

## **Uchwała nr 3799/2021**

### **Zarządu Województwa Wielkopolskiego**

**z dnia 1 lipca 2021 r.**

#### **w sprawie: zatwierdzenia aktualizacji Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych na 2021 r. dla Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020**

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 2020 r., poz. 1668), 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 2020 r., poz. 818), 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 aktualizację Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych na 2021r. dla Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020, którego tekst stanowi załącznik do niniejszej Uchwały.

#### **§ 2**

Wykonanie uchwały powierza się Dyrektorowi Departamentu Polityki Regionalnej.

#### **§ 3**

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

*z up. Marszałka Województwa*

*Wojciech Jankowiak*

*Wicemarszałek*

**Uzasadnienie do Uchwały nr 3799 /2021**

**Zarządu Województwa Wielkopolskiego**

**z dnia 1 lipca 2021 r.**

**w sprawie: zatwierdzenia aktualizacji Roczno-go planu działań informacyjnych i promocyjnych na 2021 r. dla Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020**

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych dla 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 2021 zawarte w RPD to: kampania ukazująca efekty WRPO 2014+ mająca na celu zwiększenie widoczności efektów polityki spójności oraz dodatkowo wspierająca działania pronaborowe, tj. informowanie o nadchodzących oraz trwających naborach; regularna współpraca z mediami, wsparcie beneficjentów w realizacji projektów, akcji informacyjno-promocyjnej Dni Otwarte Funduszy Europejskich oraz innych działań informacyjno-promocyjnych.

Najważniejsze zmiany zawarte w aktualizacji do RPD dotyczą hierarchii celów szczegółowych służących realizacji rocznego planu, dostosowania części działań informacyjnych i promocyjnych do aktualnej sytuacji epidemicznej w Polsce a także zmiany niektórych kwot po rozstrzygnięciu postępowań o zamówienia publiczne.

Aktualizacja RPD została zaakceptowana przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej w dniu 15 czerwca 2021 r.

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

*Marszałek Województwa*

*Marek Woźniak*

**Roczny plan działań  
informacyjnych i promocyjnych  
na 2021 r.  
dla Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego  
na lata 2014-2020**

## Spis treści:

1. Wstęp.....	3
2. Podstawy opracowania Roczno-go 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 2021.....	5
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2021 .....	6
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji .....	22
6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu....	25

## 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 2021 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+ (IP WRPO 2014+),
- inne podmioty wskazane przez Instytucję Zarządzającą WRPO 2014+.

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: Anna Słotwińska  
e-mail: [anna.slotwinska@umww.pl](mailto:anna.slotwinska@umww.pl)  
tel. 61 62 66 330

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 2021 r. zadaniem IP WRPO 2014+ jest głównie wsparcie beneficjentów w realizacji projektów, dalej 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 z uwzględnieniem ograniczeń w związku z epidemią COVID-19. 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 2021 powstał zgodnie z zapisami poniższych dokumentów:
- Wytyczne w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020,
- Strategia komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020,
- Strategia komunikacji Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 przyjęta 23 września 2015 r., aktualizacja 24 lutego 2017 r., aktualizacja 2 lipca 2020 r.
- 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 2014-2020/2020+.

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 efektów wdrażania WRPO 2014+, 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 Roczego planu działań to:

1. Informowanie opinii publicznej o oczekiwanych efektach programu, podejmowanych działaniach i osiągniętych efektach, w tym pokazanie pozytywnego wpływu i wartości dodanej wsparcia z Unii Europejskiej,
2. Informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach dofinansowania i aktywizowanie do ich pozyskania,
3. Wspieranie beneficjentów w realizacji projektów na różnych etapach, w tym w zakresie komunikowania na temat projektów, .
4. Zapewnienie szerokiej / powszechnej akceptacji społecznej dla działań rozwojowych, realizowanych przy pomocy Programu WRPO+ i Funduszy Europejskich jako całości.

### 2.3. Wyniki badań i analiz

Do opracowania RPD na 2021 rok wykorzystano:

- wyniki ewaluacji wewnętrznej skuteczności i efektywności przekazów medialnych – raporty i dane pozyskiwane ze stron internetowych i/lub od Wykonawców (np. wyniki słuchalności rozgłośni radiowych, raporty stacji telewizyjnych, badania oglądalności regionalnych TV),
- własną analizę operacyjną podejmowanych działań, w tym: ankiety poszkoleniowe, statystyki z Facebooka, dane z Twittera, statystyki z portali internetowych, raporty Wykonawców,
- analiza trendów reklamowych na rynku mediów,
- wykorzystanie narzędzi analitycznych (np. Google Analytic, Brand 24 itp.),
- badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat FE dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań – edycja 2016 (wyniki regionalne).

Działania informacyjno - promocyjne skierowane do mieszkańców Wielkopolski powinny przede wszystkim skupiać się na pokazywaniu efektów korzystania z FE (projekty już zrealizowane 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 finałowym etapie wdrażania WRPO 2014+. 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 2021 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.

### 3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2021

Poniższe działania informacyjne i promocyjne WRPO w 2021 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), na Portalu Funduszy Europejskich, Mapie Dotacji UE, portalach społecznościowych: Facebook, Twitter i Youtube,
- 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),
- i) informowanie potencjalnych beneficjentów nt. naborów wniosków o dofinansowanie projektów, które pomogą walczyć z pandemią koronawirusa,
- j) informowanie potencjalnych uczestników projektów nt. programów wsparcia dla podmiotów i osób poszkodowanych w wyniku pandemii,
- k) informowanie beneficjentów o działaniach ułatwiających prowadzenie i rozliczanie realizowanych przez nich inwestycji,
- l) informowanie opinii publicznej i uczestników projektów o działaniach i wsparciu z funduszy polityki spójności UE na walkę i przeciwdziałanie skutkom społeczno-gospodarczym pandemii koronawirusa,
- m) informowanie zainteresowanych grup odbiorców o zmianach, jakie mają miejsce w wyniku działań na rzecz walki ze skutkami pandemii.

W 2021 r. IZ WRPO 2014 w związku z epidemią COVID-19, skupi się na działaniach informacyjnych dla potencjalnych beneficjentów, beneficjentów i uczestników projektów na temat wsparcia związanego z negatywnymi skutkami pandemii.

