

Uchwała nr 4693/2017
Zarządu Województwa Wielkopolskiego
z dnia 14 grudnia 2017 r.

w sprawie: zatwierdzenia Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 na 2018 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. 2017 r. poz. 2096), 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., (t.j. Dz.U. 2017 r. poz. 1460 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 uchwala, co następuje:

§ 1

Zatwierdza się Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 na 2018 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 4693/2017

Zarządu Województwa Wielkopolskiego

z dnia 14 grudnia 2017 r.

w sprawie: zatwierdzenia Rocznego planu działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 na 2018 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 Wytucznych Ministra Rozwoju w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020.

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 2018 r. zawarte w RPD to 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, tv, media społecznościowe. Dodatkowo IZ WRPO 2014+ skupi się w 2018 r. na działaniach aktywizujących uczestników projektów oraz działaniach promujących efekty polityki spójności. Ponadto, działania zapisane w RPD na 2018 r. to współpraca z mediami, komunikacja z liderami opinii, organizacja cyklicznej akcji informacyjno-promocyjnej Dni Otwarte Funduszy Europejskich oraz organizacja innych wydarzeń informacyjno-promocyjnych.

RPD na 2018 r. został ostatecznie zaakceptowany przez Ministerstwo Rozwoju w dniu 28 listopada 2017 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 2018 r.

Spis treści:

1. Wstęp.....	3
2. Podstawy opracowania Rocznego 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 2018 r.....	6
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2018 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 2018 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 2014+ 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@umwww.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, edukowaniu potencjalnych beneficjentów i beneficjentów WRPO 2014+ oraz zwiększaniu widoczności efektów powstałych w wyniku realizacji projektów. W 2018 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 2018 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 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 (FE). 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 Rocznego 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 2018 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 FE dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań – Edycja 2016 (wyniki regionalne),
- wstępne wyniki ewaluacji wewnętrznej skuteczności i efektywności przekazów medialnych,
- 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 FE, informowania o aktualnych i nadchodzących naborach wniosków oraz pokazywaniu efektów korzystania z FE (projekty już realizowane w ramach WRPO 2014+).

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 w średnim wieku i 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. Ze względu na realizowanie przez beneficjentów coraz większej liczby projektów, w 2018 r. przewidywany jest także wzrost zainteresowania szkoleniami z prawidłowej realizacji projektów.

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

W roku 2017 bardzo dużym zainteresowaniem cieszyło się wydarzenie „ZaBIEGaj o FUNdusze”, podczas którego pracownicy Głównego Punktu Informacyjnego FE udzielili ok. 80 kompleksowych konsultacji z zakresu nadchodzących naborów, możliwości uzyskania dofinansowania oraz wszystkich procedur związanych ze składaniem wniosków i realizacją projektów. Konsultacji udzielali ponadto przedstawiciele Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu w zakresie uzyskania dofinansowania z programów WRPO oraz pracownicy Wielkopolskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości Sp. z o.o. w Poznaniu w zakresie zwrotnych pożyczek lub poręczenia w ramach Jeremie 2. 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 2018 r.

3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2018

Poniższe działania informacyjne i promocyjne WRPO w 2018 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, tv, media społecznościowe i szkolenia,
- b) promocja konkursów w ramach WRPO 2014+, działania aktywizujące uczestników projektów oraz działania promujące efekty polityki spójności,
- c) 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),
- d) współpraca z mediami w ramach kampanii pronaborowej oraz promującej efekty WRPO 2014+ (aktywna promocja tematyki związanej z FE),
- e) komunikacja z liderami opinii,
- f) Dni Otwarte Funduszy Europejskich w ramach cyklicznej akcji informacyjno-promocyjnej, realizowanej we współpracy z Instytucją Koordynującą (IK UP).

W 2018 r. IZ WRPO 2014+ skupi się na kontynuacji działań o charakterze pronaborowym. Każdorazowo przed rozpoczęciem naboru do każdego konkursu publikowana jest informacja na stronie internetowej oraz ogłoszenia w prasie. Dodatkowo informacje publikowane są w artykułach prasowych w prasie regionalnej, audycjach telewizyjnych, lokalnych portalach

internetowych, facebooku, lokalnych stacjach radiowych. 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.

