

**Uchwała nr 6099 / 2018**

**Zarządu Województwa Wielkopolskiego**

**z dnia 8 listopada 2018 r.**

**w sprawie: zatwierdzenia Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 na 2019 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. z 2018 r. poz. 913 ze zm.), 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. z 2018 r. poz. 1431), 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; (Dz.U.UE.L.2013.347.320 ze zm.) Zarząd Województwa Wielkopolskiego uchwala, co następuje:

### **§ 1**

Zatwierdza się Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 na 2019 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 nr 6099 / 2018**

**Zarządu Województwa Wielkopolskiego**

**z dnia 8 listopada 2018 r.**

**w sprawie: zatwierdzenia Roczno planu działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 na 2019 r.**

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 (RPD) opracowywany jest zgodnie z Wytocznymi w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020.

Realizacja RPD odbywa się poprzez podejmowanie działań informacyjnych i promocyjnych przez poszczególne instytucje zaangażowane w realizację i wdrażanie WRPO 2014+. Za koordynowanie tych działań oraz monitorowanie realizacji RPD odpowiada IZ WRPO 2014+, czyli Zarząd Województwa Wielkopolskiego, a w jego imieniu rolę koordynatora pełni Departament Polityki Regionalnej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Wielkopolskiego w Poznaniu. Ponadto w RPD przedstawione zostały działania Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu, Związku ZIT dla rozwoju AKO oraz Związku ZIT w Miejskim Obszarze Funkcjonalnym Poznania.

Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2019 zawarte w RPD to: kampania ukazująca efekty WRPO 2014+ oraz wspierająca działania pronaborowe mająca na celu zwiększenie widoczności efektów polityki spójności oraz informowanie o nadchodzących oraz trwających naborach; wsparcie beneficjentów w realizacji projektów, współpraca z mediami, organizacja cyklicznego wydarzenia „Zabiegaj o FUNDusze”, akcji informacyjno-promocyjnej Dni Otwarte Funduszy Europejskich oraz innych wydarzeń informacyjno-promocyjnych.

Kampania będzie prowadzona zarówno w mediach tradycyjnych jak i w internecie oraz mediach społecznościowych.

Dokument został zaakceptowany przez Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju w dniu 29 października 2018 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 2019 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 2019 r.....	6
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2019 r.....	7
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji .....	21
6. Szczegółowy opis działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu .....	23

# 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 2019 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](mailto:promocja.wrpo@wielkopolskie.pl)  
tel. +48 61 62 66 300

Osoba do kontaktu: Maciej Wojciechowski  
e-mail: [maciej.wojciechowski@umww.pl](mailto:maciej.wojciechowski@umww.pl)  
tel. 61 62 66 329, 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 2019 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 2019 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 2019 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),
- 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 pokazywaniu efektów korzystania z FE (projekty już realizowane w ramach WRPO 2014+). Istotna jest również komunikacja dotycząca pozyskiwania środków unijnych ze wskazaniem kto, na co i jak może uzyskać dofinansowanie do projektu unijnego. Na obecnym etapie wdrażania należy nadal wzmacniać potencjał informacyjny pracowników PIFE oraz wykorzystać potencjał merytoryczny opiekunów projektów z uwagi na przewidywane wzmożone zainteresowania tymi kanałami przekazu informacji, zwłaszcza wśród beneficjentów realizujących projekty. 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 2019 r. przewidywany jest także wzrost zainteresowania szkoleniami z prawidłowej realizacji projektów.

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 2018 bardzo dużym zainteresowaniem cieszyło się wydarzenie „ZaBIEGaj o FUNdusze”, podczas którego pracownicy Głównego Punktu Informacyjnego FE udzielili ok. 102 kompleksowych konsultacji z zakresu nadchodzących naborów, możliwości uzyskania dofinansowania oraz wszystkich procedur związanych ze składaniem wniosków i realizacją projektów. Wydarzenie zostało pozytywnie ocenione przez 94 % uczestników Konsultacji udzielali ponadto przedstawiciele Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Poznaniu w zakresie uzyskania dofinansowania z programów WRPO (ok. 35 konsultacji) oraz pracownicy Wielkopolskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości Sp. z o.o. w Poznaniu w zakresie zwrotnych pożyczek lub poręczenia w ramach Jeremie 2 (ok. 50 konsultacji). W biegu udział wzięło 551 osób, łącznie, na stronie [www.bieg.wielkopolskie.pl](http://www.bieg.wielkopolskie.pl) zarejestrowało się 5679 użytkowników, w wydarzeniu na facebooku udział wzięło 409 osób, ilość odbiorców 73 800, liczba reakcji lubię to 238. W związku z powyższym IZ WRPO 2014+ zdecydowało się na kontynuację organizacji biegu w 2019 r.

### **3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2019**

Poniższe działania informacyjne i promocyjne WRPO w 2019 r. wynikają z dokumentów i celów wymienionych w punkcie 2. RPD:

- a) współpraca z beneficjentami w zakresie prezentowania efektów zrealizowanych projektów unijnych, w celu zwiększenia widoczności zmian jakie zachodzą dzięki WRPO 2014+ oraz zaangażowanie beneficjentów w działania promujące efekty polityki spójności,
- b) stała i aktywna współpraca z mediami oparta na bieżącym udostępnianiu interesującego dla mediów materiału,
- c) wykorzystanie mediów społecznościowych do efektywnego dotarcia do grup docelowych
- d) współpraca z liderami zmian – korzystanie z ich potencjału promującego, oraz z liderami opinii – ekspertami,
- e) edukowanie i informowanie beneficjentów o zasadach właściwej i skutecznej realizacji projektu, poprzez Sieć PIFE, opiekuna projektu, szkolenia itp.
- f) Dni Otwarte Funduszy Europejskich w ramach cyklicznej akcji informacyjno-promocyjnej, realizowanej we współpracy z Instytucją Koordynującą (IK UP),
- g) stałe aktualizowanie treści na stronie internetowej WRPO 2014+ (w tym umieszczenie przykładów projektów zrealizowanych bądź w trakcie realizacji, także w języku angielskim, aktualizacja harmonogramów i ogłoszeń o konkursach) oraz na Portalu Funduszy Europejskich i Mapie Dotacji UE,
- h) współpraca z partnerami – właściwe władze miejskie i inne instytucje publiczne, partnerzy gospodarczy i społeczni oraz właściwe podmioty reprezentujące



społeczeństwo obywatelskie (w tym partnerzy działających na rzecz ochrony środowiska, organizacje pozarządowe oraz podmioty odpowiedzialne za promowanie włączenia społecznego, równouprawnienia płci i niedyskryminacji).