Będą to także działania, których celem jest eksponowanie i promowanie zmian w najbliższym otoczeniu, generowanych przez projekty współfinansowane z Funduszy Europejskich, jak również inicjatywy o charakterze edukacyjnym, służące wsparciu beneficjentów w realizacji projektów - szkolenia, spotkania informacyjne dotyczące zasad właściwej realizacji projektów w ramach WRPO 2014+ (również w formie on-line). Ponadto, komunikacja skupi się na promocji dobrych praktyk, tj. bardzo dobrze zrealizowanych i prowadzonych projektów współfinansowanych z FE. Działania dla potencjalnych uczestników projektów skoncentrują się na informowaniu o możliwościach, jakie stwarzają realizowane projekty. Podejmowane w roku 2021 zadania mają na celu zwiększenie widoczności efektów polityki spójności, poprzez prezentację przykładów zrealizowanych/realizowanych projektów, w tym tych, stanowiących odpowiedź na epidemię. Szczególna uwaga zwrócona zostanie na projekty o charakterze innowacyjnym. Kontynuowane będzie tworzenie bazy beneficjentów oraz realizowanych przez nich projektów o potencjale komunikacyjnym zapewniającym 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, ze szczególnym uwzględnieniem naborów dla przedsiębiorców dot. łagodzenia ekonomicznych skutków epidemii. Przed rozpoczęciem naboru do każdego konkursu opublikowana zostanie 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.

Wszelkie podejmowane przez IZ WRPO 2014+ działania będą realizowane zgodnie ze standardami dostępności wskazanymi w Wytocznych 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 2021**

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 Wytocznymi w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020.

Działania informacyjno – promocyjne w 2021 służyć będą przede wszystkim zwiększeniu widoczności efektów polityki spójności i korzyści dla mieszkańców Wielkopolskich płynących z realizacji projektów z Funduszy Europejskich. Do działań włączono komunikaty dotyczące pomocy i przedsięwzięć



z Funduszy Europejskich, które służą w walce z pandemią COVID-19. Ważne jest również wsparcie beneficjentów w realizacji projektów, w szczególności przedsiębiorców z sektora MSP, a także pomoc uczestnikom projektów w korzystaniu ze wsparcia - zwłaszcza w związku z epidemią. Komunikacja w tym zakresie prowadzona będzie do konkretnych grup docelowych – beneficjentów realizujących projekty. Ponadto duży nacisk w 2021 r., będzie kładziony na podniesienie świadomości opinii publicznej na temat: szerokiego wsparcia, jakie zostało skierowane z Funduszy Europejskiej na walkę z pandemią, 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. Działania podejmowane w 2021 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 - w tym tych dotkniętych skutkami pandemii. Cele szczegółowe na 2021 r. to eksponowanie i promowanie zmian w najbliższym otoczeniu generowanych przez projekty współfinansowane przez politykę spójności, wsparcie beneficjentów w realizacji projektów, dążenie do jak najlepszej jakości 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 2021 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 Facebooku <https://www.facebook.com/WRPOwielkopolska/> oraz na Twitterze [https://twitter.com/WRPO\\_2014\\_2020](https://twitter.com/WRPO_2014_2020), 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 zadają 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 wyższe 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 Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 w roku 2021

