

**Uchwała nr 4329/2021**

**Zarządu Województwa Wielkopolskiego**

**z dnia 25 listopada 2021 r.**

**w sprawie: zatwierdzenia Roczno planu działań informacyjnych i promocyjnych na 2022 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 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 2020 r., poz. 818 ze zm.), art. 115 ust. 1 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 1303/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. ustanawiającego wspólne przepisy dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności, Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności i Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz uchylającego rozporządzenie Rady (WE) 1083/2006; (Dz.U.UE.L.2013.347.320 ze zm.) Zarząd Województwa Wielkopolskiego uchwala, co następuje:

**§ 1**

Zatwierdza się Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych na 2022 r. 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.

*Marszałek Województwa*

*Marek Woźniak*

**Uzasadnienie do Uchwały nr 4329/2021**

**Zarządu Województwa Wielkopolskiego**

**z dnia 25 listopada 2021 r.**

**w sprawie: zatwierdzenia Rocznej planu działań informacyjnych i promocyjnych  
na 2022 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 2022 zawarte w RPD to: kampania ukazująca efekty WRPO 2014+ mająca na celu zwiększenie widoczności efektów polityki spójności oraz prezentowanie informacji na temat nowej perspektywy finansowej i Programu Fundusze Europejskie dla Wielkopolski na lata 2021-2027, tj. w szczególności: regularna współpraca z mediami, wykorzystywanie mediów społecznościowych i internetu, organizacja cyklicznego wydarzenia „ZaBIEGaj o FUNdusze”, akcji informacyjno-promocyjnej Dni Otwarte Funduszy Europejskich, współpraca z beneficjentami w zakresie prezentowania efektów zrealizowanych projektów, działania pronaborowe w zależności od dostępności środków w kończącej się perspektywie w ramach WRPO 2014+ oraz inne działania informacyjno-promocyjne.

Kampania będzie prowadzona zarówno w mediach tradycyjnych jak i w internecie oraz mediach społecznościowych. W zależności od sytuacji epidemicznej, w poszczególne działania będą włączane komunikaty dotyczące pomocy i przedsięwzięć z Funduszy Europejskich, które służą walce z pandemią COVID-19 z uwzględnieniem REACT-EU.

Dokument został zaakceptowany przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej w dniu 15 listopada 2021 r.

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

*Marszałek Województwa*

*Marek Woźniak*

**Roczny plan działań  
informacyjnych i promocyjnych  
na 2022 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 2022.....	5
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2022 .....	7
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 2022 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 2022 r. zadaniem IP WRPO 2014+ jest głównie wsparcie beneficjentów w realizacji projektów, dalej informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach finansowania w ramach WRPO 2014+ oraz Programu Fundusze Europejskie dla Wielkopolski na lata 2021-2027, 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 2022 rok powstał zgodnie z zapisami poniższych dokumentów:

- Wytoczne 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 zachodzą w Polsce w latach 2014-2020 oraz 2021-2027.

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. eksponowanie i promowanie zmian w najbliższym otoczeniu generowanych przez projekty współfinansowane przez politykę spójności;
2. podniesienie poziomu świadomości społeczeństwa na temat:

- różnorodności obszarów wspieranych z FE,
  - widoczności efektów wdrażania FE w najbliższym otoczeniu,
  - wpływu FE na rozwój województwa.
3. aktywizacja potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o wsparcie z pozostałej alokacji programu;
  4. wsparcie beneficjentów w prowadzeniu, rozliczaniu i zamykaniu projektów;
  5. dotarcie do opinii publicznej w regionie i uczestników projektów z informacją o wsparciu z funduszy UE na walkę i przeciwdziałanie skutkom pandemii COVID-19, w tym m.in. o podpisanych umowach, zakupie środków trwałych, itd.;
  6. informowanie potencjalnych beneficjentów, beneficjentów, potencjalnych uczestników projektów o szczególnych rozwiązaniach/uproszczeniach wprowadzonych w związku z występującymi sytuacjami kryzysowymi (np. sytuacją pandemii);
  7. informowanie o przygotowaniach do perspektywy 2021-2027 i jej otwarciu, a także zapoznanie poszczególnych grup docelowych z założeniami programu na lata 2021-2027;
  8. aktywizacja potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o wsparcie z nowej alokacji Programu.