W 2019 r. IZ WRPO 2014+ skupi się na działaniach informacyjnych o charakterze edukacyjnym, służących wsparciu beneficjentów w realizacji projektów - szkolenia, spotkania informacyjne, dotyczących zasad właściwej realizacji projektów w ramach WRPO 2014+. Ponadto prezentowane będą dobre praktyki, tj. bardzo dobrze zrealizowane i prowadzone projekty współfinansowane z FE. Działania dla potencjalnych uczestników projektów koncentrować będą się na informowaniu o możliwościach, jakie stwarzają realizowane projekty. Ponadto podejmowane w roku 2019 działania będą miały na celu zwiększenie widoczności efektów polityki spójności, poprzez prezentację przykładów zrealizowanych/realizowanych projektów. Szczególna uwaga zwrócona będzie na projekty o charakterze innowacyjnym. Kontynuowane będzie tworzenie bazy beneficjentów oraz realizowanych przez nich projektów o potencjale komunikacyjnym zapewniającym efektywne informowanie o efektach polityki spójności oraz projektów spełniających kryteria europejskiej wartości dodanej (EAV). Uwzględniając stopień wdrażania programu prowadzone będą również działania informacyjno – promocyjne o charakterze pronaborowym. Przed rozpoczęciem naboru do każdego konkursu publikowana będzie informacja na stronie internetowej oraz ogłoszenia w prasie. Dodatkowo informacje publikowane będą w artykułach prasowych w prasie regionalnej, audycjach telewizyjnych, lokalnych portalach internetowych, facebooku i twitterze, lokalnych stacjach radiowych.

IZ WRPO 2014+ planuje zorganizowanie w 2019 r., 1 dialogu obywatelskiego o formule zbliżonej do dialogu „Silne regiony, silna Europa” zorganizowanego w roku 2018, oraz 1 konferencji dotyczącej WRPO 2014+.

Wszelkie podejmowane przez IZ WRPO 2014+ działania będą realizowane zgodnie ze standardami dostępności wskazanymi w Wytycznych w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014 – 2020, oraz zgodnie z zasadami stosowania prostego języka.

## **4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2019**

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.

Działania informacyjno – promocyjne w 2019 służyć będą wsparciu beneficjentów w realizacji projektów, a także pomocy uczestnikom projektów w korzystaniu ze wsparcia. Komunikacja w tym zakresie prowadzona będzie do konkretnych grup docelowych – beneficjentów realizujących projekty. Ponadto duży nacisk w 2019 r., będzie kładziony na podniesienie świadomości opinii publicznej na temat: różnorodności obszarów wspieranych z Funduszy Europejskich, widoczności efektów ich wdrażania w najbliższym otoczeniu oraz wpływu Funduszy Europejskich na rozwój Wielkopolski. Dodatkowo uwzględniając stopień wdrażania programu prowadzone będą również działania informacyjne i promocyjne służące realizacji celów pronaborowych. W szczególności działania pronaborowe będą dotyczyć konkursów, które cieszą się mniejszą popularnością, lub tych, w których dotychczas składane wnioski były gorszej jakości. Działania podejmowane w 2019 r., 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. Cele szczegółowe na 2019 r. to wsparcie beneficjentów w realizacji projektów, jak najlepsza jakość składanych wniosków, co w konsekwencji przekłada się na wysoki procent wniosków zatwierdzonych do dofinansowania i większą liczbę podpisanych umów o dofinansowanie, jak najwyższy poziom wykorzystania dostępnej na 2019 r. alokacji WRPO 2014+ oraz podniesienie poziomu świadomości społeczeństwa na temat: różnorodności obszarów wspieranych z FE, widoczności efektów wdrażania FE w najbliższym otoczeniu oraz ich wpływu na rozwój Wielkopolski.

Informacja skierowana do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów będzie dostępna cały czas, będzie wielokanałowa i wielopoziomowa oraz użyteczna. Komunikacja następować będzie za pośrednictwem kanałów komunikacji takich jak: portale [www.wrpo.wielkopolskie.pl](http://www.wrpo.wielkopolskie.pl) oraz [www.funduszeuropejskie.gov.pl](http://www.funduszeuropejskie.gov.pl), kanał YouTube, fanpage na facebook'u [www.facebook.com/WRPOwielkopolska](https://www.facebook.com/WRPOwielkopolska) oraz na [twitterze](https://twitter.com/WRPO_2014_2020?lang=pl) [https://twitter.com/WRPO\\_2014\\_2020?lang=pl](https://twitter.com/WRPO_2014_2020?lang=pl), 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 będzie uporządkowana według stopnia zaawansowania potencjalnego beneficjenta lub beneficjenta w procesie ubiegania się o współfinansowanie i realizacji projektu. Użyteczność udostępnianych informacji będzie wynikała z uwzględnienia przy jej opracowaniu potrzeb i oczekiwań beneficjenta. Instytucje/osoby zaangażowane w działania informacyjno-promocyjne zadbają o to, aby język dokumentów i materiałów skierowanych do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów był dla nich zrozumiały. Działania skierowane do beneficjentów i potencjalnych beneficjentów zawierać będą 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.)

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 2019<sup>1</sup>

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
<b>1. Koordynacja, w tym badania i ewaluacja, wymiana doświadczeń</b>							
1.1	<b>Koordynacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji</b>	Działania wspierające realizację Strategii Komunikacji WRPO 2014+	Podmioty zaangażowane w realizację WRPO	<b>Działania koordynacyjne:</b> - nadzór nad IP i współpraca z nimi, - aktualizacja dokumentów strategicznych i planistycznych, - sprawozdawczość z realizacji działań informacyjno-promocyjnych.	IZ	I, II, III, IV kwartał	0 zł
	<b>Koordynacja zgłaszania projektów do DOFE</b>			<b>WUP:</b> Działanie obejmuje promocję wydarzenia, aktywizację i zachęcanie beneficjentów do udziału w akcji DOFE, weryfikację zgłoszeń, opiniowanie atrakcji oraz ich opisów oraz weryfikowanie atrakcji na stronie DOFE.	IP	I, II kwartał	0 zł
1.2	<b>Udział w grupach</b>	Działania wspierające realizację Strategii Komunikacji WRPO 2014+	Podmioty zaangażowane w realizację WRPO	<b>Grupa Sterująca ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich</b> Grupa koordynowana przez IK. Działanie mające na celu wymianę doświadczeń oraz koordynację działań informacyjno-promocyjnych dotyczące UE i Funduszy Europejskich.	IZ	I, II, III, IV kwartał	2 000 zł
				<b>Grupa robocza IZ ds. informacji i promocji</b> Grupa spotyka się dwa razy w roku. W spotkaniach uczestniczą przedstawiciele IZ, wszystkich IP oraz innych instytucji zaangażowanych w informację i promocję Funduszy Europejskich w regionie	IZ, IP	III, IV kwartał	500 zł
1.3	<b>Współpraca międzynarodowa</b>	-	-	-	-	-	-
1.4	<b>Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy</b>	-	-	<b>Badanie społeczne</b>	-	-	-
		Działania wspierające realizację Strategii Komunikacji WRPO 2014+	Podmioty zaangażowane w realizację WRPO	<b>Ewaluacja</b> Badanie dotyczące oceny działań komunikacyjnych wśród grup docelowych WRPO 2014+.	IZ	III, IV kwartał	0 zł
1.5	<b>Monitoring mediów</b>	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 2019 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