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> (w tym współpraca i nadzór nad IP) - nadzór nad IP i współpraca z nimi, - aktualizacja dokumentów strategicznych i planistycznych, - sprawozdawczość z realizacji działań informacyjno-promocyjnych	IZ	Cały rok	0 zł
1.2	<b>Udział w grupach</b>	Działania wspierające realizację Strategii Komunikacji WRPO 2014+	Pracownicy systemu FE	<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	Cały rok	2 000 zł
		Działania wspierające realizację Strategii	Podmioty zaangażowane w realizację WRPO	<b>Grupa robocza IZ-IP 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.  Udział przedstawicieli WUP w Poznaniu w organizowanych przez IZ WRPO 2014+ spotkaniach grupy ds. informacji i promocji.  Udział w Grupie Roboczej IZ ds. informacji i promocji.  Udział w Grupie Roboczej IZ ds. informacji i promocji.	IZ  WUP w Poznaniu  ZIT AKO  ZIT Poznań	III, IV kwartał  Cały rok  Cały rok  Cały rok	0 zł  0 zł  0 zł  0 zł
1.3	<b>Współpraca międzynarodowa</b>	-	-	-	-	-	-
1.4	<b>Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy</b>	-	-	<b>Badanie społeczne</b> -	-	-	-
		Działania wspierające realizację	Podmioty zaangażowane w realizację	<b>Ewaluacja</b> Ocena działań informacyjno-promocyjnych realizowanych przez IZ WRPO 2014+ w latach 2014-2020 z rekomendacją do	IZ	Cały rok	0 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
		Strategii Komunikacji WRPO 2014+	WRPO	przedsięwzięć na lata 2021-2027 (badanie będzie finansowane z innego projektu).			
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 2021+ przez cały rok.	IZ	Cały rok	0 zł
<b>2. Działania informacyjne</b>							
2.1	System informacji - sieć PIFE	Sieć PIFE w województwie wielkopolskim prowadzona jest w ramach umowy o numerze DIP/BDG-II/POPT/74/14 między Ministrem do spraw rozwoju a Województwem Wielkopolskim. W województwie funkcjonuje główny punkt w Poznaniu i 4 punkty lokalne w następujących miejscowościach: Kalisz, Konin, Leszno i Piła. Szczegółowe plany realizacji tego działania na dany rok są przedstawiane we Wniosku o przyznanie dotacji celowej na 2021 r. Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z Ministerstwem. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy.					
2.2	Informowanie o wydarzeniach, eventach, podpisywaniu umów	Cykliczne przekazywanie informacji do IK UP na temat uroczystości i innych inicjatyw własnych lub beneficjentów związanych z konferencjami, wydarzeniami, z podpisywaniem umów, otwarciem/oddaniem do użytku projektów, etc.			IZ	Cały rok	0 zł
		Cykliczne przekazywanie informacji do IK UP na temat uroczystości i innych inicjatyw własnych lub beneficjentów związanych z konferencjami, wydarzeniami, podpisywaniem umów, otwarciem/oddaniem do użytku projektów, etc. Ww. informacje będą przekazywane za pośrednictwem UMWW w Poznaniu.			IP	Cały rok	0 zł
2.3	Portale i serwisy internetowe	1, 2, 3, 4	ogół społeczeństwa, beneficjenci, potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów	Prowadzenie i bieżąca aktualizacja strony internetowej dedykowanej wielkopolskim przedsiębiorcom, zawierającej ofertę pomocy finansowej w łagodzeniu ekonomicznych skutków epidemii COVID-19 <a href="https://wsparcie.wielkopolskie.pl/">https://wsparcie.wielkopolskie.pl/</a>	IZ	Cały rok	4 452,60 zł
				Prowadzenie i bieżąca aktualizacja strony internetowej WRPO 2014+, zawierającej informacje o możliwościach 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 7642 użytkowników	IZ	Cały rok	30 722,29 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				<p>newslettera. Portal agreguje najważniejsze treści dot. WRPO 2014+ z portali WUP, ZIT AKO i ZIT Poznań. Na portalu zamieszczane są przykłady projektów po polsku i angielsku (dobre praktyki). Wprowadzanie i aktualizacja informacji na na portalu FE <a href="http://www.funduszeuropejskie.gov.pl">www.funduszeuropejskie.gov.pl</a></p> <p>Prowadzenie i bieżąca aktualizacja strony internetowej <a href="http://rpo-wuppozn.praca.gov.pl">rpo-wuppozn.praca.gov.pl</a>, zawierającej informacje o możliwościach dofinansowania projektów z RPO. 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> <p><b>ZIT Poznań:</b> Prowadzenie serwisu informacyjnego ZIT w Miejskim Obszarze Funkcyjnym 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>)</p> <p><b>ZIT Poznań:</b> Wprowadzanie informacji o naborach realizowanych przez ZIT Poznań na Portalu Fundusze Europejskie (<a href="http://www.funduszeuropejskie.gov.pl">www.funduszeuropejskie.gov.pl</a>)</p> <p><b>ZIT Poznań:</b> publikowanie bieżących aktualności dot. wdrażania Strategii ZIT na stronie internetowej SMP (<a href="http://www.metropoliapoznan.pl">www.metropoliapoznan.pl</a>)</p> <p>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 będą media społecznościowe – profile SAKO na portalach Facebook</p>	WUP w Poznaniu	Cały rok	0 zł
					ZIT Poznań	Cały rok	0 zł
					ZIT AKO	Cały rok	0 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				<p>i Instagram, gdzie zostaną publikowane nowe treści, jak również udostępniane treści z profili JST oraz WRPO 2014+. Możliwe będzie także tworzenie płatnej promocji profili Stowarzyszenia za pomocą wskazanych mediów społecznościowych.</p> <p>Czynności w ramach tego zadania dotyczące administrowania serwisu internetowego i innych czynności technicznych wykonywane będą przez pracownika Biura Stowarzyszenia – Specjalistę ds. obsługi informatycznej, zaś pozostałe zadania z zakresu informacji i promocji, w tym udostępniania aktualności na stronie internetowej oraz w mediach społecznościowych – Specjalista ds. wyboru projektów, monitoringu, sprawozdawczości i kontroli (Z_ZIT-3).</p>			
2.4	Baza wiedzy <sup>1</sup>	działanie wspierające realizację Strategii	Pracownicy systemu FE	Uzupełnianie i aktualizowanie informacji w serwisie Baza Wiedzy. Administracja zespołem „RPO Województwa Wielkopolskiego” w Bazie Wiedzy o funduszach Europejskich.	IZ	Cały rok	0 zł
				Uzupełnianie i aktualizowanie informacji w serwisie Baza Wiedzy.	WUP w Poznaniu	Cały rok	0 zł
2.5	Mapa dotacji <sup>2</sup>	1, 2, 3, 4	ogół społeczeństwa, beneficjenci, potencjalni beneficjenci	Stałe aktualizowanie bazy projektów na <a href="http://www.mapadotacji.gov.pl">www.mapadotacji.gov.pl</a> . IZ zamieści i uprości opisy-minimum 30 projektów wraz z fotografiami na Mapie Dotacji w ujęciu rocznym.	IZ	Cały rok	0 zł
				Stałe aktualizowanie bazy projektów na <a href="http://www.mapadotacji.gov.pl">www.mapadotacji.gov.pl</a> . IP uprości/uzupełni zamieści i uprości opisy -minimum 30 projektów wraz z fotografiami na Mapie Dotacji w ujęciu rocznym	WUP w Poznaniu	Cały rok	0 zł
2.6	Wyszukiwarka Dotacji <sup>3</sup>	1, 2, 3, 4	ogół społeczeństwa, beneficjenci, potencjalni beneficjenci, poten-	Stałe aktualizowanie treści na <a href="http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka">www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka</a>	IZ	Cały rok	0 zł
				Stałe aktualizowanie treści na <a href="http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka">www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka</a> (w zakresie	WUP w Poznaniu	Cały rok	0 zł

<sup>1</sup> Administracja zespołami programu w Bazie Wiedzy o Funduszach Europejskich.

<sup>2</sup> Uzupełnianie informacji o projektach w Mapie Dotacji UE.

<sup>3</sup> Uzupełnianie informacji o naborach na portalu FE i w Wyszukiwarce Dotacji.