IZ WRPO 2014+ koncentruje się również na zwiększaniu widoczności efektów polityki spójności poprzez prezentację przykładów zrealizowanych/realizowanych projektów oraz ich efektów. Szczególna uwaga zwrócona będzie na projekty o charakterze innowacyjnym. Tworzona jest baza beneficjentów oraz realizowanych przez nich projektów o potencjale komunikacyjnym zapewniającym efektywne informowanie o efektach polityki spójności oraz projektów spełniających kryteria europejskiej wartości dodanej (EVA) oraz śledzone są rezultaty wdrażania tych projektów. Okresowo wysyłany jest mailling do beneficjentów z informacją o możliwości dodatkowego promowania projektów spełniających te warunki.

Ponadto, IZ WRPO 2014+ planuje zorganizowanie 1 debaty nt. polityki spójności, której celem będzie promowanie efektów polityki spójności. Debata zostanie zorganizowana przy udziale wielu podmiotów, w szczególności Ministerstwa Rozwoju, które odpowiada za kształtowanie polityki spójności po 2020 r.

4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2018

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 2018 r. działania informacyjne i promocyjne będą przede wszystkim służyć realizacji celów pronaborowych oraz dodatkowo zwiększaniu widoczności efektów polityki spójności. Cele szczegółowe na 2018 r. to jak najlepsza jakość składanych wniosków, co w konsekwencji przekłada się na wysoki procent wniosków zatwierdzonych do dofinansowania i większą liczbę podpisanych umów o dofinansowanie, oraz jak najwyższy poziom wykorzystania dostępnej na 2018 r. alokacji WRPO 2014+. Dodatkowo duży nacisk w 2018 r. będzie kładziony na podniesienie świadomości społeczeństwa na temat: różnorodności obszarów wspieranych z FE, widoczności efektów wdrażania FE w najbliższym otoczeniu oraz ich wpływu na rozwój Wielkopolski. Działania te będą skierowane do konkretnych grup docelowych, czyli potencjalnych beneficjentów oraz beneficjentów już realizujących projekty, a także do potencjalnych uczestników projektów, uczestników projektów, podmiotów wdrażających instrumenty finansowe, potencjalnych ostatecznych odbiorców wsparcia z instrumentów finansowych oraz do opinii publicznej/odbiorców rezultatów.

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, YouTube, 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+.

W 2018 r. przewidziane są również działania wspierające proces rekrutacji i naboru uczestników projektów w ramach WRPO 2014+. poprzez bezpośredni kontakt z realizatorami projektów wskazanych przez wdrożeniowców. Główny nacisk będzie kładziony na projekty z zakresu Europejskiego Funduszu Społecznego. Pomoc będzie dostosowana do potrzeb i problemów zgłaszanych przez beneficjentów. W działania te będzie zaangażowana sieć PIFE, która zorganizuje spotkania w terenie w subregionach województwa wielkopolskiego. Dodatkowo, w zależności od potrzeb, stworzone zostaną komunikaty mediowe (tv, prasa, radio, internet) dostosowane do konkretnych grup docelowych.

IZ WRPO 2014+ aktywnie włącza się w horyzontalne działania i akcje koordynowane 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 pronaborowej i prezentującej widoczne efekty projektów dofinansowanych z WRPO 2014+ (konferencje prasowe).

Tabela 1. Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach WRPO 2014+ w roku 2018¹

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	Koordynacja 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. W spotkaniach uczestniczą przedstawiciele IZ oraz wszystkich IP.	IZ, IP	III, IV kwartał	0 zł
1.3	Współpraca międzynarodowa	-	-	-	-	-	-
1.4	Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy	-	-	Badanie społeczne	-	-	-
		-	-	Ewaluacja Badanie dotyczące oceny działań komunikacyjnych wśród grup docelowych WRPO 2014+ na potrzeby przygotowania sprawozdania rocznego za 2018 r. 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
1.5	Monitoring mediów	Działania wspierające realizację Strategii Komunikacji WRPO 2014+	Podmioty zaangażowane w realizację WRPO	Działanie obejmuje bieżący monitoring mediów (w tym Internet) w zakresie wiadomości nt. FE i WRPO 2014+ przez cały 2018 r. Pozwoli na stałe aktualizowanie wiedzy przez pracowników Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich oraz Punktu kontaktowego WRPO 2014+ WUP w Poznaniu.	IZ, IP	I, II, III, 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 Tomysł, Piła. Szczegółowe plany realizacji tego działania na dany rok są przewidziane we Wniosku o przyznanie dotacji celowej na 2018 r. Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z MR. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy.					