<sup>1</sup> Wszystkie działania podejmowane w ramach WRPO 2014+ w 2019 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
<b>2. Działania informacyjne</b>							
2.1	<b>System informacji - sieć PIFE</b>	<p>Sieć PIFE w województwie wielkopolskim prowadzona jest w ramach umowy nr DIP/BDG-II/POPT/74/14 między ministrem do spraw rozwoju 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 2019 r.</p> <p>Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z Ministerstwem. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy.</p>					
2.2	<b>Portale i serwisy internetowe</b>	1, 2, 3, 4	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, media lokalne/regionalne, partnerzy społeczno-gospodarczy	<p>Prowadzenie i bieżąca aktualizacja strony internetowej <b>WRPO 2014+</b>, zawierającej informacje o możliwości dofinansowania projektów z WRPO 2014+. 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.</p>	IZ	I, II, III, IV kwartał	31 000 zł
				<p><b>WUP:</b> Prowadzenie i bieżąca aktualizacja strony internetowej <a href="http://rpo.wuppoznan.praca.gov.pl">rpo.wuppoznan.praca.gov.pl</a> zawierającej informacje o możliwościach dofinansowania projektów z RPO (w zakresie wdrażanej przez WUP w Poznaniu części WRPO 2014+). W ramach aktualizacji portalu będą zamieszczane przykłady projektów w jęz. polskim i angielskim. Aktualizacji będą podlegać również treści na portalu FE <a href="http://www.funduszeuropejskie.gov.pl">www.funduszeuropejskie.gov.pl</a> (w zakresie wdrażanej przez WUP w Poznaniu części WRPO 2014+). Wszelkie komunikaty WUP w Poznaniu dot. naborów wniosków, list projektów rekomendowanych do dofinansowania, podpisanych umów etc. będą przekazywane do UMWW, celem ich publikacji na <a href="http://www.wrpo.wielkopolskie.pl">www.wrpo.wielkopolskie.pl</a>.</p>	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
				<p><b>ZIT AKO:</b> 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 – utrzymanie serwisu internetowego (w tym koszty obsługi technicznej, hostingu i domeny). Ważnym kanałem komunikacji z potencjalnymi beneficjentami oraz beneficjentami instrumentu finansowego ZIT AKO będzie</p>	IP	I, II, III, IV kwartał	2 600 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				newsletter, za pomocą którego wysyłane będą informacje dla zarejestrowanych użytkowników serwisu, oraz forum będące platformą komunikacji potencjalnych beneficjentów i koordynatorów ZIT w poszczególnych JST AKO oraz Facebook SAKO  <b>ZIT Poznań:</b> 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 ( <a href="http://www.zit.metropoliapoznan.pl">www.zit.metropoliapoznan.pl</a> ). Wprowadzanie informacji o naborach realizowanych przez ZIT Poznań na Portalu Fundusze Europejskie ( <a href="http://www.funduszeuropejskie.gov.pl">www.funduszeuropejskie.gov.pl</a> ). Publikowanie bieżących aktualności dot. wdrażania Strategii ZIT na stronie SMP ( <a href="http://www.metropoliapoznan.pl">www.metropoliapoznan.pl</a> )	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
2.3	Baza wiedzy	Działania wspierające realizację Strategii Komunikacji WRPO 2014+	Podmioty zaangażowane w realizację WRPO	Uzupełnianie i aktualizowanie informacji w serwisie Baza Wiedzy. Administracja zespołem „RPO Województwa Wielkopolskiego” w Bazie Wiedzy o funduszach Europejskich.	IZ	I, II, III, IV kwartał	0 zł
				<b>WUP:</b> Uzupełnianie i aktualizowanie informacji w serwisie Baza Wiedzy.	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
2.4	Mapa dotacji	1, 2, 3, 4	Mieszkańcy woj. wielkopolskiego	Stałe aktualizowanie bazy projektów na <a href="http://www.mapadotacji.gov.pl">www.mapadotacji.gov.pl</a> . IZ uzupełni/uprosi średnio 3 projekty miesięcznie. Opisy zostaną dodane zgodnie z zasadami używania prostego języka.	IZ	I, II, III, IV kwartał	0 zł
				<b>WUP:</b> Stałe aktualizowanie bazy projektów na <a href="http://www.mapadotacji.gov.pl">www.mapadotacji.gov.pl</a> . WUP uzupełni 3 opisy projektów na Mapie Dotacji UE miesięcznie.	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
				<b>ZIT Poznań:</b> aktualizacja projektów - 3 projekty miesięcznie Łącznie: 9 projektów miesięcznie	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
2.5	Wyszukiwarka Dotacji	1	Potencjalni beneficjenci	Stałe aktualizowanie treści na <a href="http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka">www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka</a>	IZ	I, II, III, IV kwartał	0 zł
				<b>WUP:</b> Stałe aktualizowanie treści na <a href="http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka">www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka</a> (w zakresie wdrażanej przez WUP w Poznaniu części WRPO 2014+)	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
2.6	Punkt kontaktowy WRPO 2014+	1, 2	Potencjalni beneficjenci, beneficjenci, potencjalni uczestnicy	<b>WUP:</b> Punkt kontaktowy WRPO 2014+ Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu ul. Szyperska 14 61-754 Poznań	IP	I, II, III, IV kwartał	23 480 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET		
			projektów, uczestnicy projektów	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).					
2.7	Udzielanie informacji	1,2	Potencjalni beneficjenci	<b>ZIT Poznań:</b> Udzielanie bieżących informacji nt. możliwości wsparcia ze środków ZIT bezpośrednio w biurze SMP, drogą telefoniczną i mailową – w tym odpowiedzi na pytania w kwestiach merytorycznych.	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł		
<b>3. Działania edukacyjne</b>									
3.1	Szkolenia dla beneficjentów (szkolenia stacjonarne)	2	Beneficjenci, organizacje pozarządowe	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla beneficjentów na temat: 1. Prawidłowej realizacji projektu, 2. Dochowanie trwałości projektu, 3. Prawidłowego przygotowania i realizacji procesu inwestycyjnego. 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: 10. Szacunkowa łączna liczba uczestników: 1000 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	27 000 zł		
				2	Beneficjenci	<b>ZIT AKO:</b> Działanie dotyczy podniesienia poziomu wiedzy beneficjentów. Obejmuje przede wszystkim szkolenia specjalistyczne dotyczące zarządzania, realizacji i promocji projektu oraz jego rozliczania. Planowana liczba szkoleń: 1. Szacunkowa liczba uczestników: 15.	IP	I, II, III, IV kwartał	1 000 zł
						<b>ZIT Poznań:</b> Szkolenia dedykowane koordynatorom ZIT i przedstawicielom beneficjentów ZIT dotyczące zagadnień związanych z wdrażaniem i realizacją projektów ZIT (np. sprawozdawczość, rozliczanie). Organizacja cyklicznych spotkań ze wszystkimi koordynatorami ZIT (min. 2)	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
3.2	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów (Szkolenia stacjonarne)	1	Potencjalni beneficjenci, organizacje pozarządowe	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla potencjalnych beneficjentów na temat prawidłowego przygotowania wniosków aplikacyjnych. Podczas szkolenia nastąpi omówienie dokumentacji konkursowej, zasad wypełniania wniosku	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	o dofinansowanie, zapoznanie słuchaczy z Lokalnym Systemem Informatycznym (LSI 2014+), omówienie kryteriów wyboru wniosków oceny formalnej i merytorycznej oraz zasad dofinansowania. 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: 27. Szacunkowa łączna liczba uczestników: 1600.			
			Potencjalni beneficjenci	<b>WUP:</b> Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń (spotkań informacyjnych) dla potencjalnych beneficjentów na temat: 1. Nabór wniosków o dofinansowanie projektów pozakonkursowych w ramach Działania 6.1 WRPO 2014 (1 spotkanie). 2. Nabór wniosków o dofinansowanie projektów konkursowych w ramach Działania 6.2 WRPO 2014+ (1 spotkanie). 3. Nabór wniosków o dofinansowanie projektów konkursowych w ramach Poddziałania 7.1.2 WRPO 2014+ (1 spotkanie). Przewidywana liczba szkoleń: 3. Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: 45 osób.	IP	I, II, III, IV kwartał	3 000 zł
				<b>ZIT AKO:</b> Działanie dotyczy podniesienia poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów w ramach ogłoszonego naboru, przygotowania ich do prawidłowego aplikowania o środki np. prawidłowe przygotowanie wniosków aplikacyjnych w systemie LSI 2014+. Liczba szkoleń: 2 Liczba uczestników form szkoleniowych max. 10 osób.	IP	I, II, III, IV kwartał	600 zł
				<b>ZIT Poznań:</b> Trzy szkolenia (spotkania informacyjne) dla potencjalnych beneficjentów ZIT Poznań na terenie Miejskiego Obszaru Funkcjonalnego Poznania.	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł
3.3	Konferencja ZIT Poznań	1	Potencjalni beneficjenci	<b>ZIT Poznań:</b> 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 związanych z prawidłową realizacją projektów. Materiały zostaną zamieszczone na portalu WRPO 2014+ oraz na oficjalnych profilach WRPO 2014+ na Facebooku i Twitterze oraz na kanale YouTube.	IZ	IV kwartał	1 000 zł
3.5	Inne	1, 2	Beneficjenci, potencjalni beneficjenci				



LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
<b>4. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w Internecie</b>							
4.1	<b>Pakiet działań pronaborowych</b>	1	Potencjalni beneficjenci	<p>Dla każdego naboru/ przygotowane zostaną następujące działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- publikacja ogłoszenia o konkursie na PFE (w tym w wyszukiwarce dotacji),</li> <li>- publikacja ogłoszenia o konkursie na stronie internetowej IOK/IZ,</li> <li>- wysłanie informacji o konkursie do PIFE,</li> <li>- wysłanie newslettera z informacją o konkursie lub jeśli instytucja nie dysponuje tym narzędziem, wysłanie informacji o konkursie emailem,</li> <li>- wysłanie notatki prasowej na temat ogłaszanego konkursu.</li> </ul> <p>Nabory/konkursy na trudniejsze/ mało popularne działania objęte zostaną rozszerzonym pakietem działań promocyjnych, na który składać się będzie dodatkowo (zaznacz właściwe)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> organizacja spotkania/szkolenia informacyjnego</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> publikacja ogłoszenia konkursie w prasie lokalnej/regionalnej</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> organizacja szkolenia z właściwego przygotowania wniosków</li> <li><input type="checkbox"/> emisja spotów radiowych w stacjach o zasięgu na terenie województwa wielkopolskiego</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> publikacja informacji o konkursie w mediach społecznościowych</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> wysłanie mailingu do osób/instytucji potencjalnie zainteresowanych danym naborem,</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> informacja na tablicy ogłoszeń w siedzibie WUP w Poznaniu.</li> </ul>	IZ, IP	-	-
4.1.a	<b>Działania dla MŚP</b>		Potencjalni beneficjenci	<p>Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń stacjonarnych przez sieć PIFE, tematycznie dedykowanych dla przedsiębiorców. Tematyka szkoleń:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fundusze Europejskie na rozpoczęcie działalności gospodarczej,</li> <li>- Fundusze Europejskie na rozwój przedsiębiorstw,</li> <li>- Fundusz pożyczkowy Jeremie dla Przedsiębiorców oraz osób planujących założyć działalność gospodarczą,</li> </ul> <p>Działania informacyjno – promocyjne w radiu ,televizji, prasie i internecie w ramach kampanii o szerokim zasięgu.</p>		Proszę nie wypełniać tych pól	Proszę nie wypełniać tych pól
4.1.b	<b>Działania dla MŚP</b>		Beneficjenci	<p>Działania informacyjno – promocyjne w radiu, telewizji, prasie i internecie w ramach kampanii o szerokim zasięgu</p>		Proszę nie wypełniać tych pól	Proszę nie wypełniać tych pól



LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET	
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 <input checked="" type="checkbox"/> nie <input type="checkbox"/>						
		1, 2, 3, 4	Potencjalni beneficjenci	<p><b>Audycje</b> Szczegóły znajdują się w tabeli 3. Kontynuacja działania z poprzedniego roku wynikająca z podpisanej umowy oraz szacunkowej wartości planowanego zamówienia. IZ zapewnia koordynację i dba o spójność działań prowadzonych w ramach kampanii o szerokim zasięgu.</p> <p><b>Transmisje online: telewizyjna i internetowa</b> Planujemy realizację dwóch transmisji online ze znaczących wydarzeń związanych z WRPO 2014+. Potrwa ona ok. 90 minut i będzie można ją obejrzeć w telewizji kablowej oraz na kanale YouTube „Wielkopolska WRPO”.</p> <p><b>Wejścia antenowe „na żywo”</b> Planujemy realizację wejść antenowych „na żywo” z co najmniej dwóch wydarzeń. Każde z nich będzie transmitowane w formie 4 wejść antenowych „na żywo”. Każde z nich będzie składało się z wypowiedzi oraz felietonów.</p>	IZ	I, II, III, IV kwartał	370 000 zł	
			Potencjalni beneficjenci	<p><b>Dostosowanie transmisji i wejść antenowych do osób niesłyszących i niewidzących</b> W ramach każdej produkcji wymagana jest praca respikera oraz tłumacza języka migowego. Powyższa usługa musi zostać synchronizowana z transmisją telewizyjną.</p>	IZ	I, II, III, IV kwartał	16 000 zł	
		1, 3, 4	Potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, uczestnicy projektów, mieszkańcy województwa wielkopolskiego, opinia publiczna	<p><b>WUP: Spoty telewizyjne WUP w Poznaniu</b> Przygotowanie, produkcja i emisja 50-sekundowego spotu reklamowego na antenie stacji telewizyjnej o regionalnym zasięgu emisji (województwo wielkopolskie). Spot telewizyjny zostanie poświęcony wsparciu udzielanemu mieszkańcom województwa wielkopolskiego w projektach Priorytetu Inwestycyjnego 8i oraz 9i WRPO 2014+. Pozwoli na poinformowanie potencjalnych uczestników projektów o możliwości pozyskania pomocy oraz zachęcenie do udziału w realizowanych w regionie projektach. Zaprezentuje również dotychczasowe efekty wdrażania ww. PI.</p>	IP	II, III kwartał	30 000 zł	

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				Planowana liczba emisji spotu telewizyjnego: 30 Szacunkowa liczba odbiorców: 40 000 osób.			
4.4	Radio (audycje sponsorowane, reklamy)	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input checked="" type="checkbox"/> nie <input type="checkbox"/>					
		1, 2, 3, 5	Potencjalni beneficjenci	<b>Audycje</b> Szczegóły znajdują się w tabeli 3. Programy w lokalnych stacjach radiowych, emitowane w subregionach: IZ zapewnia koordynację i dba o spójność działań prowadzonych w ramach kampanii o szerokim zasięgu.	IZ	I, II, III, IV kwartał	400 000 zł
		1, 3, 4	Potencjalni uczestnicy projektów, uczestnicy projektów, mieszkańcy województwa wielkopolskiego, opinia publiczna	<b>WUP: Spoty radiowe WUP w Poznaniu.</b> Przygotowanie, produkcja i emisja 40-sekundowego (+/- 5 sekund) spotu reklamowego na antenie stacji radiowej o regionalnym/lokalnym zasięgu emisji (województwo wielkopolskie). Spot radiowy zostanie poświęcony wsparciu udzielanemu mieszkańcom województwa wielkopolskiego w projektach Priorytetu Inwestycyjnego 8i oraz 9i WRPO 2014+. Pozwoli na poinformowanie potencjalnych uczestników projektów o możliwości pozyskania pomocy oraz zachęcenie do udziału w realizowanych w regionie projektach. Zaprezentuje również dotychczasowe efekty wdrażania ww. PI. Planowana liczba emisji spotu radiowego: 100 Szacunkowa liczba odbiorców: 40 000 osób.	IP	II, III kwartał	20 000 zł
4.5	Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input checked="" type="checkbox"/> nie <input type="checkbox"/>					
		1, 2, 3, 4	Potencjalni beneficjenci	<b>Ogłoszenia</b> 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	420 000 zł
				<b>ZIT AKO:</b> Publikacja 2 ogłoszeń dedykowanych dla potencjalnych beneficjentów w prasie regionalnej/lokalnej oraz na stronach internetowych: SAKO, <a href="http://www.funduszeuropejskie.gov.pl">www.funduszeuropejskie.gov.pl</a> , <a href="http://www.wrpo.wielkopolskie.pl">www.wrpo.wielkopolskie.pl</a> oraz na stronach internetowych Członków Stowarzyszenia.	IP	I, II, III, IV kwartał	800 zł
			<b>ZIT Poznań:</b> Przygotowanie artykułów merytorycznych oraz ich publikacja w prasie regionalnej lub lokalnej na temat wdrażania Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych w Miejskim Obszarze	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
				Funkcjonalnym Poznania. Publikacja ogłoszeń o konkursach w prasie lokalnej.			
4.6	Internet (sponsоровane publikacje, reklamy, media społecznościowe)	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input checked="" type="checkbox"/> nie <input type="checkbox"/>					
		1, 2, 3, 4	Potencjalni beneficjenci	<p><b>Publikacje w Internecie</b> 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	46 800 zł
		1, 3, 4	Potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, uczestnicy projektów, mieszkańcy województwa wielkopolskiego, opinia publiczna	<p><b>WUP: Reklama w Internecie – kampania informacyjno-promocyjna w województwie wielkopolskim</b> 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: - wskazanie form pomocy dostępnych w realizowanych w regionie projektach WRPO 2014+; - zachęcenie do udziału w realizowanych w regionie projektach WRPO 2014+; - prezentowanie dotychczasowych efektów zrealizowanych projektów. Kampania przybierze postać kampanii osłonowej na regionalnych/lokalnych portalach/serwisach internetowych, w tym portalach: prasowym dziennika regionalnego, radiowym, informacyjnym, przekazującym wiadomości z regionu. W kampanii zostanie wykorzystanie targetowanie geograficzne (region – województwo wielkopolskie).</p> <p><b>Media społecznościowe</b> Szczegóły znajdują się w tabeli 3. Kontynuacja działania. IZ zapewnia koordynację i dba o spójność działań prowadzonych w ramach kampanii o szerokim zasięgu.</p>	IP	I, IV kwartał	50 000 zł
					IZ	I, II, III, IV kwartał	0 zł
4.7.	Inne	-	-	-	-	-	-
<b>5. Imprezy otwarte i inne</b>							