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			uczestnicy, uczestnicy projektów	wdrażanej przez WUP w Poznaniu części WRPO 2014+). <b>ZIT Poznań:</b> Stałe aktualizowanie treści.	ZIT Poznań	Cały rok	0 zł
2.7	Inne	1, 2	beneficjenci, potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy, uczestnicy projektów	IP prowadzi punkt informacyjny 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).	WUP w Poznaniu	Cały rok	25 000 zł
<b>3. Działania edukacyjne</b>							
3.1	Szkolenia dla beneficjentów <sup>4</sup> - Szkolenia stacjonarne	2	beneficjenci	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla beneficjentów na temat: 1. Prawidłowej realizacji projektu, 2. Dochowania 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: DWP – 2 – 100 osób Przewidywana liczba szkoleń: łącznie – 2 szt. Szacunkowa łączna liczba uczestników: 100 Szkolenia będą dostępne na stronie www.wrpo.wielkopolskie.pl  Działanie dotyczy podniesienia poziomu wiedzy beneficjentów ZIT AKO. Zadanie obejmuje przede wszystkim szkolenia specjalistyczne dotyczące zarządzania, realizacji i promocji projektu oraz jego prawidłowego rozliczania i trwałości projektu.	IZ  ZIT AKO	II, IV kwartał  Cały rok	9 750 zł  0 zł
3.2	Szkolenia dla beneficjentów - Szkolenia online	2	beneficjenci	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla beneficjentów na temat: 1. Prawidłowego udzielania zamówień	IZ	II, III i IV kwartał	3000 zł

<sup>4</sup> Należy uzupełnić w zakresie szkoleń organizowanych przez instytucję zarządzającą i pośredniczącą. Wykaz szkoleń realizowanych w ramach Sieci PIFE będzie przedstawiony w sprawozdaniach projektowych PIFE i nie należy go tu umieszczać.

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
	(e-learning, webinaria itp.)			2. Wypełniania wniosków o płatność i harmonogramów płatności 3. Monitorowania uczestników projektu, w tym kwalifikowalności uczestników, a także przetwarzania danych osobowych. Materiały szkoleniowe, które otrzymują uczestnicy szkoleń, zostaną przygotowane w formie umożliwiającej odczytanie dokumentów przez czytniki dla osób z dysfunkcją wzroku (PDF, Word). Przewidywana liczba szkoleń: 5 DEFS – 2 + 3 warsztaty – 175 osób Szkolenia będą dostępne na platformie ZOOM.			
3.3	<b>Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów<sup>5</sup></b> - Szkolenia stacjonarne	1	Potencjalni beneficjenci	Zadanie dotyczy podniesienia poziomu wiedzy potencjalnych Beneficjentów w ramach ogłoszonych naborów wniosków, przygotowania ich do prawidłowego aplikowania o środki, prawidłowego przygotowania wniosków aplikacyjnych w systemie LSI 2014+. Realizacja zadania uzależniona będzie od harmonogramu naborów wniosków w trybie konkursowym dla ZIT AKO. Ze względu na wyczerpanie alokacji w ramach Strategii ZIT AKO, nie przewiduje się kosztów na to działanie.	ZIT AKO	Cały rok	0 zł 0 zł
3.4	<b>Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów</b> - Szkolenia online (elearning, webinaria itp.)	1	Potencjalni beneficjenci				0 zł 0 zł
3.5	<b>Inne (np. spotkania informacyjne,</b>			<b>ZIT Poznań:</b> Konferencja merytoryczna dotycząca wdrażania Strategii ZIT w Miejskim Obszarze			

<sup>5</sup>Jw.

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
	szkolenia dla pracowników systemu wdrażania)			Funkcjonalnym Poznania.  <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	ZIT Poznań  ZIT Poznań	IV kwartał  Cały rok	0 zł  0 zł
<b>4. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w Internecie</b>							
4.1	Pakiet działań pronaborowych	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....</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> publikacja informacji o konkursie w mediach społecznościowych</li> <li><input type="checkbox"/> inny .....(proszę wymienić jaki)</li> </ul>	IZ	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
4.1.a	Działania dla MŚP		Potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń przez sieć PI FE, tematycznie dedykowanych dla przedsiębiorców. Fundusz pożyczkowy Jeremie dla przedsiębiorców oraz osób planujących założyć działalność gospodarczą. Działania informacyjno – promocyjne w radiu, telewizji, prasie i internecie w ramach kampanii o szerokim zasięgu.		Proszę nie wypełniać tych pól	Proszę nie wypełniać tych pól
4.1.b	Działania dla MŚP		Beneficjenci	Działania informacyjno – promocyjne w radiu, telewizji, prasie i internecie w ramach kampanii o szerokim zasięgu.		Proszę nie wypełniać tych pól	Proszę nie wypełniać tych pól
4.2	Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu		Należy wybrać minimum 2 grupy docelowe	Szczegóły znajdują się w tabeli 3. (kampania musi wykorzystywać minimum 3 narzędzia) 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)	<p>Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input checked="" type="checkbox"/> nie <input type="checkbox"/></p> <p>Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej:  - czego będą dotyczyć audycje/spoty  - co obejmują (produkcję i/lub emisję)</p>					
			Potencjalni beneficjenci, opinia publiczna	<p>Audycje Prosimy o uwzględnienie działań niebędących częścią działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu<sup>6</sup>. Opis wszystkich działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu należy umieścić w tabeli nr 3.</p> <p>Audycje (cotygodniowy Magazyn) Magazyn „Zmianiamy Wielkopolskę” to sztandarowy program, który od ponad czterech lat gości na antenie kilku stacji telewizyjnych w regionie.</p> <p>Wejścia antenowe „na żywo” Realizacja wejść antenowych „na żywo” z DOFE 2021 i innych wydarzeń organizowanych przez IZ. Będą one transmitowane w formie wejść antenowych „na żywo”. Każde z nich będzie składało się z wypowiedzi oraz felietonów. Produkcja dodatkowych materiałów.</p> <p>Produkcja shortów</p>	IZ	Cały rok	271 785,72 zł

<sup>36</sup> Zgodnie z definicją działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu, zawartą w *Strategii komunikacji polityki spójności*.