¹ Wszystkie działania podejmowane w ramach WRPO 2014+ w 2018 r. będą dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
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. 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 ok. 5665 użytkowników newslettera. Portal agreguje najważniejsze treści dot. WRPO 2014+ z portali WUP, ZIT AKO i ZIT Poznań. W ramach aktualizacji portalu będą zamieszczane przykłady projektów po polsku i angielsku.	IZ	I, II, III, IV kwartał	31 000 zł
				WUP: Prowadzenie i bieżąca aktualizacja portalu FE www.funduszeuropejskie.gov.pl oraz serwisu internetowego poświęconego wdrażanej przez WUP w Poznaniu części WRPO 2014+. Serwis dostępny pod adresem rpo.wuppoznan.praca.gov.pl. Wszelkie komunikaty WUP w Poznaniu dot. naborów wniosków, list projektów rekomendowanych do dofinansowania, podpisanych umów etc. będą przekazywane do UMWW, celem ich publikacji na www.wrpo.wielkopolskie.pl.	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
				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.	IP	I, II, III, IV kwartał	1 710 zł
				ZIT Poznań: Prowadzenie serwisu informacyjnego ZIT w Miejskim Obszarze Funkcjonalnym Poznania poświęconego tematyce funduszy europejskich przeznaczonych na wdrażanie Strategii ZIT oraz informującego o naborach i działaniach informacyjno-promocyjnych – portal ZIT Poznań (www.zit.metropoliapoznan.pl). Wprowadzanie informacji o naborach realizowanych przez ZIT Poznań na portalu www.funduszeuropejskie.gov.pl. Publikowanie bieżących aktualności dot. wdrażania Strategii ZIT na stronie www.metropoliapoznan.pl.	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
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
				WUP: Uzupełnianie i aktualizowanie informacji w zakresie części WRPO 2014+ wdrażanej przez WUP w Poznaniu w serwisie Baza Wiedzy.	IP	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 uzupełni/uprosi ok. 3 projektów miesięcznie, opisy zostaną dodane zgodnie z zasadami używania prostego języka.	IZ	I, II, III, IV kwartał	0 zł
				WUP: Uzupełnianie i aktualizowanie informacji o projektach w ramach części WRPO 2014+ wdrażanej przez WUP w Poznaniu w serwisie Mapa Dotacji UE. WUP w Poznaniu uzupełni/uprosi co najmniej 5 opisów projektów miesięcznie w serwisie Mapa Dotacji UE.	IP	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
				WUP: Uzupełnianie i bieżące aktualizowanie informacji na temat projektów z Osi Priorytetowej 8i oraz 9i WRPO 2014+ na portalu www.funduszeuropejskie.gov.pl oraz aktualizowanie i wprowadzanie informacji na temat naborów i planowanych konkursów do wyszukiwarki dotacji na PFE. Bieżąca dbałość o aktualność informacji.	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
2.6	Punkt kontaktowy WRPO 2014+	1, 3	Potencjalni beneficjenci, beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, uczestnicy projektów	WUP: Prowadzenie punktu informacyjnego pod adresem: Punkt kontaktowy WRPO 2014+ Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu ul. Szyperska 14 61-754 Poznań w godzinach od 7:30 do 15:30 (pon. – pt.) nr tel. 61 846 38 23 adres email: infoefs@wup.poznan.pl Działanie obejmuje udzielanie informacji oraz bezpłatnych porad osobiście, listownie oraz za pośrednictwem: e-maila, telefonu (infolinia). Udogodnienia dla osób z niepełnosprawnościami, dostosowanie obsługi klienta do potrzeb osób z niepełnosprawnościami: – dostawa (zakup) pętli indukcyjnej do sali spotkań przy Punkcie kontaktowym WRPO 2014+ Partycypacja w kosztach dostawy (zakup) pętli indukcyjnej na poziomie 50% (pozostałe 50% zostanie sfinansowane z UE/EFS PT PO WER 2014-2020);	IP	I, II, III, IV kwartał	30 400 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				– zaprojektowanie, wykonanie i dostarczenie specjalnego oznakowania Punktu kontaktowego WRPO 2014+ (np. dla osób słabowidzących) – zaprojektowanie i nadruk naklejek/tabliczek; – wsparcie z zakresu tłumaczenia na język migowy.			