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
5.1	Eventy, pikniki, festyny	1, 3, 4	Potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, mieszkańcy województwa wielkopolskiego, opinia publiczna	<p><b>WUP: Plenerowe stoisko informacyjne – Imieniny ulicy Święty Marcin w Poznaniu 11.11.2019 r.</b></p> <p>Działanie obejmuje udział w obchodach Imienin ulicy Święty Marcin w Poznaniu w charakterze wystawcy na stoisku informacyjnym/promocyjnym.</p> <p>Na usługę kompleksowej organizacji plenerowego stoiska informacyjnego podczas obchodów Imienin ulicy Święty Marcin w Poznaniu składa się m.in. (czynniki kosztotwórcze dla wyłonionego Wykonawcy usługi):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- zarezerwowanie i zapewnienie powierzchni wystawienniczej w miejscu odbywania się obchodów Imienin ulicy Św. Marcin w Poznaniu;</li> <li>- pozyskanie stosownych zezwoleń oraz dokonanie wymaganych przez organizatora obchodów wydarzenia opłat (koszt wynajmu powierzchni wystawienniczej od organizatora obchodów wydarzenia);</li> <li>- zapewnienie oraz montaż pawilonu wystawienniczego wraz z wyposażeniem (stoły, krzesła, oświetlenie, ogrzewanie, komputer/laptop z dostępem do bezprzewodowego Internetu);</li> <li>- opracowanie graficzne i wykonanie baneru wystawienniczego, który zostanie zamieszczony nad wejściem do namiotu wystawienniczego;</li> <li>- wykonanie i dostarczenie materiałów informacyjno-promocyjnych, które będą rozdawane odwiedzającym (np. długopisy ekologiczne, balony);</li> <li>- zapewnienie dekoracji stoiska;</li> <li>- zapewnienie zespołu osób do obsługi technicznej wydarzenia.</li> </ul> <p>Do udziału w wydarzeniu zostaną zaproszeni przedstawiciele sieci PIFE i UMWW, którzy wspólnie z pracownikami WUP w Poznaniu będą udzielać zainteresowanym informacji i porad nt. WRPO 2014+.</p>	IP	IV kwartał	50 000 zł
5.2	Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy itp.	1, 3	Media, potencjalni beneficjenci	<p>Konferencje prasowe na bieżące istotne tematy.</p> <p>Liczba konferencji prasowych związanych z podpisywaniem umów z beneficjentami / postępem we wdrażaniu projektów /stopniem realizacji projektów itp.</p> <p>Liczba konferencji 15.</p>	IZ	III, IV kwartał	0 zł
				<p><b>ZIT Poznań:</b> Trzy konferencje prasowe lub briefingi prasowe dotyczące wdrażania Strategii ZIT w Miejskim Obszarze Funkcjonalnym Poznania.</p>	IP	II, IV kwartał	0 zł
5.3	Organizacja akcji Dni Otwartych Funduszy	3, 4	Ogół społeczeństwa	Działanie obejmuje aktywne włączenie się w organizację DOFE poprzez pokazywanie projektów unijnych	IZ	maj	Koszt wliczony w

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
	<b>Europejskich</b>			realizowanych/zrealizowanych dzięki FE. Do współpracy zostaną zaproszeni przedsiębiorcy, instytucje kultury, nauki, szpitale itd. 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. <b>WUP: Koordynacja zgłaszania projektów do DOFE przez WUP</b> Działanie obejmuje promocję wydarzenia, aktywizację i 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+).	IP	I, II kwartał	kampanię o szerokim zasięgu.
5.4	<b>Bieg „ZaBIEGaj o FUNdusze”</b>	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	III kwartał	150 000 zł
5.5	<b>Dialog obywatelski</b>	3	Mieszkańcy województwa wielkopolskiego, opinia publiczna, media	Organizacja dwóch wydarzeń typu dialog obywatelski, konferencja związanych ze stanem wdrażania WRPO 2014+, piętnastoleciem obecności Polski w Unii Europejskiej itp.	IZ	III, IV kwartał	20 000 zł
<b>6. Konkursy</b>							
6.2	<b>Młodzi wiedzą o funduszach</b>	1, 3, 4	Młodzież, media	Działanie mające na celu przybliżenie uczniom szkół średnich 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+. Konkurs będzie dotyczyć FE, w tym WRPO 2014+ (na zasadzie od ogółu do szczegółu, konkurs będzie pod hasłem konkurs unijny o FE, ale w regulaminie będzie doprecyzowane, że „w tym WRPO	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
				2014+”). Ponadto, wybrane, najciekawsze prace nadesłane na konkurs chcielibyśmy promować na oficjalnych profilach WRPO 2014+ na Facebooku, Twitterze, 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).			
<b>7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych</b>							
7.1	<b>Publikacje (drukowane i elektroniczne)</b>	1, 2, 3, 4	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, podmioty zaangażowane w realizację WRPO, opinia publiczna	Publikacje obejmują tematykę dotyczącą WRPO 2014+, a także szeroko rozumianą tematykę unijną. Biuletyn informacyjny „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. Promocja wydawnictwa prowadzona będzie na lokalnych portalach.  <b>Album WRPO 2014+</b> - zilustrowanie w przyjazny i ciekawy sposób efektów wdrażania WRPO 2014+. Działanie obejmuje przygotowanie koncepcji, opracowanie graficzne i merytoryczne,	IZ	I, II, III, IV kwartał	130 000 zł
				<b>Album WRPO 2014+</b> - zilustrowanie w przyjazny i ciekawy sposób efektów wdrażania WRPO 2014+. Działanie obejmuje przygotowanie koncepcji, opracowanie graficzne i merytoryczne,	IZ	III, IV kwartał	135 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET	
				wykonanie i obróbkę zdjęć zrealizowanych projektów oraz druk Planowany nakład: 5000 sztuk. Prawa autorskie do wszystkich wykonanych zdjęć, koncepcji albumu, a także przygotowanych tekstów zostaną zapewnione w umowie z Wykonawcą.	IP	II, III kwartał	47 000 zł	
				<b>WUP: Dobre praktyki na rzecz aktywizacji zawodowej i włączenia społecznego w województwie wielkopolskim – broszura informacyjno-promocyjna</b> Działanie obejmuje opracowanie, publikację i dystrybucję broszury informacyjno-promocyjnej. Publikacja zaprezentuje przykłady dobrych praktyk (projektów) – realizowanych/zrealizowanych w ramach Działania 6.1, Działania 6.2 oraz Poddziałania 7.1.2 WRPO 2014+. W wersji papierowej powstanie 2 500 sztuk publikacji. Część nakładu (1 500 sztuk) zostanie poddana dystrybucji, pod adresy wskazane wyłonionemu Wykonawcy usługi przez WUP w Poznaniu. Co do zasady będą to podmioty funkcjonujące na obszarze województwa wielkopolskiego (m.in. urzędy gmin, powiatowe urzędy pracy, sieć PIFE itp.). Pozostałe egzemplarze (1 000 sztuk) zostaną rozdyskrebowane wśród: osób odwiedzających Punkt kontaktowy WRPO 2014+, uczestników wydarzeń organizowanych przez WUP w Poznaniu czy też wydarzeń – targów, imprez wystawienniczych, w których będzie brać udział WUP w Poznaniu. Wersja elektroniczna publikacji zostanie zamieszczona na stronie internetowej WUP w Poznaniu <a href="http://rpo.wuppozn.praca.gov.pl">rpo.wuppozn.praca.gov.pl</a> .				
			Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, partnerzy społeczni i gospodarczy		IP	I, II, III, IV kwartał	3 500 zł	
			Beneficjenci, potencjalni beneficjenci	<b>ZIT AKO:</b> Publikacja (opracowanie graficzne i wydruk) Biuletynu informacyjnego Stowarzyszenia AKO informującego o działaniach prowadzonych przez Stowarzyszenie, w tym dotyczących wdrażania Strategii ZIT dla rozwoju AKO, realizacji projektów przez beneficjentów i ich efektach oraz o wydarzeniach odbywających się na obszarze Aglomeracji Kalisko-Ostrowskiej. Nakład: po 2000 szt. w każdym kwartale (4X200szt. = 8000 szt.)	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł	
				<b>ZIT Poznań:</b> Informacje nt. wdrażania Strategii ZIT publikowane będą w miesięczniku „Kurier Metropolitalny” (wersja drukowana elektroniczna). Planuje się 12 numerów w 2019 roku. Dystrybucja czasopisma odbywać się będzie na terenie gmin tworzących Stowarzyszenie Metropolia Poznań. Dodatkowo planuje się dystrybucję w pociągach funkcjonujących w ramach Poznańskiej				