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				<p>Krótkie materiały filmowe powstaną na bazie tzw. „surówek”, które zostaną nagrane podczas produkcji pojedynczego odcinka Magazynu „Zmieniamy Wielkopolskę”. Short video będzie trwać ok. 100 sekund, zawierać dynamiczne ujęcia, muzykę, atrakcyjną grafikę i napisy oraz 1-2 krótkie wypowiedzi.</p> <p>Promocja Magazynu na portalach internetowych z geotargetowaniem na woj. wielkopolskie Każdy odcinek Magazynu będzie promowany w formie artykułu natywnego na czołowych portalach internetowych w Wielkopolsce.</p> <p>Lokowanie produktu Emisja lokowań WRPO 2014+ w ramach stałych audycji tj. „Pogoda”. Każde z poszczególnych lokowań zostanie kilkakrotnie wyemitowane na antenie regionalnej stacji telewizyjnej oraz na Facebooku.</p>		Cały rok	36 408 zł
		1, 3, 4	potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, mieszkańcy województwa wielkopolskiego, opinia publiczna	<p>Spoty Produkcja spotów Realizacja spotów tematycznych ukazujących wpływ Funduszy Europejskich na życie mieszkańców Wielkopolski. Produkcja będzie realizowana w stylistyce zgodnej ze sztuką marketingu, reklamy i najnowszymi trendami. Zaplanowana jest emisja spotów w regionalnych telewizjach kablowych, natomiast w krótszej formie będą emitowane w internecie</p> <p>Spoty telewizyjne WUP w Poznaniu Przygotowanie, produkcja i emisja trzech 60-sekundowych spotów reklamowych na antenie programu telewizyjnego rozpowszechnianego przez nadawcę na obszarze co najmniej dziewięciu powiatów lub miast na prawach powiatu województwa wielkopolskiego. Celem spotów telewizyjnych będzie przybliżenie mieszkańcom województwa wielkopolskiego działań realizowanych w regionie dzięki Funduszom Europejskim. Zaprezentują wdrażane przez Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu Priorytety Inwestycyjne Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 oraz ich efekty. Pierwszy spot ukaże wsparcie z PI 8i, tj. Działanie 6.1 oraz 6.2 WRPO 2014+, drugi – wsparcie z PI 9i, tj. Poddziałanie 7.1.2 WRPO 2014+, a trzeci – osiągnięte rezultaty</p>	IZ  WUP w Poznaniu	IV kwartał  II, III, IV kwartał	300 000 zł  60 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				Planowana liczba emisji spotów telewizyjnych: 150 (po 50 emisji każdego z dwóch spotów). Miejsce emisji: program telewizyjny rozpowszechniany przez nadawcę na obszarze co najmniej dziewięciu powiatów lub miast na prawach powiatu województwa wielkopolskiego (ergo stacja telewizyjna o charakterze regionalnym) Szacunkowa liczba odbiorców: 40 000 osób.			
4.4	<b>Radio (audycje sponsorowane, reklamy)</b>	<p>Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input checked="" type="checkbox"/> X</p> <p>Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej:</p> <p>- czego będą dotyczyć audycje/reklamy</p> <p>- co obejmują (produkcję i/lub emisję)</p>		nie	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
				<p>Audycje</p> <p>Produkcja audycji radiowych</p> <p>Przygotowanie i produkcja audycji radiowych (90 sek.) i ich zapowiedzi (15 sek.) na temat Funduszy Europejskich, w szczególności o WRPO.</p>	IZ	Cały rok	64 759,50 zł
				<p>Emisja audycji</p> <p>wraz z zapowiedzią i powtórką oraz zamieszczenie na stronie internetowej radia, w 5 rozgłośniach radiowych na terenie woj. wielkopolskiego, obejmujących subregiony: poznański, pilski, leszczyński, koniński i kalisko-ostrowski.</p>	IZ	Cały rok	114 390,80 zł
		1, 3, 4	potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, uczestnicy projektów, mieszkańcy województwa wielkopolskiego, opinia publiczna	<p>Spoty</p> <p>Spoty radiowe WUP w Poznaniu</p> <p>Przygotowanie, produkcja i emisja dwóch 50-sekundowych spotów reklamowych na antenie programu radiowego rozpowszechnianego przez nadawcę na obszarze co najmniej dziewięciu powiatów lub miast na prawach powiatu województwa wielkopolskiego.</p> <p>Celem spotów radiowych będzie przybliżenie mieszkańcom województwa wielkopolskiego działań realizowanych w regionie dzięki Funduszom Europejskim oraz ich dotychczasowych efektów.</p> <p>Każdy z dwóch spotów radiowych zaprezentuje jeden z wdrażanych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Poznaniu Priorytet Inwestycyjny Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020.</p> <p>Pierwszy spot – wsparcie z PI 8i, tj. Działanie 6.1 oraz 6.2 WRPO 2014+, drugi – wsparcie z PI 9i, tj. Poddziałanie 7.1.2 WRPO 2014+.</p>	WUP w Poznaniu	II, III, IV kwartał	40 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				Planowana liczba emisji spotów radiowych: 80 (po 40 emisji każdego z dwóch spotów). Szacunkowa liczba odbiorców: 40 000 osób.			
4.5	<b>Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)</b>	<p>Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input checked="" type="checkbox"/> nie <input type="checkbox"/></p> <p>Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- czego będą dotyczyć artykuły/reklamy itp</li> <li>- gdzie będą publikowane (prasa o jakim zasięgu)</li> </ul>		<p>Kontynuacja działania z poprzedniego roku wynikająca z analizy operacyjnej podejmowanych działań oraz wyników sprzedaży prasy. IZ zapewnia koordynację i dba o spójność działań prowadzonych w ramach kampanii o szerokim zasięgu. Z tego powodu podejmiemy współpracę z dziennikami o zasięgu na terenie woj. wielkopolskiego. Będziemy również redagować dwie strony w miesięczniku Monitor Wielkopolski. Dodatkowym elementem działań podejmowanych we współpracy z prasą będzie publikacja wszywkę w tygodniku lokalnym i jego dystrybucja na terenie subregionu konińskiego.</p> <p>Publikacja ogłoszeń o prowadzonych naborach wniosków.</p> <p>Publikacja ogłoszeń dedykowanych dla potencjalnych beneficjentów, dotyczących możliwości pozyskania środków finansowych w ramach alokacji Strategii ZIT dla rozwoju AKO prowadzona będzie 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> i na stronach internetowych Członków Stowarzyszenia. Realizacja zadania wynikać będzie z harmonogramu naborów wniosków w trybie konkursowym dla ZIT AKO. Ze względu na wyczerpanie alokacji w ramach Strategii ZIT AKO, nie przewiduje się kosztów na to działanie.</p>	IZ  IZ  ZIT AKO	Cały rok  Cały rok  Cały rok	257 340 zł  25 000 zł  0 zł
4.6	<b>Internet (sponsorowane publikacje, reklamy, media społecznościowe)</b>	<p>Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input checked="" type="checkbox"/> nie <input type="checkbox"/></p> <p>Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- jakie działania będą prowadzone</li> <li>- na jakich stronach internetowych</li> </ul>		<p>Publikacje w Internecie<sup>7</sup></p> <p>Kontynuacja działania z poprzedniego roku wynikająca</p>	IZ	Cały rok	28 000 zł

<sup>7</sup> Włączając działania w mediach społecznościowych, również te realizowane bezkosztowo.