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: 1200. 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	37 000 zł
		1, 2, 3	Beneficjenci	WUP: Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla beneficjentów na temat: 1. prawidłowej realizacji projektów WRPO 2014+, 2. rozliczania projektów WRPO 2014+. Przewidywana liczba szkoleń 4. Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: 80 osób. ZIT AKO: Działanie dotyczy podniesienia poziomu wiedzy beneficjentów. Obejmuje przede wszystkim szkolenia specjalistyczne dotyczące zarządzania i promocji projektu. 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	II, III, IV kwartał	40 000 zł
					IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
					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 przygotowane w formie umożliwiającej odczytanie dokumentów	IZ	I, II, III, IV kwartał	43 000 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, koordynatorzy ZIT	przez czytelników dla osób z dysfunkcją wzroku (PDF, Word). Planowana liczba szkoleń: 28. Szacunkowa łączna liczba uczestników: 1400. 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: 2. Łączna liczba uczestników: 30.	IP	I, II, III, IV kwartał	1550 zł
			Potencjalni beneficjenci, koordynatorzy ZIT	ZIT Poznań: Szkolenia (spotkania informacyjne) dla potencjalnych beneficjentów ZIT Poznań na terenie Miejskiego Obszaru Funkcjonalnego 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.	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
3.3	Konferencja ZIT Poznań	1	Potencjalni beneficjenci	ZIT Poznań: Konferencja merytoryczna dotycząca wdrażania Strategii ZIT w Miejskim Obszarze Funkcjonalnym Poznania.	IP	IV kwartał	0 zł
3.4	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 stronie na Facebooku i kanale YouTube.	IZ	III kwartał	1 000 zł
3.5	Spotkania informacyjne	1, 3	Potencjalni beneficjenci	WUP: Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie spotkań informacyjnych na temat: 1. naboru wniosków o dofinansowanie projektów pozakonkursowych w ramach Działania 6.1 WRPO 2014+ (1 spotkanie), 2. naboru wniosków o dofinansowanie projektów konkursowych w ramach Poddziałania 7.1.2 WRPO 2014+ (1 spotkanie), 3. wsparcia oferowanego w ramach Priorytetu Inwestycyjnego 8i oraz 9i WRPO 2014+ (2 spotkania w ramach Drzwi Otwartych Punktu kontaktowego WRPO 2014+). Przewidywana liczba spotkań: 4. Planowana liczba uczestników wszystkich spotkań: 50 osób.	IP	I, II, IV kwartał	3 650 zł
3.6	Inne	1, 2	Beneficjenci, potencjalni beneficjenci	ZIT Poznań: Udzielanie bieżących informacji nt. możliwości wsparcia ze środków ZIT bezpośrednio w biurze SMP, drogą telefoniczną i mailową – w tym odpowiedzi na pytania merytoryczne.	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
4. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w Internecie							
4.1	Pakiet działań pronaborowych	1	Potencjalni beneficjenci	Dla każdego naboru/ przygotowane zostaną następujące działania: - publikacja ogłoszenia o konkursie na PFE (w tym w wyszukiwarce dotacji), - publikacja ogłoszenia o konkursie na stronie internetowej IOK/IZ, - wysłanie informacji o konkursie do PIFE, - wysłanie newslettera z informacją o konkursie lub jeśli instytucja nie dysponuje tym narzędziem, wysłanie informacji o konkursie emailem, - wysłanie notatki prasowej na temat ogłaszanego konkursu. Nabory/konkursy na trudniejsze/ mało popularne działania objęte zostaną rozszerzonym pakietem działań promocyjnych, na który składać się będzie dodatkowo (zaznacz właściwe) ☒ organizacja spotkania/szkolenia informacyjnego ☒ publikacja ogłoszenia konkursie w prasie lokalnej/regionalnej ☒ organizacja szkolenia z właściwego przygotowania wniosków ☐ emisja spotów radiowych w stacjach o zasięgu na terenie województwa wielkopolskiego ☒ publikacja informacji o konkursie w mediach społecznościowych ☒ wysłanie mailingu do osób/instytucji potencjalnie zainteresowanych danym naborem, ☒ informacja na tablicy ogłoszeń w siedzibie WUP w Poznaniu.	IZ, IP	-	-