### 2.3. Wyniki badań i analiz

Do opracowania RPD na 2022 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, dane z prasówek (Inforia);
- 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 2020 (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 na finałowym etapie wdrażania WRPO 2014+, biorąc pod uwagę dostępne środki w alokacji WRPO 2014+. Działania informacyjne będą również dotyczyć perspektywy finansowej 2021-2027 (w tym: stanu prac nad Programem Fundusze Europejskie dla Wielkopolski na lata 2021-2027, głównymi założeniami, treścią Programu, otwarciem perspektywy, aktywizacji potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o wsparcie).

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 zainteresowanie tymi kanałami wśród potencjalnych beneficjentów i wnioskodawców.

### 3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2022

Poniższe działania informacyjne i promocyjne WRPO w 2022 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+, na Portalu Funduszy Europejskich, Mapie Dotacji UE, portalach społecznościowych: Facebook, Twitter i Youtube, w tym: umieszczenie przykładów projektów zrealizowanych bądź w trakcie realizacji, także w języku angielskim, aktualizacja harmonogramów i ogłoszeń o konkursach, prezentowanie informacji na temat perspektywy finansowej i Programu Fundusze Europejskie dla Wielkopolski na lata 2021-2027,
- h) współpraca z partnerami – właściwe władze miejskie i inne instytucje publiczne, partnerzy gospodarczy i społeczni oraz właściwe podmioty reprezentujące społeczeństwo obywatelskie (w tym partnerzy działający 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, w tym dot. wsparcia w zakresie REACT-EU,
- 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, w tym REACT-EU,
- m) informowanie zainteresowanych grup odbiorców o zmianach, jakie mają miejsce w wyniku działań na rzecz walki ze skutkami pandemii.

W 2022 r. IZ WRPO 2014+ skupi się na działaniach, 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 2022 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, w zależności od stopnia wykorzystania alokacji w Programie, w tym działania związane z REACT-EU. Informacje publikowane będą w internecie, 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 „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 2022

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 2022 roku służyć będą przede wszystkim zwiększeniu widoczności efektów polityki spójności i korzyści dla mieszkańców Wielkopolskich płynących z realizacji projektów z Funduszy Europejskich. Do działań będą włączane komunikaty dotyczące pomocy i przedsięwzięć z Funduszy Europejskich, które służą w walce z pandemią COVID-19, z uwzględnieniem REACT-EU. Ważne jest również wsparcie beneficjentów w realizacji projektów, a także pomoc uczestnikom projektów w korzystaniu ze wsparcia - również w związku z epidemią. Komunikacja w tym zakresie prowadzona będzie do konkretnych grup docelowych – beneficjentów realizujących projekty. Ponadto duży nacisk w 2022 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. Działania podejmowane w 2022 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 2022 r. to eksponowanie i promowanie zmian w najbliższym otoczeniu generowanych przez projekty współfinansowane przez politykę spójności, podniesienie poziomu świadomości społeczeństwa na temat: różnorodności obszarów wspieranych z FE, widoczności efektów wdrażania FE w najbliższym otoczeniu oraz ich wpływu na rozwój Wielkopolski, wsparcie beneficjentów w realizacji projektów w celu uzyskania jak najwyższego poziomu wykorzystania dostępnej na 2022 r. alokacji WRPO 2014+, informowanie opinii publicznej i potencjalnych beneficjentów o wsparciu z FE na walkę i przeciwdziałanie skutkom pandemii COVID-19, a także informowanie o przygotowaniach do perspektywy 2021-2027 i jej otwarciu, zapoznanie poszczególnych grup docelowych z założeniami Programu Fundusze Europejskie dla Wielkopolski na lata 2021-2027 oraz aktywizacja potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o wsparcie z Programu.

Informacja skierowana do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów oraz opinii publicznej 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 skoordynowane przez IK UP, takie jak np. Dni Otwarte Funduszy Europejskich. W ramach tej akcji prowadzona jest głównie komunikacja z opinią publiczną, czyli mieszkańcami Wielkopolski. Ponadto, instytucja odpowiedzialna za promocję i informację w ramach WRPO 2014+ pozostaje w stałym i ścisłym kontakcie z mediami poprzez udostępnianie interesujących dla mediów treści prezentujących widoczne efekty projektów dofinansowanych z WRPO 2014+.