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				<p>z analizy operacyjnej podejmowanych działań. IZ zapewnia koordynację i dba o spójność działań prowadzonych w ramach kampanii o szerokim zasięgu. Dotyczy treści na portalach o zasięgu z geotargetowaniem na woj. wielkopolskie.</p> <p>Emisja spotów tematycznych w internecie Produkcja krótkich materiałów video zawierających napisy, z odpowiednią dynamiką i narracją, z możliwością oglądania bez dźwięku, z przeznaczeniem do emisji w internecie.</p> <p>Produkcja i emisja filmików z beneficjentami Na kanale YT WRPO Wielkopolska zostanie opublikowanych kilkanaście filmków ukazujących efekty realizacji projektów unijnych: od infrastruktury, przez rekreację, po włączenie społeczne. Filmiki będą również promowały DOFE.</p> <p>Media społecznościowe Kontynuacja działania. IZ zapewnia koordynację i dba o spójność działań prowadzonych w ramach kampanii o szerokim zasięgu. Bieżącą obsługę oficjalnych kont na Facebook;u, Twitterze i Youtub'e zapewniają pracownicy IZ WRPO 2014+</p>		Cały rok	50 000 zł
						Cały rok	0 zł
						Cały rok	0 zł
		1, 3, 4	potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, uczestnicy projektów, mieszkańcy województwa wielkopolskiego, opinia publiczna	<p>Reklamy</p> <p>Reklama w Internecie – kampania informacyjno-promocyjna w województwie wielkopolskim 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+; – zachęcanie do udziału w realizowanych w regionie projektach WRPO 2014+; – prezentowanie dotychczasowych efektów zrealizowanych projektów. Kampania przybierze postać kampanii odsłonowej na stronach lokalnych lub regionalnych portali/serwisów najczęściej odwiedzanych przez mieszkańców województwa</p>	WUP w Poznaniu	II i IV kwartał	50 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				wielkopolskiego. W kampanii zostanie wykorzystane targetowanie geograficzne (region – województwo wielkopolskie).			
4.7	inne			Jw.			zł
<b>5. Imprezy otwarte i inne</b>							
5.1	Eventy, pikniki, festyny			-	-	-	-
5.2	Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy itp.		Ogół społeczeństwa	Konferencje prasowe na bieżące istotne tematy. Liczba konferencji prasowych związanych z podpisywaniem umów z beneficjentami / postępowaniem we wdrażaniu projektów /stopniem realizacji projektów itp.- 12.	IZ	Cały rok	0 zł
5.3	Organizacja akcji Dni Otwartych Funduszy Europejskich	3,4	Ogół społeczeństwa	Działanie obejmuje aktywne włączenie się w organizację DOFE poprzez pokazanie projektów unijnych realizowanych/ zrealizowanych dzięki FE. Zrealizowane zostaną: Miasteczka Europejskie w 5 miastach Wielkopolski: Kaliszu, Koninie, Lesznie, Pile i w Poznaniu – pikniki i festyny współorganizowane z siecią PIFE i MPK Poznań (w zależności od sytuacji epidemiologicznej).	IZ	II kwartał	0 zł
5.4							
<b>6. Konkursy</b>							
6.1	Konkursy promocyjne	3 ,4	Ogół społeczeństwa	Konkurs zorganizowany zostanie w ramach podsumowania perspektywy 2014-2020. IZ wybierze najciekawsze, największe, najbardziej znaczące dla mieszkańców projekty w różnych kategoriach. Projekty będą mogli zgłaszać zainteresowani mieszkańcy. Na dedykowanej stronie internetowej będzie można również głosować na wybrane inwestycje. Nagrody otrzymają beneficjenci za najciekawsze projekty, głosujący oraz te osoby, które zgłosiły projekt. Dzięki stronie internetowej w jednym miejscu zostaną zgromadzone dobre praktyki z perspektywy 2014-2020. W ten sposób powstanie Wirtualna Biblioteka Projektów. To również forma nagrody dla beneficjentów (promocja w internecie). Zakłada się także stworzenie interaktywnej mapy oraz filmików z beneficjentami, którzy przedstawiają swój projekt, oprowadzają nas po nim itp.	IZ	II, III kwartał	82 000 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				Całość inicjatywy ma na celu przedstawienie inwestycji zrealizowanych z WRPO 2014+, zobrazowanie zmian i pokazanie wpływu Funduszy Europejskich na rozwój Wielkopolski.			
6.2	Inne						
<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	<p>Publikacje obejmują tematykę dotyczącą WRPO 2014+, a także szeroko rozumianą tematykę unijną. Magazyn „Nasz Region” jest kompleksowym i miarodajnym źródłem informacji na temat środków 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-magazynu), nakład papierowy: 2800 szt. Promocja wydawnictwa prowadzona będzie na lokalnych portalach, w formie publikacji banerów.</p> <p>Publikacja -elektronicznej Broszury Informacyjnej Stowarzyszenia AKO promującej i informującej o działaniach prowadzonych przez Stowarzyszenie w ramach wdrażania Strategii ZIT dla rozwoju AKO, w tym również wdrażania WRPO 2014+, realizowanych projektach przez Beneficjentów i ich efektach oraz o wydarzeniach odbywających się na obszarze Aglomeracji Kalisko-Ostrowskiej.</p>	IZ  ZIT AKO	Cały rok  I – IV kwartał	142 000 zł  0 zł
7.2	<b>Zdjęcia i materiały video</b>		Beneficjenci i potencjalni	Działanie polega na bieżącym gromadzeniu zdjęć, plików video i innych materiałów multimedialnych dokumentujących projekty i wydarzenia, wraz z prawami autorskimi i zależnymi, również na potrzeby działań horyzontalnych prowadzonych m.in. przez IK UP oraz KE.	IZ	Cały rok	0 zł
7.3	<b>Materiały promocyjne typu gadżety</b>	2, 3, 4	Beneficjenci i potencjalni	Druk notesów, teczek, kalendarzy itp. Materiały będą dystrybuowane podczas spotkań, konferencji, szkoleń etc.	IZ	Cały rok	58 000 zł
7.4	<b>Materiały brandingowe i wystawiennicze, np. rollupy,</b>			-	-	-	zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
	<b>ścianki</b>						
7.5	Inne	1, 3	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, media	Współpraca z grafikami polegająca na przygotowaniu nowych projektów graficznych i linii kreatywnej pod nową perspektywę finansową.  ZIT Poznań: Informacje prasowe po konkretnych wydarzeniach np. po podpisaniu umów o dofinansowanie w ramach ZIT.	IZ  ZIT Poznań	Cały rok  Cały rok	20 000 zł  0 zł
<b>ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU</b>							<b>1 674 608,91 PLN</b>