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET	
				Kolei Metropolitalnej. Czasopismo będzie także zamieszczane na stronie internetowej SMP oraz stronie ZIT Poznań (IP WRPO 2014+).				
7.2	<b>Materiały promocyjne typu gadżety</b>	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.  Zakup długopisów promocyjnych WRPO 2014+ na potrzeby szkoleń dla beneficjentów, potencjalnych beneficjentów, spotkań, konferencji itd. – 6 000 szt.	IZ  IZ	IV kwartał  II kwartał	50 000 zł  7 200 zł	
7.3	<b>Materiały brandingowe i wystawiennicze, np. rollupy, ścianki</b>	1,3,4		-	-	-	-	
7.4	<b>Inne</b>	1,3	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, media	ZIT Poznań: Informacje prasowe po konkretnych wydarzeniach np. po podpisaniu umów o dofinansowanie w ramach ZIT.	IP	I, II, III, IV kwartał	0 zł	
<b>ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU</b>								<b>2 101 480 zł</b>



## 2. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji

Tabela 2 Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji WRPO 2014 + w roku 2019

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta na koniec roku 2015	Wartość /osiągnięta a na koniec roku 2016	Wartość /osiągnięta a na koniec roku 2017	Wartość docelowa /osiągnięta a na koniec roku 2018	Wartość docelowa /osiągnięta a na koniec roku 2019	Wartość docelowa/osiągnięta na koniec 2020	Wartość docelowa/osiągnięta na koniec roku 2021	Wartość docelowa/osiągnięta na koniec roku 2022	Wartość docelowa na koniec 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	2 837 379	4 000 000	5 000 000				5 000 000	
	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania w woj. wielkopolskim	0	1	2	3	4	4				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	3635	4047	5702					12 000
	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie woj. wielkopolskiego dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego *	0	31 592	56 637	81 451	Dane z MiiR						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	67	Dane z MiiR					1 247	
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w woj. wielkopolskim	0	0	1 228	2206	2980	4025				7 000	
Cel 3	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu	0	1	1	1	2	3				7	

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta na koniec roku 2015	Wartość /osiągnięta na koniec roku 2016	Wartość /osiągnięta na koniec roku 2017	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2018	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2019	Wartość docelowa/osiągnięta na koniec 2020	Wartość docelowa/osiągnięta na koniec roku 2021	Wartość docelowa/osiągnięta na koniec roku 2022	Wartość docelowa na koniec rok 2023
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa wielkopolskiego informacje na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich	nt. osiągnięć programu operacyjnego w woj. 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 ukazująca efekty WRPO 2014+ oraz wspierająca działania pronaborowe.**