**Tabela 1. Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach Wielkopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego na lata 2014-2020 w roku 2022**

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	0,00 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	2 000,00 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	0,00 zł  0,00 zł  0,00 zł  0,00 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	I,II kwartał	0,00 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). Kontynuacja z 2021 r.			
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 przez cały rok.	IZ	Cały rok	0,00 zł
<b>2. Działania informacyjne</b>							
2.1	<b>System informacji - sieć PIFE</b>	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 2022 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	<b>Informowanie o wydarzeniach, eventach, podpisywaniu umów</b>	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	0,00 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	0,00 zł
2.3	<b>Portale i serwisy internetowe</b>	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 COVID-19 <a href="https://wsparcie.wielkopolskie.pl/">https://wsparcie.wielkopolskie.pl/</a>	IZ	Cały rok	2 226,30 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
				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>			
				Budowa i utrzymanie strony internetowej dot. nowego Programu Fundusze Europejskie dla Wielkopolski na lata 2021-2027	IZ	III – IV kwartał	125 000,00 zł
				Prowadzenie i bieżąca aktualizacja strony internetowej dedykowanej konkursowi fotograficznemu pn. #FunduszeUE bliżej siebie! <a href="http://www.funduszeublizejciebie.wielkopolskie.pl">www.funduszeublizejciebie.wielkopolskie.pl</a>	IZ	Cały rok	18 000,00 zł
				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. 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> .	WUP w Poznaniu	Cały rok	0,00 zł
				<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> )	ZIT Poznań	Cały rok	0,00 zł
				<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> )			
				<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> )			
				Działania realizowane za pomocą serwisu informacyjnego - strony internetowej SAKO obejmują przede wszystkim:	ZIT AKO	Cały rok	0,00 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				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). Prowadzenie kont na tzw. mediach społecznościowych – facebook i instagram SAKO. Hosting i domena zostaną zakupione na okres 2 lat. Czynności w ramach tego zadania wykonywane będą przez pracowników Biura Stowarzyszenia, tj. Specjalistę ds. obsługi informatycznej, Specjalistę ds. wyboru projektów, monitoringu, sprawozdawczości i kontroli – Z_ZIT-2, pracownika obsługującego stanowisko ZIT ds. organizacji i komunikacji – SZIT_OK. Koszt 550 zł ze środków własnych ZIT AKO.			
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 serwisie Bazie Wiedzy.	IZ	Cały rok	0,00 zł
				Uzupełnianie i aktualizowanie informacji w serwisie Baza Wiedzy.	WUP w Poznaniu	Cały rok	0,00 zł
				Uzupełnianie i aktualizowanie informacji w serwisie Baza Wiedzy.	ZIT Poznań	Cały rok	0,00 zł
2.5	Mapa dotacji <sup>2</sup>	1, 2, 3, 4	ogół społeczeństwa, beneficjenci, potencjalni beneficjenci	Stale aktualizowanie bazy projektów na <a href="http://www.mapadotacji.gov.pl">www.mapadotacji.gov.pl</a> . IZ zamieści i uprości opisy - minimum 40 projektów wraz z fotografiami na Mapie Dotacji w ujęciu rocznym.	IZ	Cały rok	0,00 zł
				Stale aktualizowanie bazy projektów na <a href="http://www.mapadotacji.gov.pl">www.mapadotacji.gov.pl</a> . IP zamieści i uprości - minimum 30 projektów wraz z fotografiami na Mapie Dotacji w ujęciu rocznym.	WUP w Poznaniu	Cały rok	0,00 zł
2.6	Wyszukiwarka Dotacji <sup>3</sup>	1, 2, 3, 4	ogół społeczeństwa, benefi-	Stale aktualizowanie treści na <a href="http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka">www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka</a>	IZ	Cały rok	0,00 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
			cyjenci, potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy, uczestnicy projektów	Stale 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+).	WUP w Poznaniu	Cały rok	0,00 zł
			uczestnicy projektów	<b>ZIT Poznań:</b> Stale aktualizowanie treści.	ZIT Poznań	Cały rok	0,00 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: <a href="mailto:infoefs@wup.poznan.pl">infoefs@wup.poznan.pl</a> Działanie obejmuje udzielanie informacji oraz bezpłatnych porad osobiście, listownie oraz za pośrednictwem: e-maila, telefonu (infolinia).	WUP w Poznaniu	Cały rok	30 000,00 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: Przewidywana liczba szkoleń: łącznie – 2 szt. (DWP) Szacunkowa łączna liczba uczestników: 60 Szkolenia będą dostępne na stronie: <a href="http://www.wrpo.wielkopolskie.pl">www.wrpo.wielkopolskie.pl</a>  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	Cały rok	2 000,00 zł
					ZIT AKO	Cały rok	0,00 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
3.2	<b>Szkolenia dla beneficjentów</b> - Szkolenia online (e-learning, webinaria itp.)	2	beneficjenci	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla beneficjentów na temat: 1. Prawidłowego udzielania zamówień 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: 2 (DEFS) Szacunkowa łączna liczba uczestników: 60 Szkolenia będą dostępne na platformie ZOOM.	IZ	Cały rok	0,00 zł
3.3	<b>Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów<sup>5</sup></b> - Szkolenia stacjonarne	1	Potencjalni beneficjenci	Działanie dotyczy podniesienia poziomu wiedzy potencjalnych beneficjentów (przygotowania ich do prawidłowego aplikowania o środki, np. prawidłowe przygotowanie wniosków aplikacyjnych). Materiały szkoleniowe, które otrzymują uczestnicy szkoleń, zostaną przygotowane w formie umożliwiającej odczytanie dokumentów przez czytniki dla osób z dysfunkcją wzroku (PDF, Word). Planowana liczba szkoleń: 2 (DWP). Szacunkowa łączna liczba uczestników: 150	IZ	Cały rok	3 000,00 zł
				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+.	ZIT AKO	Cały rok	0,00 zł
3.4	<b>Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów</b> - Szkolenia online (elearning, webinaria itp.)	1	Potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla potencjalnych beneficjentów na temat prawidłowego przygotowania wniosków aplikacyjnych. Podczas szkolenia nastąpi omówienie dokumentacji konkursowej, zasad wypełniania wniosku 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	IZ	Cały rok	0,00 zł