4.2	Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu		Beneficjenci, potencjalni beneficjenci, uczestnicy projektów, potencjalni uczestnicy projektów, media	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	-
4.3	Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☒ nie ☐					
		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	360 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
		1, 3, 4	Potencjalni beneficjenci	Spoty Szczegóły znajdują się w tabeli 3. Emisja spotów w tv regionalnej i/lub lokalnej oraz w kinach.	IZ	I, II, III, IV kwartał	60 000 zł
4.4	Radio (audycje sponsorowane, reklamy)	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☒ nie ☐					
		1, 2, 3, 4	Potencjalni beneficjenci	Audycje Szczegóły znajdują się w tabeli 3. Programy w lokalnych stacjach radiowych. IZ zapewnia koordynację i dba o spójność działań prowadzonych w ramach kampanii o szerokim zasięgu.	IZ	I, II, III, IV kwartał	400 000 zł
4.5	Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☒ nie ☐					
		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	510 000 zł
				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.	IP	I, II, III, IV kwartał	1 000 zł
				ZIT Poznań: Przygotowanie artykułów merytorycznych oraz ich publikacja w prasie regionalnej lub lokalnej na temat wdrażania Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych w Miejskim Obszarze Funkcjonalnym Poznania. Publikacja ogłoszeń o konkursach w prasie lokalnej.	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
4.6	Internet (sponsorowane publikacje, reklamy, media społecznościowe)	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☒ nie ☐					
		1, 2, 3, 4	Potencjalni beneficjenci	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.	IZ	I, II, III, IV kwartał	37 500 zł
				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.	IZ	I, II, III, IV kwartał	38 000 zł
		1, 3, 4	Potencjalni beneficjenci,	WUP: Reklama w Internecie – kampania informacyjno-promocyjna w województwie wielkopolskim.	IP	IV kwartał	65 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			potencjalni uczestnicy projektów, uczestnicy projektów, mieszkańcy województwa wielkopolskiego, opinia publiczna	Działania w Internecie dotyczyć będą możliwości i form wsparcia z jakich korzystają mieszkańcy województwa wielkopolskiego w projektach Priorytetu Inwestycyjnego 8i oraz 9i WRPO 2014+, jak również efektów ich realizacji w regionie. Celem działania będzie informowanie o formach pomocy dostępnych w realizowanych w regionie projektach, zachęcanie do udziału w projektach oraz prezentowanie informacji na temat dotychczasowych efektów zrealizowanych projektów. Kampania przybierze postać kampanii odsłonowej na regionalnych/lokalnych portalach/serwisach internetowych, w tym portalach: prasowym dziennika regionalnego, radiowym, informacyjnym, przekazującym wiadomości z regionu. Przewiduje się również podjęcie działań w wyszukiwarkach internetowych – pozycjonowanie strony rpo.wuppozn.pl (marketing SEM/SEO).			
5. Imprezy otwarte i inne							
5.1	Eventy, pikniki, festyny	-	-	-	-	-	-
5.2	Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy itp.	1, 3	Media, potencjalni beneficjenci	Konferencje prasowe na bieżące istotne tematy. Liczba konferencji prasowych związanych z podpisywaniem umów z beneficjentami: 12. Liczba konferencji dot. postępów we wdrażaniu, stopnia realizacji projektów: 4.	IZ	III, IV kwartał	0 zł
				ZIT Poznań: Dwie konferencje prasowe dotyczące wdrażania Strategii ZIT w Miejskim Obszarze Funkcjonalnym Poznania.	IP	II, IV kwartał	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.	IZ	I, II kwartał	Koszt wliczony w kampanię o szerokim zasięgu.
				WUP: Koordynacja zgłaszania projektów do DOFE przez WUP Działanie obejmuje promocję wydarzenia, aktywizację i	IP	I, II kwartał	

