Po ogłoszeniu każdego naboru organizowane jest szkolenia dla wnioskodawców obejmujące takie zagadnienia jak: zasady i regulamin konkursu, kryteria wyboru projektów, obsługa LSI, zamówienia publiczne itd. Po części teoretycznej uczestnicy zadają pytania ekspertom prowadzącym szkolenia. Potencjalni beneficjenci mogą również korzystać z konsultacji w PIFE oraz w ramach mobilnych punktów.

4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2017

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.

W 2017 r. działania informacyjne i promocyjne będą przede wszystkim służyć realizacji celów związanych z naborami wniosków: jak najlepszej jakości składanych wniosków, co w konsekwencji przełoży się na wysoki procent wniosków zatwierdzonych do dofinansowania, oraz jak najwyższego poziomu wykorzystania dostępnej na 2017 r. alokacji WRPO 2014+. Działania te będą skierowane do konkretnych grup docelowych, czyli potencjalnych beneficjentów oraz beneficjentów już realizujących projekty, a także do potencjalnych uczestników projektów oraz opinii publicznej.

Informacja skierowana do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów jest dostępna cały czas, jest wielokanałowa i wielopoziomowa oraz użyteczna. Komunikacja następuje za pośrednictwem kanałów komunikacji takich jak: portale www.wrpo.wielkopolskie.pl oraz www.funduszeuropejskie.gov.pl, fanpage na facebook'u www.facebook.com/WRPOwielkopolska, strony internetowe Instytucji Pośredniczących, Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich, kontakt z opiekunem projektu (materiały promocyjne i informacyjne instytucji systemu informacji i promocji), konferencje, spotkania i szkolenia, media i publikacje. Informacja jest 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. Dodatkowo, IZ WRPO 2014+ współpracuje z instytucjami i podmiotami, dzięki którym można dotrzeć do danych grup docelowych (JST, NGO, uczelnie etc.)

Działania dla beneficjentów koncentrują się na wspieraniu ich w prawidłowej realizacji projektów. IZ oraz IP informują i edukują beneficjentów o zasadach właściwej i skutecznej realizacji projektów w ramach WRPO 2014+. Przy tej okazji prezentuje dobre praktyki, tj. bardzo dobrze zrealizowane i prowadzone projekty współfinansowane z FE.

Działania dla potencjalnych uczestników projektów koncentrują się na informowaniu o możliwościach, jakie stwarzają realizowane projekty. IZ oraz IP informują o wsparciu lub bezpłatnych usługach świadczonych przez beneficjentów WRPO 2014+.

IZ WRPO 2014+ aktywnie włącza się w horyzontalne działania i akcje skoordynowane przez IK UP, takie jak np. Dni Otwarte Funduszy Europejskich. W ramach tej akcji prowadzona jest głównie komunikacja z opinią publiczną, czyli mieszkańcami Wielkopolski. Ponadto, instytucja odpowiedzialna za promocję i informację w ramach WRPO 2014+ pozostaje w stałym i ścisłym kontakcie z mediami poprzez udostępnianie interesujących dla mediów treści o tematyce naborowej (konferencje prasowe, śniadania prasowe, konkurs dziennikarski etc.).

Tabela 1. Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach WRPO 2014+ w roku 2017