## 5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji

**UWAGA: WSKAŹNIKI ZAMIESZCZONE W TABELI 2 POWINNY BYĆ TOŻSAME ZE WSKAŹNIKAMI ZAMIESZCZONYMI W STRATEGII KOMUNIKACJI PO/ RPO**

**Tabela 2. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji KPO / RPO w roku 2021**

*(Tabela zawiera wypełnione wiersze, w ślad za Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020. Podobnie powinna zostać wypełniona tabela dla Strategii komunikacji danego programu. W kolejnych latach należy uzupełniać wartości osiągnięte na koniec poprzedniego roku (kumulatywnie), jeśli są dostępne dane, oraz wartość docelową tylko na kolejny rok.)*

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	Liczba odwiedzin portalu informacyjnego/ serwisu internetowego WRPO	0	331 891	948 439	1 439 325	1 832 689	2 188 900	2 741 680	3 500 000		5 000 000
	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania w woj. wielkopolskim	0	1	2	3	4	5	6	6		3
	Znajomość w woj. wielkopolskim	29%	-	39%	-	40%					41%



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
wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach WRPO	grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich *										
	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w woj. wielkopolskim w ramach WRPO	0	1 019	2 589	3635	4083	4589	4698	5260		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	105 104	127 361	163 744	175 000		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	67	72	128	217	175		1 247
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w woj. wielkopolskim	0	0	1 228	2206	3065	3676	3777	4500		7 000
Cel 3 Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa wielkopolskiego informacje na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego w woj. wielkopolskim	0	1	1	1	2	3	4	5		7
	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	60%	-	53%	-	60%					

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
	woj. wielkopolskiego *										
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 Funduszy i Polityki Regionalnej

## 6. 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.**

*(Jeśli działań tego typu jest wiele, to każde z nich należy opisać w osobnej tabeli. W takim wypadku należy skopiować tabelę i nadać jej kolejny numer porządkowy.)*

**Tabela 3. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu**

<b>1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania</b>	IZ WRPO 2014+
<b>2. Nazwa działania</b>	Kampania ukazująca efekty WRPO 2014+ (w tym działania wspierające walkę z pandemią COVID-19)
<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+ (działania pronaborowe). Informowanie opinii publicznej o wsparciu unijnym na walkę z COVID-19.
<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+ oraz informowanie opinii publicznej o wsparciu unijnym na walkę z COVID-19. Działania prowadzone w poszczególnych mediach będą:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Spójne (hasło „Zmieniamy Wielkopolskę”)</li> <li>2. Cykliczne (cotygodniowe audycje w mediach)</li> <li>3. Zintegrowane (wykorzystujące kanały komunikacji: media, radio, prasa, internet),</li> <li>4. Ukierunkowane na informację</li> <li>5. Efekt synergii (2+2 = 5)</li> <li>6. Wzajemne uzupełnianie się treści</li> <li>7. Mierzalne</li> <li>8. Efektywne kosztowo</li> </ol> <p>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 cyklicznego Magazynu „Zmieniamy Wielkopolskę” mającego na celu przedstawienie efektów wdrażania WRPO 2014+. Konstrukcja Magazynu jest następująca: punktem wyjścia są Fundusze Europejskie (a konkretnie Wielkopolski Regionalny Program Operacyjny na lata 2014-2020), które stwarzają możliwość oraz pobudzają współpracę, od której zaczyna się proces zmian. Nie ma rozwoju i zmian społecznych bez liderów, a więc wszystkich osób (np. autorów projektów, koordynatorów, uczestników, ekspertów) i instytucji, którzy realizują swoje pomysły dzięki pieniądзом z Funduszy Europejskich. Tacy liderzy są promotorami zmian i zapewniają szeroką akceptację mieszkańców do działań realizowanych w danych społecznościach. Magazyny mają ukazywać efekty realizacji projektów, korzyści dla mieszkańców (wzrost możliwości i poprawę jakości życia mieszkańców Wielkopolski). Magazyn ma przedstawiać beneficjentów WRPO 2014+ z różnych części Wielkopolski. Ponadto, powinien zawierać informacje o konkursach ogłaszanych w ramach WRPO 2014+. Magazyn jest kontynuacją działań z poprzedniego roku z nastawieniem na zwiększenie widoczności efektów wdrażania</p>