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				zachęcanie beneficjentów do udziału w akcji DOFE, weryfikację zgłoszeń, opiniowanie atrakcji i ich opisów oraz weryfikowanie atrakcji na stronie DOFE (projekty PO WER i PO KL oraz 6.1, 6.2, 7.1.2 WRPO 2014+).			
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. FE w ramach WRPO 2014+. Na mecie znajdować będą się stanowiska ekspertów WRPO 2014+, gdzie zainteresowane osoby będą mogły otrzymać informacje o możliwościach dofinansowania. Bieg odbędzie się nad 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 regionalnych i lokalnych w ramach kampanii o szerokim zasięgu.	IZ	II, III kwartał	130 000 zł
5.5	Wyjazdowe plenerowe stoiska informacyjne WRPO 2014+ w ramach akcji Wielkopolski InfoBus EFS	1, 2, 3, 4	Potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, mieszkańcy województwa wielkopolskiego, opinia publiczna, media	WUP: Organizacja czterech wyjazdowych plenerowych stoisk informacyjnych. Wybór ich miejsca zostanie podyktowany aktualnymi danymi nt. stopy bezrobocia, a zatem będą to powiaty z wysoką stopą bezrobocia w czterech subregionach województwa wielkopolskiego (z wyłączeniem subregionu poznańskiego). Przyjazd specjalnie oznakowanym InfoBusem EFS, ze skomputeryzowanymi stanowiskami z dostępem do Internetu do udzielania informacji, do lokalnych społeczności stworzy dla mieszkańców szansę na zasięgnięcie bezpłatnych porad w zakresie form wsparcia dostępnych w projektach WRPO 2014+ (w szczególności w projektach wdrażanych przez WUP w Poznaniu Osi Priorytetowych 8i oraz 9i). Taka forma bezpośredniego kontaktu (nierazko pierwszego z FE) pozwoli na zachęcenie mieszkańców do udziału w projektach, a prezentacja przykładów i efektów zrealizowanych już projektów, uświadomi wpływ FE na pozytywne zmiany w życiu mieszkańców województwa wielkopolskiego, jak i poprawę ich sytuacji na rynku pracy. Zwiększy się również widoczność efektów polityki spójności wśród mieszkańców województwa wielkopolskiego. Do współpracy w przedmiotowym wydarzeniu przy udzielaniu informacji podczas plenerowych stoisk informacyjnych zostaną zaproszeni pracownicy UMWW, jak również przedstawiciele sieci PIFE w Wielkopolsce. Do promocji wydarzenia zostaną zastosowane: spoty radiowe w regionalnej/lokalnej rozgłośni radiowej, ulotki, plakaty, balony i kwiaty z wizytówkami Punktu kontaktowego WRPO 2014+.	IP	III, IV kwartał	87 950 zł
5.6	Debata nt. polityki spójności	3	Mieszkańcy województwa	Zorganizowanie 1 debaty nt. polityki spójności, której celem będzie promowanie efektów polityki spójności. Debata zostanie	IZ	II, 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
			wielkopolskiego, opinia publiczna, media	zorganizowana przy czynnym udziale Ministerstwa Rozwoju, które odpowiada za kształtowanie polityki spójności po 2020 r.			
6. Konkursy							
6.2	Młodzi wiedzą o funduszach	1, 3, 4	Młodzież, media	Działanie mające na celu przybliżenie uczniom szkół ponadgimnazjalnych efektów wdrażania FE, w tym WRPO 2014+. Celem Konkursu jest zainteresowanie młodzieży szkolnej Funduszami Europejskimi oraz pokazanie, jakie zmiany zaszły w najbliższym otoczeniu dzięki nim (przedstawienie w ramach „dobrych praktyk” projektów, które zostały zrealizowane dzięki WRPO 2014+. Z racji tego, że wszystkie działania informacyjno-promocyjne są finansowane z Pomocy Technicznej WRPO 2014+ oraz jesteśmy IZ WRPO 2014+ chcielibyśmy promować FE. Konkurs będzie dotyczyć FE, w tym WRPO 2014+ (na zasadzie od ogółu do szczegółu, konkurs będzie pod hasłem