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
1. Koordynacja, w tym badania i ewaluacja, wymiana doświadczeń							
1.1	Koordinacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji	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
1.2	Udział w grupach	Działania wspierające realizację Strategii Komunikacji WRPO 2014+	Podmioty zaangażowane w realizację WRPO	Grupa Sterująca ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich 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
				Grupa robocza IZ-IP ds. informacji i promocji Grupa spotyka się dwa razy w roku.	IZ	III, IV kwartał	0 zł
1.3	Współpraca międzynarodowa	-	-	-	-	-	-
1.4	Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy	-	-	Badanie społeczne	-	-	-
		-	-	Ewaluacja Ewaluacja wewnętrzna skuteczności i efektywności przekazów medialnych (pod założenia prowadzonej kampanii medialnej). Każdy z Wykonawców usług prowadzonych w ramach kampanii o szerokim zasięgu jest zobowiązany do przedstawienia raportu oraz przedstawienia danych statystycznych, gdzie zawarte są wyniki dot. efektywności prowadzonych działań.	-	IV kwartał	0 zł
2. Działania informacyjne							
2.1	System informacji - sieć PIFE	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 5 Lokalnych Punktów Informacyjnych w następujących miejscowościach: Kalisz, Konin, Leszno, Nowy Tomyśl, Piła. Szczegółowe plany realizacji tego działania na dany rok są przewidziane we Wniosku o przyznanie dotacji celowej na 2017 r. Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z MR. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy.					
2.2	Portale i serwisy internetowe	1, 2, 3, 4	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, media lokalne/regionalne, partnerzy społeczno-gospodarczy	Portal WRPO 2014+ 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. Portal agreguje najważniejsze treści dot. WRPO 2014+ z portali WUP, ZIT AKO i ZIT Poznań.	IZ	I, II, III, IV kwartał	31 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				<p>WUP: Bieżąca aktualizacja zakładki WRPO 2014+ na stronie internetowej WUP w Poznaniu w zakresie ogłoszeń o naborach, zestawień zawartych umów, obowiązujących aktów prawnych itp. Aktualizacja informacji na portalu FE oraz portalu WRPO 2014-2020 w kwestiach związanych z realizacją w województwie wielkopolskim Działania 6.1, Działania 6.2 oraz Poddziałania 7.1.2 WRPO 2014+</p> <p>ZIT AKO: Działania realizowane za pomocą serwisu informacyjnego – strony internetowej SAKO obejmują przede wszystkim: sukcesywne zamieszczanie treści związanych z realizacją Strategii ZIT dla rozwoju AKO, ich aktualizację oraz doskonalenie i administrowanie serwisem internetowym. Ważnym kanałem komunikacji z potencjalnymi beneficjentami oraz beneficjentami instrumentu finansowego ZIT AKO będzie newsletter, za pomocą którego wysyłane będą informacje dla zarejestrowanych użytkowników serwisu, oraz forum będące platformą komunikacji potencjalnych beneficjentów i koordynatorów ZIT jst.</p> <p>ZIT Poznań: Prowadzenie serwisu informacyjnego ZIT w Miejskim Obszarze Funkcjonalnym Poznania www.zit.metropoliapoznan.pl poświęconego tematyce funduszy europejskich przeznaczonych na wdrażanie Strategii ZIT oraz informującego o naborach i działaniach informacyjno-promocyjnych.</p>	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
					IP	I, II, III, IV kwartał	1 710 zł
					IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
2.3	Baza wiedzy	Działania wspierające realizację Strategii Komunikacji WRPO 2014+	Podmioty zaangażowane w realizację WRPO	Administracja zespołem „RPO Województwa Wielkopolskiego” w Bazie Wiedzy o Funduszach Europejskich.	IZ	I, II, III, IV kwartał	0 zł
2.4	Mapa dotacji	1, 2, 3, 4	Mieszkańcy woj. wielkopolskiego	Uzupełnianie informacji o projektach w Mapie Dotacji UE.	IZ	I, II, III, IV kwartał	0 zł
2.5	Wyszukiwarka Dotacji	1	Potencjalni beneficjenci	Uzupełnianie informacji o naborach na portalu FE i w Wyszukiwarce Dotacji.	IZ	I, II, III, IV kwartał	0 zł
2.6	Punkt kontaktowy WRPO 2014+	1, 3	Potencjalni beneficjenci, beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, uczestnicy	WUP: Utrzymanie Punktu kontaktowego WRPO 2014+ w siedzibie WUP w Poznaniu. Udzielanie informacji nt. EFS i WRPO 2014-2020 osobiście, telefonicznie (infolinia), drogą mailową/listowną. Szacowana liczba wszystkich form konsultacji: 1 000. W siedzibie IP są zastosowane udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami.	IP	I, II, III, IV kwartał	22 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			projektów				
3. Działania edukacyjne							
3.1	Szkolenia dla beneficjentów	2	Beneficjenci, organizacje pozarządowe	Działanie dotyczy podniesienia poziomu wiedzy 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). Planowana liczba szkoleń: 8. Szacunkowa łączna liczba uczestników: 1260. Organizacja spotkań eksperckich służących wymianie doświadczeń związanych z realizacją projektów, skierowanych do przedstawicieli organizacji pozarządowych, podmiotów ekonomii społecznej itd.	IZ	I, II, III, IV kwartał	40 000 zł