<b>1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania</b>	IZ WRPO 2014+
<b>2. Nazwa działania</b>	Kampania ukazująca efekty WRPO 2014+ oraz wspierająca działania pronaborowe.
<b>3. Główny komunikat</b>	Zobacz efekty wdrażania Funduszy Europejskich w Wielkopolsce
<b>4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte)</b>	Kampania ma służyć zwiększaniu widoczności efektów polityki spójności wśród Wielkopolan. Planowane rezultaty to wzrost świadomości mieszkańców Wielkopolski na temat zrealizowanych projektów unijnych, różnorodności obszarów, które wspierają, a także wpływu Funduszy Europejskich na rozwój regionu. Aktywizacja Wielkopolan w procesie aplikowania o dofinansowanie unijne w ramach WRPO 2014+
<b>5. Opis działania</b>	
<b>a) Skrótowy opis działania</b>	<p>Prowadzone w ramach akcji działania będą miały na celu pokazanie mieszkańcom Wielkopolski efektów wdrażania WRPO 2014+ poprzez prezentowanie zrealizowanych w regionie projektów. Dodatkowym celem kampanii będzie zachęcenie jak największej liczby potencjalnych beneficjentów do aplikowania o dofinansowanie unijne z WRPO 2014+. Działania prowadzone w poszczególnych mediach 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 i przekaz. Wykorzystanie różnych form przekazu pozwoli na dotarcie do jak największej liczby mieszkańców Wielkopolski.</p> <p><b>Audycje telewizyjne</b> Współpraca przy tworzeniu cyklu audycji telewizyjnych mających na celu przedstawienie efektów wdrażania WRPO 2014+, oraz informacje o aktualnych naborach. Działanie cykliczne, powiązane z terminami naboru wniosków oraz spójne z pozostałymi działaniami w mediach i Internecie. Kontynuacja działań z poprzedniego roku z nastawieniem na zwiększenie widoczności efektów wdrażania WRPO 2014+.</p> <p><b>Audycje radiowe</b> Współpraca przy tworzeniu cyklu audycji radiowych w subregionach informujących o efektach wdrażania WRPO 2014+, oraz o aktualnie trwających naborach. Działanie cykliczne, powiązane z terminami naboru wniosków oraz spójne z pozostałymi działaniami w mediach i Internecie. Kontynuacja działań z poprzedniego roku z nastawieniem na zwiększenie widoczności efektów wdrażania WRPO 2014+.</p> <p><b>Prasa</b> Współpraca przy tworzeniu materiałów publicystycznych oraz ogłoszeń prasowych (reklam) w następujących tytułach regionalnych: Gazeta Wyborcza Poznań i Głos Wielkopolski oraz lokalnych czasopismach ukazujących się na terenie Wielkopolski. Przygotowywanie insertów tematycznych – Monitor Wielkopolski do Gazety Wyborczej Poznań i Głosu Wielkopolskiego. Działanie cykliczne, powiązane z terminami naboru wniosków oraz spójne z pozostałymi działaniami w mediach i Internecie. 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 z nastawieniem na zwiększenie widoczności efektów wdrażania WRPO 2014+.</p> <p><b>Publikacje w internecie</b> Współpraca polegająca na wsparciu merytorycznym funkcjonowania serwisów internetowych o zasięgu lokalnym bądź regionalnym, poświęconych tematyce Funduszy Europejskich. Kontynuacja działań z poprzedniego roku z nastawieniem na zwiększenie widoczności efektów wdrażania WRPO 2014+.</p> <p><b>Media społecznościowe</b> Działanie obejmuje również promocje w mediach społecznościowych (Facebook, Youtube i Twitter). Działanie cykliczne, powiązane z terminami naboru wniosków oraz spójne z pozostałymi działaniami w mediach i Internecie. Kontynuacja działań z poprzedniego roku z nastawieniem na zwiększenie widoczności efektów wdrażania WRPO 2014+. Formuła prowadzonej komunikacji na</p>

	portalach: Facebook i Twitter jest tożsama.													
<b>b) Grupa docelowa</b>	Kampania jest adresowana do ogółu społeczeństwa Wielkopolski, a także do potencjalnych beneficjentów.													
<b>c) Zasięg terytorialny działania</b>	Cała Wielkopolska													
<b>d) Narzędzia oraz szczegółowy budżet</b>	<b>Audycje telewizyjne + dostępność</b>	386 000 zł												
	<b>Audycje radiowe</b>	400 000 zł												
	<b>Spoty radiowe</b>	-												
	<b>Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe</b>	420 000 zł												
	<b>Publikacje w internecie (w tym media społecznościowe)</b>	46 800 zł												
	<b>Reklamy w internecie</b>	0 zł												
	<b>Ambient, OHH, inne</b>	0 zł												
	<b>BUDŻET ŁĄCZNIE</b>	1 252 800 zł												
<b>e) Termin realizacji</b>	I, II, III, IV kwartał													
<b>f) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)</b>	<p><b>Telewizja kablowa:</b> Magazyn „Zmieniamy Wielkopolskę” będzie emitowany w telewizjach kablowych dostępnych w 28 powiatach i miastach na prawach powiatu w Wielkopolsce (przez dostępność rozumie się obecność danej telewizji w co najmniej połowie gmin danego powiatu). Stanowi to około 85% powierzchni województwa wielkopolskiego. Liczba widzów w zasięgu TV Asta (Reach) – 650 tys., średnia wielkość widowni premiery Magazynu i powtórki (AMR) to ok. 50tys. widzów – na podstawie danych TV Asta. Należy dodać, że od 23 października br. dwie powtórki każdego Magazynu wyprodukowanego przez TV Asta będą emitowane również w TV Wielkopolska, która jest dostępna w 19 powiatach wielkopolskich. Zakładamy średnią wielkość widowni dwóch powtórek (AMR) na poziomie 40 tys. widzów.</p> <p><b>Telewizja naziemna:</b> Magazyn „Zmieniamy Wielkopolskę” będzie emitowany w regionalnej telewizji naziemnej, której zasięg techniczny (w nadawaniu analogowym) obejmuje teren minimum 70% powierzchni Wielkopolski/zasięg techniczny anteny dociera do 2 mln widzów. Magazyn Zmieniamy Wielkopolskę w TVP Poznań: liczba widzów w zasięgu (Reach) 2 mln, średni wielkość widowni premiery Magazynu i powtórki (AMR) to ok 25 tys.</p>													
<b>6. Uzasadnienie działania</b>	<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> <table border="0"> <tr> <td>1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu</td> <td><b>TAK/NIE</b></td> </tr> <tr> <td>2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji</td> <td><b>TAK/NIE</b></td> </tr> <tr> <td>3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej</td> <td><b>TAK/NIE</b></td> </tr> <tr> <td>4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej</td> <td><b>TAK/NIE</b></td> </tr> <tr> <td>5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego</td> <td><b>TAK/NIE</b></td> </tr> <tr> <td>6. Zasada uzupełniania się komunikatów</td> <td><b>TAK/NIE</b></td> </tr> </table> <p>Ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami – materiały wykorzystane w kampanii będą dostosowane do osób z niepełnosprawnościami poprzez umieszczanie przy każdym z materiałów w Internecie transkrypcji tekstowej obrazu i opisu spotu.</p>		1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu	<b>TAK/NIE</b>	2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji	<b>TAK/NIE</b>	3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej	<b>TAK/NIE</b>	4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej	<b>TAK/NIE</b>	5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego	<b>TAK/NIE</b>	6. Zasada uzupełniania się komunikatów	<b>TAK/NIE</b>
1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu	<b>TAK/NIE</b>													
2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji	<b>TAK/NIE</b>													
3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej	<b>TAK/NIE</b>													
4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej	<b>TAK/NIE</b>													
5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego	<b>TAK/NIE</b>													
6. Zasada uzupełniania się komunikatów	<b>TAK/NIE</b>													
<b>7. Osoba do kontaktu</b>	<p>Imię i nazwisko: Maciej Wojciechowski – Wydział Informacji, Promocji i Szkoleń Numer telefonu: 61 62 66 329, adres mailowy: maciej.wojciechowski@umww.pl</p>													