konkursu unijny o FE, ale w regulaminie będzie doprecyzowane, że „w tym WRPO 2014+”). Ponadto, wybrane, najciekawsze prace nadesłane na konkurs chcielibyśmy promować na FB, w prasie (Monitor Wielkopolski, Nasz Region), w e-biuletynie na zasadzie dobrych praktyk. Konkurs składa się z dwóch etapów. Etap I polega na przeprowadzeniu w szkole minimum trzech lekcji europejskich przez nauczyciela/nauczycieli danej szkoły. Etap II natomiast polega na przygotowaniu pracy konkursowej przez ucznia/uczniów tj. wypełnieniu uproszczonego wniosku o dofinansowanie oraz nagraniu filmu przedstawiającego projekty z WRPO 2014+ (np. w formie reportażu, wywiadu z beneficjentem itp.), które podlegać będą ocenie. Do wygania będą nagrody rzeczowe np. rower, czytnik e-book, aparat fotograficzny. Nauczyciele natomiast udokumentują w formie filmu swoje lekcje oraz sporządzą raport, dzięki którym Komisja Konkursowa wybierze trzech laureatów. Do wygrania będą nagrody pieniężne. Wniosek o dofinansowanie to materiał pomocniczy podczas prowadzenia lekcji, który prowadzi ucznia i nauczyciela krok po kroku, wyjaśnia pewne pojęcia, jest pewnego rodzaju formularzem, z którym uczeń się oswoja. Wniosek łączy się z pracą – filmem. Uczniowie mogą oceniać wnioski nawzajem. Wniosek jest konkretnym narzędziem do przeprowadzenia lekcji – porządkuje ją. W prezentacji, scenariuszu i karcie pracy ucznia uwzględniono punkt dot. pozyskiwania informacji nt. projektów dla młodych (POWER). W zwycięskich filmach można dodać angielskie napisy i pokazać KE (dobre praktyki).	IZ	IV kwartał	20 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
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 „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	105 000 zł
			Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, partnerzy społeczni i gospodarczy	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.	IP	I, II, III, IV kwartał	1 265 zł
			Beneficjenci, potencjalni beneficjenci	ZIT Poznań: Informacje nt. wdrażania Strategii ZIT publikowane będą w gazecie Stowarzyszenia, która będzie włączana do miesięcznika "Poznań". Informator Samorządowy Metropolii Poznań". Dystrybucja czasopisma odbywać się będzie na terenie gmin tworzących Stowarzyszenie Metropolia Poznań. Dodatkowo planuje się dystrybucję w pociągach funkcjonujących w ramach Poznańskiej Kolei Metropolitalnej (po jej uruchomieniu). Czasopismo będzie także zamieszczane na stronie internetowej SMP oraz stronie ZIT Poznań (IP WRPO 2014+).	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	Druk notesów, teczek, kalendarzy itp. Materiały będą dystrybuowane podczas spotkań, konferencji, szkoleń etc.	IZ	IV kwartał	40 000 zł
7.3	Materiały brandingowe i wystawiennicze, np. rollupy, ścianki	-	-	Zakup nowych potykaczy wykorzystywanych przy organizacji szkoleń.	IZ	II, III kwartał	500 zł
7.4	Poradnik dla beneficjentów WRPO	1, 2	Beneficjenci, potencjalni	Instrukcja obsługi mówiąca jak realizować projekt w ramach WRPO 2014+, napisana w prosty, przejrzysty sposób (zastosowanie zasad	IZ	III, IV kwartał	12 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
	2014+		beneficjenci, podmioty zaangażowane w realizację WRPO	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.			
7.5	Inne	3	Beneficjenci, potencjalni beneficjenci	ZIT Poznań: informacje prasowe po konkretnych wydarzeniach np. po podpisaniu umów na dofinansowanie w ramach ZIT.	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
	ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU						2 063 525 zł

2. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji

Tabela 2 Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji WRPO 2014 + w roku 2018

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta na rok 2015	Wartość osiągnięta na rok 2016	Wartość docelowa na rok 2017	Wartość docelowa na rok 2018	Wartość docelowa na rok 2019	Wartość docelowa na rok 2020	Wartość docelowa na rok 2021	Wartość docelowa na rok 2022	Wartość docelowa na rok 2023
Cel 1 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	323 065	893 978	900 000	2 000 000					5 000 000
	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania w woj. wielkopolskim	0	1	2	3	3					3
	Znajomość w woj. wielkopolskim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich *	29%	-	39%	-	40%					41%
	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w woj. wielkopolskim w ramach WRPO	0	1 019	2 589	5070	6500					12 000
	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie woj. wielkopolskiego dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego *	0	31 592	56 637	-	65 000					89 465
Cel 2 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	34	48	-	200					1 247
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w woj. wielkopolskim	0	0	1 228	2210	3 490					7 000
Cel 3 Komunikacja Funduszy	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego w woj.	0	1	1	1	2					7

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta na rok 2015	Wartość osiągnięta na rok 2016	Wartość docelowa na rok 2017	Wartość docelowa na rok 2018	Wartość docelowa na rok 2019	Wartość docelowa na rok 2020	Wartość docelowa na rok 2021	Wartość docelowa na rok 2022	Wartość docelowa na rok 2023
Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa wielkopolskiego informacje na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich	wielkopolskim										
	Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w woj. wielkopolskim *	90%	-	92%	-	92%					93%
	Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczone są FE w woj. wielkopolskim *	31%	-	9%	-	25%					50%
	Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców woj. wielkopolskiego *	60%	-	53%	-	60%					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%	-	82%	-	85%					90%
	Odsetek mieszkańców woj. wielkopolskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich *	56%	-	53%	-	55%					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 i ukazująca efekty WRPO 2014+

1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania	IZ WRPO 2014+
2. Nazwa działania	Kampania pronaborowa i ukazująca efekty 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. FE. Dodatkowo kampania ma służyć zwiększaniu widoczności efektów polityki spójności, w szczególności WRPO 2014+. Planowane rezultaty to osiągnięcie jak najwyższego procentu wniosków zatwierdzonych do dofinansowania, jak najwyższego poziomu wykorzystania alokacji WRPO 2014+ dostępnej na 2018 r. oraz zwiększenie świadomości Wielkopolan na tematy związane z FE, w szczególności: różnorodności obszarów wspieranych z FE, widoczności efektów wdrażania FE w najbliższym otoczeniu, wpływu FE na rozwój województwa.
5. Opis działania	
a) Skrótowy opis działania	Kampania ma charakter głównie pronaborowy dotyczący WRPO 2014+ oraz dodatkowo ma służyć zwiększeniu widoczności efektów polityki spójności. 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 ogłaszaniem 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. 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. Spot telewizyjny Emisja spotu informacyjnego dotyczącego WRPO 2014+ w Internecie, tv regionalnej i w kinie. 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. Prasa Współpraca przy tworzeniu materiałów publicystycznych oraz ogłoszeń prasowych (reklam) 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. 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. 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.													
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	Audycje telewizyjne	360 000 zł												
	Spot telewizyjny	75 000 zł												
	Audycje radiowe	400 00 zł												
	Spoty radiowe	-												
	Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe	510 000 zł												
	Publikacje w internecie (w tym media społecznościowe)	75 500 zł												
	Reklamy w internecie	0 zł												
	Ambient, OHH, inne	0 zł												
	BUDŻET ŁĄCZNIE	1 420 500 zł												
e) Termin realizacji	I, II, III, IV kwartał													
f) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	Telewizja lokalna GRP – 200 GRP Zasięg w GRP Zasięg 1+ ok. 75% Telewizja regionalna GRP – 7 800 GRP Zasięg w GRP Zasięg 4+ ok. 95%													
6. Uzasadnienie działania	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 Działania uwzględnia zasady efektywnościowe, o których mowa w Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020: <table><tr><td>1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu</td><td>TAK/NIE</td></tr><tr><td>2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji</td><td>TAK/NIE</td></tr><tr><td>3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej</td><td>TAK/NIE</td></tr><tr><td>4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej</td><td>TAK/NIE</td></tr><tr><td>5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego</td><td>TAK/NIE</td></tr><tr><td>6. Zasada uzupełniania się komunikatów</td><td>TAK/NIE</td></tr></table> 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.		1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu	TAK/NIE	2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji	TAK/NIE	3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej	TAK/NIE	4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej	TAK/NIE	5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego	TAK/NIE	6. Zasada uzupełniania się komunikatów	TAK/NIE
	1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu	TAK/NIE												
2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji	TAK/NIE													
3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej	TAK/NIE													
4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej	TAK/NIE													
5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego	TAK/NIE													
6. Zasada uzupełniania się komunikatów	TAK/NIE													
7. Osoba do kontaktu	Imię i nazwisko: Magdalena Ratajczak – Wydział Informacji, Promocji i Szkoleń Numer telefonu: 61 62 66 337, adres mailowy: magdalena.ratajczak@umww.pl													