		1, 2, 3	Beneficjenci	WUP: Organizacja szkoleń tematycznych nt. prawidłowej realizacji projektów, jak również szkoleń praktycznych w sali komputerowej nt. rozliczania projektów wraz z promocją wydarzenia. Planowana liczba szkoleń: 3 Szacowana łączna liczba uczestników: 60 osób (20 os./szkolenie)	IP	II, III, IV kwartał	30 000 zł
				ZIT AKO: Działanie dotyczy podniesienia poziomu wiedzy beneficjentów. Obejmuje przede wszystkim szkolenia specjalistyczne dotyczące obowiązków wynikających z podpisanej umowy o dofinansowanie projektu, przygotowania wniosków o dofinansowanie w systemie LSI 2014+ oraz wniosków o płatność w systemie SL2014, szkolenia w zakresie prawidłowej realizacji projektu i dochowania jego trwałości.	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
				ZIT Poznań: Szkolenia dedykowane koordynatorom ZIT i przedstawicielom beneficjentów ZIT dotyczące zagadnień związanych z wdrażaniem i realizacją projektów ZIT (np. sprawozdawczość, rozliczanie). Liczba uczestników jest zróżnicowana w zależności od zainteresowania danym konkursem (nie jest wliczana do wskaźnika w Tabeli 2).	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
3.2	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów	1	Potencjalni beneficjenci, organizacje pozarządowe	Działanie dotyczy podniesienia poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów (przygotowania ich do prawidłowego aplikowania o środki, np. prawidłowe przygotowanie wniosków aplikacyjnych). Materiały szkoleniowe, które otrzymują uczestnicy szkoleń, zostaną	IZ	I, II, III, IV kwartał	60 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			Potencjalni beneficjenci	<p>przygotowane w formie umożliwiającej odczytanie dokumentów przez czytelników dla osób z dysfunkcją wzroku (PDF, Word). Planowana liczba szkoleń: 28. Szacunkowa łączna liczba uczestników: 1970.</p> <p>Organizacja spotkań eksperckich służących wymianie doświadczeń związanych z przygotowaniem wniosków o dofinansowanie, skierowanych do przedstawicieli organizacji pozarządowych, podmiotów ekonomii społecznej itd.</p> <p>WUP: Organizacja w siedzibie WUP w Poznaniu spotkań informacyjnych dot. naborów wniosków o dofinansowanie projektów w ramach priorytetów inwestycyjnych 8i oraz 9i WRPO 2014+. Planowana liczba spotkań informacyjnych: 2. Szacunkowa łączna liczba uczestników: 70 osób (35 os./szkolenie)</p> <p>ZIT AKO: Działanie dotyczy podniesienia poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów, przygotowania ich do prawidłowego aplikowania o środki np. prawidłowe przygotowanie wniosków aplikacyjnych w systemie LSI 2014+. Liczba szkoleń: 4. Łączna liczba uczestników: 60.</p> <p>ZIT Poznań: Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów ZIT Poznań na terenie Miejskiego Obszaru Funkcjonalnego Miasta Poznania. Liczba uczestników jest zróżnicowana w zależności od zainteresowania danym konkursem (nie jest wliczana do wskaźnika w Tabeli 2). Organizacja cyklicznych spotkań ze wszystkimi koordynatorami ZIT oraz szkolenia dedykowane koordynatorom ZIT w dziedzinach zgłaszanych jako wymagające wsparcia szkoleniowego.</p>	IP	I, II, III, IV kwartał	1 500 zł
			Potencjalni beneficjenci, koordynatorzy ZIT		IP	I, II, III, IV kwartał	3 100 zł
					IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
3.3	Drzwi otwarte Punktu kontaktowego WRPO 2014+	1, 3	Potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów	WUP: Organizacja w siedzibie WUP w Poznaniu Drzwi Otwartych Punktu kontaktowego WRPO 2014+, gdzie uczestnicy wydarzeń pozyskują informacje m.in. nt. oferowanego w ramach WRPO 2014+ wsparcia, planowanych i aktualnych naborów wniosków o dofinansowanie realizacji projektów w ramach priorytetów inwestycyjnych WRPO 2014+ wdrażanych przez WUP w Poznaniu. Planowana liczba wydarzeń: 4 Szacunkowa liczba uczestników: 40 osób	IP	I, II, III, IV kwartał	1 500 zł
3.4	Konferencja ZIT Poznań	1	Potencjalni beneficjenci	ZIT Poznań: Konferencja merytoryczna dotycząca wdrażania Strategii ZIT w Miejskim Obszarze Funkcjonalnym Poznania.	IP	III kwartał	0 zł
3.5	Tutoriale	1, 2	Beneficjenci, potencjalni beneficjenci	Stworzenie dwóch tutoriali pokazujących jak prawidłowo wypełnić wniosek o dofinansowanie oraz jak prawidłowo realizować projekt. Materiały zostaną zamieszczone na portalu WRPO 2014+ oraz	IZ	III kwartał	1 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				stronie na Facebooku i kanale YouTube.			
4. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w Internecie							
4.1	Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu		Potencjalni beneficjenci	Szczegóły znajdują się w tabeli 3. Koszty elementów kampanii są przedstawione przy poszczególnych zadaniach. IZ zapewnia spójność wszystkich prowadzonych działań..	IZ	I, II, III, IV kwartał	-