	<p>WRPO 2014+.</p> <p>Emisja Magazynu w tv będzie wspierana dodatkowymi działaniami: produkcją i emisją shortów oraz wejść antenowych, a także promocją w internecie. Elementem uzupełniającym i jednocześnie trafiającym do innych grup odbiorców będzie lokowanie produktu WRPO 2014+ w prognozie pogody. Programy nagrywane są u beneficjentów, w miejscu realizacji projektu.</p> <p>Powyższe aktywności w mediach kontynuacja działań z ostatniego roku.</p> <p><b>Audycje radiowe</b> Produkcja i emisja cyklu audycji radiowych w regionalnych stacjach, w których prezentowani będą beneficjenci i zrealizowane przez nich projekty, informacje o trwających naborach, efekty polityki spójności i zmiany, jakie zaszły w najbliższym otoczeniu przy współudziale Funduszy Europejskich.</p> <p><b>Prasa</b> Współpraca przy tworzeniu materiałów publicystycznych oraz ogłoszeń prasowych (reklam) w prasie regionalnej oraz kilkunastu lokalnych tygodnikach ukazujących się na terenie Wielkopolski (np. w formie wszywki). Wspomniane artykuły są również publikowane na największych portalach regionalnych w Wielkopolsce, co znacznie powiększa grono odbiorców tekstów unijnych o internautów. Działanie cykliczne, spójne z pozostałymi działaniami w mediach i internecie. Publikacja artykułów stwarza możliwość prezentacji najciekawszych projektów oraz beneficjentów WRPO 2014+. 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>Promocja magazynu i e-magazynu „Nasz Region” będzie prowadzona na 10 portalach lokalnych, w formie emisji banerów promujących poszczególne numery „Naszego Regionu”. Koszt ujęty jest w ogólnej kwocie, o której mowa w pkt. 7.1.</p> <p><b>Media społecznościowe</b> Działanie obejmuje również promocję w mediach społecznościowych (Facebook, Youtube i Twitter). Działanie cykliczne, promujące beneficjentów i zrealizowane przez nich projekty oraz spójne z pozostałymi działaniami w mediach i Internecie. Kontynuacja działań z poprzedniego roku z nastawieniem na zwiększenie widoczności efektów wdrażania WRPO 2014+. a także informacja na temat dostępnych produktów dla przedsiębiorców na wsparcie w związku z pandemią oraz informowanie opinii publicznej o wsparciu unijnym na walkę z COVID-19.</p> <p><b>Dni Otwarte Funduszy Europejskich</b> Działanie obejmuje włączenie się online w organizację beneficjentów poprzez pokazywanie projektów unijnych realizowanych/zrealizowanych dzięki FE. Do współpracy zostaną zaproszeni przedsiębiorcy, instytucje kultury, nauki, szpitale itd. Promocja i informacje o DOFE będą regularnie rozpowszechniane we wszystkich mediach.</p>																			
<b>b)</b> Grupa docelowa	Kampania jest adresowana do ogółu społeczeństwa Wielkopolski, a także do potencjalnych beneficjentów.																			
<b>c)</b> Zasięg terytorialny działania	Cała Wielkopolska																			
<b>d)</b> Narzędzia oraz szczegółowy budżet	<table border="1"> <tr> <td><b>Audycje telewizyjne (dostępność i lokowania)</b></td> <td>308 193,72</td> </tr> <tr> <td><b>Audycje radiowe</b></td> <td>179 150,30</td> </tr> <tr> <td><b>Spoty telewizyjne</b></td> <td>300 000</td> </tr> <tr> <td>Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe</td> <td>282 340</td> </tr> <tr> <td><b>Publikacje w internecie</b></td> <td>113 174,89</td> </tr> <tr> <td><b>Publikacje (drukowane i elektroniczne) Nasz Region</b></td> <td>142 000</td> </tr> <tr> <td><b>Reklamy w internecie</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>Ambient, OHH, inne</b></td> <td></td> </tr> <tr> <td><b>BUDŻET ŁĄCZNIE</b></td> <td>1 324 858,91 zł</td> </tr> </table>		<b>Audycje telewizyjne (dostępność i lokowania)</b>	308 193,72	<b>Audycje radiowe</b>	179 150,30	<b>Spoty telewizyjne</b>	300 000	Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe	282 340	<b>Publikacje w internecie</b>	113 174,89	<b>Publikacje (drukowane i elektroniczne) Nasz Region</b>	142 000	<b>Reklamy w internecie</b>		<b>Ambient, OHH, inne</b>		<b>BUDŻET ŁĄCZNIE</b>	1 324 858,91 zł
<b>Audycje telewizyjne (dostępność i lokowania)</b>	308 193,72																			
<b>Audycje radiowe</b>	179 150,30																			
<b>Spoty telewizyjne</b>	300 000																			
Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe	282 340																			
<b>Publikacje w internecie</b>	113 174,89																			
<b>Publikacje (drukowane i elektroniczne) Nasz Region</b>	142 000																			
<b>Reklamy w internecie</b>																				
<b>Ambient, OHH, inne</b>																				
<b>BUDŻET ŁĄCZNIE</b>	1 324 858,91 zł																			
<b>e)</b> Termin realizacji	I, II, III, IV kwartał																			
<b>f)</b> Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	<p><b>Telewizja kablowa:</b></p> <p>Magazyn „Zmieniamy Wielkopolskę” będzie emitowany w telewizjach kablowych dostępnych we wszystkich powiatach i miastach na prawach powiatu w Wielkopolsce.</p>																			

	Magazyn „Zmieniamy Wielkopolskę” oraz shorty będą emitowane w internecie w ramach płatnej promocji na dużych portalach z geotargetowaniem na woj. wielkopolskie												
<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> <tr> <td>1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu</td> <td><u>TAK/NIE</u></td> </tr> <tr> <td>2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji</td> <td><u>TAK/NIE</u></td> </tr> <tr> <td>3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej</td> <td><u>TAK/NIE</u></td> </tr> <tr> <td>4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej</td> <td><u>TAK/NIE</u></td> </tr> <tr> <td>5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego</td> <td><u>TAK/NIE</u></td> </tr> <tr> <td>6. Zasada uzupełniania się komunikatów</td> <td><u>TAK/NIE</u></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	<u>TAK/NIE</u>	2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji	<u>TAK/NIE</u>	3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej	<u>TAK/NIE</u>	4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej	<u>TAK/NIE</u>	5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego	<u>TAK/NIE</u>	6. Zasada uzupełniania się komunikatów	<u>TAK/NIE</u>
1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu	<u>TAK/NIE</u>												
2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji	<u>TAK/NIE</u>												
3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej	<u>TAK/NIE</u>												
4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej	<u>TAK/NIE</u>												
5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego	<u>TAK/NIE</u>												
6. Zasada uzupełniania się komunikatów	<u>TAK/NIE</u>												
<b>7. Osoba do kontaktu</b>	<p>Imię i nazwisko: Anna Słotwińska – Wydział Informacji, Promocji i Szkoleń          Numer telefonu: 61 62 66 330, adres mailowy: anna.slotwinska@umww.pl</p>												