4.2	Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)	1, 2, 3, 4	Potencjalni beneficjenci	Audycje Szczegóły znajdują się w tabeli 3. Kontynuacja działania z poprzedniego roku wynikająca z podpisanej umowy. IZ zapewnia koordynację i dba o spójność działań prowadzonych w ramach kampanii o szerokim zasięgu.	IZ	I, II, III, IV kwartał	375 000 zł
		1, 3, 4	Potencjalni beneficjenci	Spoty Szczegóły znajdują się w tabeli 3.	IZ	I, II, III, IV kwartał	100 000 zł
4.3	Radio (audycje sponsorowane, reklamy)	1, 2, 3, 4	Potencjalni beneficjenci	Audycje Szczegóły znajdują się w tabeli 3. Kontynuacja działania z poprzedniego roku wynikająca z podpisanej umowy. IZ zapewnia koordynację i dba o spójność działań prowadzonych w ramach kampanii o szerokim zasięgu.	IZ	I, II, III, IV kwartał	143 000 zł
4.4	Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)	1, 2, 3, 4	Potencjalni beneficjenci	Ogłoszenia Szczegóły znajdują się w tabeli 3. Kontynuacja działania z poprzedniego roku wynikająca z analizy operacyjnej podejmowanych działań. IZ zapewnia koordynację i dba o spójność działań prowadzonych w ramach kampanii o szerokim zasięgu.	IZ	I, II, III, IV kwartał	400 000 zł
				WUP: Reklama w prasie regionalnej/lokalnej o zasięgu obejmującym obszar województwa wielkopolskiego, promująca priorytety inwestycyjne 8i oraz 9i WRPO 2014+ w zakresie: zachęcania do aplikowania o środki w ramach ogłaszanych konkursów (dot. Działania 6.2 oraz Poddziałania 7.1.2 WRPO 2014+), zachęcania do udziału w realizowanych na terenie woj. wielkopolskiego projektach WRPO 2014+, informowania o dostępnych formach wsparcia, informowania o usługach świadczonych przez Punkt kontaktowy WRPO 2014+ (wskazywanie na możliwość pozyskania informacji i bezpłatnych porad), informowania o Drzwiach Otwartych Punktu kontaktowego WRPO 2014+. Reklama zostanie zamieszczona zarówno w wydaniu drukowanym, jak i internetowym. Reklama zostanie skierowana do mieszkańców całego województwa wielkopolskiego. Planowana liczba emisja ogłoszeń prasowych: co najmniej 6.	IP	I, II, III, IV kwartał	7 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				<p>Szacunkowa liczba odbiorców: 60 000 osób.</p> <p>ZIT AKO: Publikacja ogłoszeń w prasie regionalnej/lokalnej oraz na stronach internetowych: SAKO, www.funduszeuropejskie.gov.pl, www.wrpo.wielkopolskie.pl oraz na stronach Członków Stowarzyszenia.</p> <p>ZIT Poznań: Przygotowanie artykułów merytorycznych oraz ich publikacja w prasie regionalnej lub lokalnej na temat wdrażania Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych w Miejskim Obszarze Funkcjonalnym Poznania. Jest to działanie bezkosztowe i często związane ze wsparciem merytorycznym dziennikarzy przygotowujących publikacje finansowane ze środków przeznaczonych na informacje i promocję w ramach szerszych kampanii informacyjnych. Publikacja ogłoszeń o konkursach w prasie lokalnej.</p>	IP	I, II, III, IV kwartał	3 000 zł
					IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
4.5	Internet (sponsorowane publikacje, reklamy, media społecznościowe)	1, 2, 3, 4	Potencjalni beneficjenci	<p>Publikacje w Internecie Szczegóły znajdują się w tabeli 3. Kontynuacja działania z poprzedniego roku wynikająca z analizy operacyjnej podejmowanych działań. IZ zapewnia koordynację i dba o spójność działań prowadzonych w ramach kampanii o szerokim zasięgu.</p>	IZ	I, II, III, IV kwartał	37 500 zł
				<p>Media społecznościowe Szczegóły znajdują się w tabeli 3. Kontynuacja działania z poprzedniego roku wynikająca z podpisanej umowy. IZ zapewnia koordynację i dba o spójność działań prowadzonych w ramach kampanii o szerokim zasięgu.</p>	IZ	I, II, III, IV kwartał	39 500 zł
		1, 3, 4	Potencjalni beneficjenci	<p>Kampania promocyjna w internecie Szczegóły znajdują się w tabeli 3. Kontynuacja działania z poprzedniego roku wynikająca z podpisanej umowy. IZ zapewnia koordynację i dba o spójność działań prowadzonych w ramach kampanii o szerokim zasięgu.</p>	IZ	I, II, III, IV kwartał	24 600 zł
				<p>WUP: Kompleksowe przygotowanie i produkcja dwóch animowanych reklam (np. double billboard) wraz z ich emisją w Internecie, obejmującą swoim zasięgiem obszar woj. wielkopolskiego. Jeden z double billboardów zostanie poświęcony projektom aktywizacji zawodowej (Działanie 6.2 WRPO 2014+), drugi – projektom aktywnej integracji (Poddziałanie 7.1.2 WRPO 2014+). Celem przedmiotowej kampanii będzie zachęcenie potencjalnych beneficjentów do aplikowania w ogłaszanych w 2017</p>	IP	II -III kwartał	54 600 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				<p>roku naborach wniosków. Dodatkowo, kampania wskaże możliwości udzielania wsparcia osobom zagrożonym wykluczeniem społecznym, w tym osobom z niepełnosprawnościami. Tym samym pozwoli na dotarcie do potencjalnych uczestników projektów z Działania 6.2 oraz Poddziałania 7.1.2 WRPO 2014+, zachęcenie ich do uczestnictwa w projektach poprzez uświadomienie im korzyści wynikających z możliwego skorzystania ze wsparcia. Animowane reklamy będą emitowane na portalach/serwisach internetowych, które charakteryzują się liczbą odsłon na stronie średnio powyżej 80 000 miesięcznie Szacunkowa liczba odbiorców: kilkanaście tysięcy. Reklamy będą emitowane na:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dwóch Internetowych portalach radiowych; • portalu prasowego dziennika regionalnego; • dwóch portalach informacyjno-opiniotwórczych. <p>Zasięg emisji: regionalny (woj. wielkopolskie). Typ kampanii reklamowej: odsłonowa. Kliknięcie na double billboard spowoduje przekierowanie na portal WRPO 2014+ lub do zakładki WRPO 2014+ na stronie internetowej WUP w Poznaniu – IP WRPO 2014+, gdzie będą zamieszczone szczegółowe informacje.</p>			
4.6	Ambient, OOH, inne	1, 3, 4	Potencjalni beneficjenci	<p>Kampania outdoorowa Szczegóły znajdują się w tabeli 3. Kontynuacja działania z poprzedniego roku wynikająca z podpisanej umowy. IZ zapewnia koordynację i dba o spójność działań prowadzonych w ramach kampanii o szerokim zasięgu.</p>	IZ	I, II, III, IV kwartał	180 000 zł
5. Imprezy otwarte i inne							
5.1	Eventy, pikniki, festyny	1, 3, 4	Potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów	<p>WUP: Kompleksowa organizacja plenerowego stoiska informacyjnego w dniu 11.11.2017 r. podczas Imienin Ulicy Św. Marcin w Poznaniu, gdzie zainteresowani będą mogli skorzystać z bezpłatnej porady m.in. nt. możliwości dofinansowania i dostępnego w ramach WRPO 2014+ wsparcia, planowanych naborów wniosków o dofinansowanie realizacji projektów w ramach WRPO 2014+ oraz efektów związanych z realizacją projektów unijnych. Szacunkowa liczba odbiorców: 6 000 osób. W ramach współpracy z siecią PIFE i UMWW, WUP w Poznaniu zamierza zaprosić do uczestniczenia w wydarzeniu (udzielanie informacji i porad na temat pozostałych priorytetów inwestycyjnych WRPO 2014+) pracowników UMWW, jak również przedstawicieli sieci PIFE województwa wielkopolskiego. Na kwotę zaplanowaną w ramach działania składa się usługa kompleksowej organizacji plenerowego stoiska informacyjnego</p>	IP	IV kwartał	40 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				WRPO 2014+ podczas obchodów Imienin ulicy św. Marcin w Poznaniu 11.11.2017 r. Jej Wykonawca zobowiązany będzie m.in. do: zarezerwowania i zapewnienia powierzchni wystawienniczej w miejscu odbywania się obchodów Imienin ulicy św. Marcin, pozyskania stosownych zezwoleń oraz dokonania wymaganych przez organizatora obchodów wydarzenia opłat (koszt wynajmu powierzchni wystawienniczej od organizatora obchodów wydarzenia), zapewnienia oraz montażu pawilonu wystawienniczego wraz z wyposażeniem (stoły, krzesła, oświetlenie, ogrzewanie, komputer/laptop z dostępem do bezprzewodowego Internetu), opracowania graficznego i wykonania baneru wystawienniczego, który zostanie zamieszczony nad wejściem do namiotu wystawienniczego, wykonania i dostarczenia materiałów informacyjno-promocyjnych, które będą rozdawane odwiedzającym (np. długopisy ekologiczne, balony), zapewnienie dekoracji stoiska, zapewnienia zespołu osób do obsługi technicznej wydarzenia.			
5.2	Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy itp.	1, 3	Media, potencjalni beneficjenci	Śniadania prasowe dla dziennikarzy. Przewiduje się organizację ok. 4 wydarzeń tego typu w subregionach Wielkopolski. ZIT Poznań: 2 konferencje prasowe dotyczące wdrażania Strategii ZIT w Miejskim Obszarze Funkcjonalnym Poznania.	IZ IP	I, II, III, IV kwartał II, IV kwartał	2 000 zł 0 zł
5.3	Dni Otwarte Funduszy Europejskich	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. Organizacją wydarzenia oraz kontaktem z beneficjentami, w tym wsparciem kreatywnym, zajmują się pracownicy IZ. Kampania informująca o DOFE jest częścią kampanii o szerokim zasięgu. Oznacza to, że promocja DOFE odbywa się w dwóch dziennikach regionalnych, dwóch telewizjach regionalnych, radiu i internecie, mediach społecznościowych. W ramach DOFE zorganizowany zostanie konkurs „Młodzi wiedza o funduszach”.	IZ	I-II kwartał	Koszt wliczony w kampanię o szerokim zasięgu.
5.4	Bieg „ZaBIEGaj o FUNdusze”	1	Potencjalni beneficjenci i beneficjenci	Działanie ma na celu informowanie o przeprowadzanych oraz przyszłych naborach podniesienie świadomości Wielkopolan nt. funduszy europejskich w ramach WRPO 2014+. Na mecie znajdować będą się stanowiska ekspertów WRPO 2014+, gdzie zainteresowane osoby będą mogły otrzymać informacje o możliwościach dofinansowania. Organizację biegu planuje się nad	IZ	II, III kwartał	130 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				Jeziorem Maltańskim w Poznaniu. Uczestnicy będą mieli do przebiegnięcia trasę 5,4 lub 10,8 km. Stworzona zostanie odrębna strona internetowa, która umożliwi rejestrację dla uczestników biegu. Akcja nagłośniona zostanie w mediach lokalnych w ramach kampanii o szerokim zasięgu.			
6. Konkursy							
6.1	Konkurs dla dziennikarzy	1, 3, 4	Opinia publiczna, media	Celem konkursu jest wyróżnienie materiałów dziennikarskich, które dotyczą WRPO 2014 + oraz zainteresowanie dziennikarzy tematyką funduszy unijnych oraz promocji naborów w ramach WRPO 2014+. Konkurs ma ponadto zwiększyć świadomość czytelników w zakresie wykorzystania środków unijnych. Konkurs skierowany do dziennikarzy i fotoreporterów redakcji radiowych, prasowych, telewizyjnych i internetowych. Przewidziano nagrody pieniężne.	IZ	III-IV kwartał	15 000 zł
6.2	Młodzi wiedzą o funduszach	1, 3, 4	Młodzież, media	Działanie mające na celu przybliżenie młodym ludziom pierwszych efektów wdrażania WRPO 2014+. Do udziału planowane jest zaangażowanie ok. 150 szkół. Konkurs zostanie zorganizowany w ramach DOFE.	IZ	I-II kwartał	20 000 zł
7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych							
7.1	Publikacje (drukowane i elektroniczne)	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-biuletynu), nakład papierowy: 2000 szt. Druk Programu WRPO 2014+, nakład: 500 szt..	IZ	I, II, III, IV kwartał	120 000 zł
			Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, uczestnicy i potencjalni uczestnicy projektów	WUP: Broszura informacyjno-promocyjna - dobre praktyki na rzecz aktywizacji zawodowej i włączenia społecznego w województwie wielkopolskim (w zakresie priorytetów inwestycyjnych 8i oraz 9i WRPO 2014+). Przygotowanie i opracowanie merytoryczne, zaprojektowanie, opracowanie graficzne, druk i dystrybucja broszury przedstawiającej doświadczenia i efekty z realizowanych na obszarze regionu projektów. Publikacja pozwoli na zaprezentowanie przykładów dobrych praktyk – realizowanych/zrealizowanych w ramach Działania 6.1, Działania 6.2 oraz Poddziałania 7.1.2 WRPO 2014+ projektów.	IP	IV kwartał	60 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			Beneficjenci, potencjalni beneficjenci, partnerzy społeczni i gospodarczy	<p>Zasięg dystrybucji: województwo wielkopolskie (m.in. gminy, powiatowe urzędy pracy). Część egzemplarzy zostanie rozdyskrebowane wśród osób odwiedzających Punkt kontaktowy WRPO 2014-2020 WUP w Poznaniu oraz wśród uczestników wydarzeń organizowanych przez WUP w Poznaniu czy też wydarzeń – targów, imprez wystawienniczych, w których będzie brać udział WUP w Poznaniu jako IP WRPO 2014-2020. Szacunkowa liczba egzemplarzy: 1 500. Publikacja w wersji elektronicznej zostanie zamieszczona na stronie internetowej WUP w Poznaniu.</p> <p>ZIT AKO: Publikacja Biuletynu Stowarzyszenia AKO informującego o działaniach prowadzonych przez Stowarzyszenie, w tym dotyczących wdrażania Strategii ZIT dla rozwoju AKO, oraz o wydarzeniach odbywających się na obszarze Aglomeracji Kalisko-Ostrowskiej. Nakład: 1000 szt.</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 dystrybuowany jedynie w formie elektronicznej: zamieszczany na stronie internetowej SMP www.metropoliapoznan.pl, stronie internetowej ZIT Poznań www.zit.metropoliapoznan.pl oraz rozsyłany drogą mailową do liderów społeczności lokalnych z terenu Metropolii Poznań.</p>	IP	I, II, III, IV kwartał	1 265 zł
					IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
7.2	Materiały promocyjne typu gadżety	2, 3, 4	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, podmioty zaangażowane w realizację WRPO, partnerzy społeczno-gospodarczy	<p>Materiały promocyjne związane z organizowanymi wydarzeniami/konkursami (np. długopisy, pendrive'y, teczki na dokumenty).</p> <p>Druk notesów, teczek, kalendarzy itp. Materiały będą dystrybuowane podczas spotkań, konferencji, imprez etc.</p>	IZ	IV kwartał	20 000 zł
					IZ	IV kwartał	50 000 zł
7.3	Materiały brandingowe i wystawiennicze, np. rollupy, ścianki	Działania wspierające realizację Strategii Komunikacji WRPO 2014-2020	Beneficjenci, potencjalni beneficjenci, partnerzy społeczni i gospodarczy	ZIT AKO: Zakup wyposażenia pomocniczego niezbędnego do przeprowadzenia akcji promocyjnych: <ul style="list-style-type: none"> - stojak informacyjny na plakaty A4, - stojak informacyjny z miejscem na ulotki. 	IP	I, II, III, IV kwartał	2 400 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
7.4	Poradnik dla beneficjentów WRPO 2014+	1, 2	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, podmioty zaangażowane w realizację WRPO	Instrukcja obsługi mówiąca jak realizować projekt w ramach WRPO 2014+, napisana w prosty, przejrzysty sposób (zastosowanie zasad prostego języka w komunikacji z beneficjentami i potencjalnymi beneficjentami). 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.). Nakład: 5000 szt.	IZ	III-IV kwartał	40 000 zł
7.5	Dostosowanie obsługi klienta do potrzeb osób z niepełnosprawnościami	1, 2, 3, 4	Potencjalni beneficjenci, beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, uczestnicy projektów	WUP: Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami, dostosowanie obsługi klienta do potrzeb osób z niepełnosprawnościami (np. pętla indukcyjna/ /specjalne oznakowania/wsparcie z zakresu tłumaczenia na język migowy). Pętla indukcyjna będzie wykorzystywana w Punkcie kontaktowym WRPO 2014+.	IP	II, III kwartał	3 400 zł
ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU							2 065 075 PLN

2. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji

Tabela 2 Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji WRPO 2014 + w roku 2017

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	900 000						5 000 000	
	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania w woj. wielkopolskim	0	1	2	3						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	5070							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	2210						7 000	
<i>Cel 3</i> Komunikacja	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu	0	1	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 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 pronaborowa informacyjno-promocyjna o WRPO 2014+

1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania	IZ WRPO 2014+
2. Nazwa działania	Kampania pronaborowa informacyjno-promocyjna o WRPO 2014+
3. Główny komunikat	Skorzystaj z Funduszy Europejskich w Wielkopolsce
4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte)	Kampania ma na celu informowanie o nadchodzących oraz trwających naborach, pokazanie możliwości otrzymania dofinansowania i zrealizowania projektów w ramach WRPO 2014+, zachęcenie jak największej liczby potencjalnych beneficjentów do ubiegania się o dofinansowanie, przedstawienia procesu składania wniosku oraz podniesienie świadomości Wielkopolan nt. Funduszy Europejskich. Planowane rezultaty to osiągnięcie jak najwyższego procentu wniosków zatwierdzonych do dofinansowania oraz jak najwyższego poziomu wykorzystania alokacji WRPO 2014+ dostępnej na 2017r.
5. Opis działania	
a) Skrótowy opis działania	<p>Kampania ma charakter głównie pronaborowy 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”. Działania prowadzone w poszczególnych mediach (tv, radio, prasa, Internet, outdoor) będą ze sobą spójne, związane z ogłaszanymi i trwającymi naborami. Kampania będzie tworzyła ciąg powiązanych ze sobą elementów, co pozwoli na uzyskanie efektu synergii i sekwencyjności. Spójność będzie zachowana m.in. na poziomie kreacji i idei kampanii- spójne hasło, przekaz i layout. Wykorzystanie różnych form przekazu pozwoli na dotarcie do jak największej liczby mieszkańców Wielkopolski.</p> <p>Audycje telewizyjne Współpraca przy tworzeniu cyklu audycji telewizyjnych mających przede wszystkim charakter pronaborowy 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. Kontynuacja działań z poprzedniego roku.</p> <p>Spoty telewizyjne Produkcja spotów informacyjnych dotyczących WRPO 2014+ mających charakter pronaborowy oraz ich emisja w TV lokalnej, regionalnej i w Internecie.</p> <p>Audycje radiowe Współpraca przy tworzeniu cyklu audycji radiowych mających przede wszystkim charakter pronaborowy 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. Kontynuacja działań z poprzedniego roku.</p> <p>Prasa Współpraca przy tworzeniu materiałów publicystycznych oraz ogłoszeń prasowych (reklam) mających pronaborowy charakter w następujących tytułach regionalnych: Gazeta Wyborcza Poznań i Głos Wielkopolski oraz w wielu lokalnych czasopiśmie 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. Publikacja informacji o aktualnych konkursach w prasie regionalnej, tj. w Głosie Wielkopolskim oraz poznańskim wydaniu Gazety Wyborczej. Przy publikacji ogłoszeń stosowany jest wzór ogłoszenia o naborze wniosków. Kontynuacja działań z poprzedniego roku.</p>

	<p>Publikacje w internecie Współpraca polegająca na wsparciu merytorycznym funkcjonowania serwisów internetowych o zasięgu lokalnym bądź regionalnym, poświęconych tematyce Funduszy Europejskich. Działanie ma charakter głównie pronaborowy. Kontynuacja działań z poprzedniego roku.</p> <p>Media społecznościowe 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. Kontynuacja działań z poprzedniego roku.</p> <p>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 mające pronaborowy charakter, powiązane z terminami naboru wniosków oraz spójne z pozostałymi działaniami w mediach i Internecie. Kontynuacja działania z poprzedniego roku.</p> <p>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 mające charakter pronaborowy cykliczne, spójne z pozostałymi działaniami w mediach i Internecie. Kontynuacja z poprzedniego roku.</p>																		
b) Grupa docelowa	Kampania jest adresowana do ogółu społeczeństwa Wielkopolski, a przede wszystkim do potencjalnych beneficjentów.																		
c) Zasięg terytorialny działania	Cała Wielkopolska																		
d) Narzędzia oraz szczegółowy budżet	<table border="1"> <tr> <td>Audycje telewizyjne</td> <td>375 000 zł</td> </tr> <tr> <td>Spoty telewizyjne</td> <td>100 000 zł</td> </tr> <tr> <td>Audycje radiowe</td> <td>143 000 zł</td> </tr> <tr> <td>Spoty radiowe</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe</td> <td>400 000 zł</td> </tr> <tr> <td>Publikacje w internecie (w tym media społecznościowe)</td> <td>77 000 zł</td> </tr> <tr> <td>Reklamy w internecie</td> <td>24 600</td> </tr> <tr> <td>Ambient, OHH, inne</td> <td>180 000 zł</td> </tr> <tr> <td>BUDŻET ŁĄCZNIE</td> <td>1 299 600 zł</td> </tr> </table>	Audycje telewizyjne	375 000 zł	Spoty telewizyjne	100 000 zł	Audycje radiowe	143 000 zł	Spoty radiowe	-	Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe	400 000 zł	Publikacje w internecie (w tym media społecznościowe)	77 000 zł	Reklamy w internecie	24 600	Ambient, OHH, inne	180 000 zł	BUDŻET ŁĄCZNIE	1 299 600 zł
Audycje telewizyjne	375 000 zł																		
Spoty telewizyjne	100 000 zł																		
Audycje radiowe	143 000 zł																		
Spoty radiowe	-																		
Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe	400 000 zł																		
Publikacje w internecie (w tym media społecznościowe)	77 000 zł																		
Reklamy w internecie	24 600																		
Ambient, OHH, inne	180 000 zł																		
BUDŻET ŁĄCZNIE	1 299 600 zł																		
e) Termin realizacji	I, II, III, IV kwartał																		
f) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	<p>Telewizja lokalna GRP – 200 GRP Zasięg w GRP Zasięg 1+ ok. 75%</p> <p>Telewizja regionalna GRP – 7 800 GRP Zasięg w GRP Zasięg 4+ ok. 95%</p>																		
6. Uzasadnienie działania	<p>Cel ze Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020, który realizują te działania: Cel 1: Planowane działania mają na celu aktywizację mieszkańców regionu w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach WRPO 2014-2020</p> <p>Działania uwzględnia zasady efektywnościowe, o których mowa w Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020:</p> <p>1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu TAK/NIE</p>																		

	<p>2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji <u>TAK/NIE</u></p> <p>3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej <u>TAK/NIE</u></p> <p>4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej <u>TAK/NIE</u></p> <p>5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego <u>TAK/NIE</u></p> <p>6. Zasada uzupełniania się komunikatów <u>TAK/NIE</u></p> <p>Ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami – materiały wykorzystane w kampanii będą dostosowane do osób z niepełnosprawnościami poprzez umieszczenie przy każdym z materiałów w Internecie transkrypcji tekstowej obrazu i opisu spotu.</p>
<p>7. Osoba do kontaktu</p>	<p>Imię i nazwisko: Magdalena Ratajczak – Wydział Informacji, Promocji i Szkoleń</p> <p>Numer telefonu: 61 62 66 337</p> <p>Adres mailowy: magdalena.ratajczak@umww.pl</p>