<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
				dokumentów przez czytniki dla osób z dysfunkcją wzroku (PDF, Word). Planowana liczba szkoleń: 4 (DWP-2, DEFS-2). Szacunkowa łączna liczba uczestników: 120			
3.5	Inne (np. spotkania informacyjne, szkolenia dla pracowników systemu wdrażania)			<b>ZIT Poznań:</b> Konferencja merytoryczna dotycząca wdrażania Strategii ZIT w Miejskim Obszarze Funkcjonalnym Poznania.	ZIT Poznań	IV kwartał	0,00 zł
				<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	Cały rok	0,00 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 emailm</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> </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
				<input type="checkbox"/> inny .....(proszę wymienić jaki)			
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	<b>Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu</b>		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	1 065 195,52
4.3	<b>Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)</b>	<p>Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt 6.: 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>			X	nie	<input type="checkbox"/>
			Potencjalni beneficjenci, opinia publiczna	<p>Audycje  <i>Prosimy o uwzględnienie działań niebędących częścią działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu<sup>36</sup>. Opis wszystkich działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu należy umieścić w tabeli nr 3.</i></p> <p>Audycje (cotygodniowy Magazyn)  Magazyn „Zmianiamy Wielkopolskę” to sztandarowy program, który od ponad czterech lat gości na antenie trzech stacji telewizyjnych w regionie. Magazyn jest również dostępny w internecie.</p> <p>Wejścia antenowe „na żywo”  Realizacja wejść antenowych „na żywo” z DOFE i innych wydarzeń organizowanych przez IZ. Będą one transmitowane w formie wejść antenowych „na żywo”. Każde z nich będzie</p>	IZ	Cały rok	197 383,02 zł + 38 745,00 zł (emisja w TV Asta)

<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>składało się z wypowiedzi oraz felietonów. Produkcja dodatkowych materiałów. Emisja materiałów również w internecie.</p> <p>Produkcja shortów 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 będzie dynamiczne ujęcia, muzykę, atrakcyjną grafikę i napisy oraz 1-2 krótkie wypowiedzi. Emisja w internecie.</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> <p>Emisja dwóch spotów w telewizjach regionalnych Emisja dwóch spotów promujących efekty unijne WRPO 2014+ w telewizjach o zasięgu na woj. wielkopolskie oraz na ekranach ledowych w pociągach.</p> <p>W działaniach promocyjnych prowadzonych w telewizji uwzględniane będzie informowanie o przygotowaniach do perspektywy 2021-2027, zapoznanie poszczególnych grup docelowych z założeniami Programu Fundusze Europejskie dla Wielkopolski na lata 2021-2027 oraz aktywizacja potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o wsparcie z Programu.</p>		<p>II-IV kwartał</p> <p>II, III, IV kwartał</p>	<p>50 000,00 zł</p> <p>60 000,00 zł</p>

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET	
4.4	<b>Radio (audycje sponsorowane, reklamy)</b>	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input checked="" type="checkbox"/> X nie <input type="checkbox"/>						
		Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej: - czego będą dotyczyć audycje/reklamy - co obejmują (produkcję i/lub emisję)						
				Audycje Produkcja audycji radiowych Przygotowanie i produkcja audycji radiowych (90 sek.) i ich zapowiedzi (15 sek.) na temat Funduszy Europejskich, w szczególności o WRPO.	IZ	Cały rok	64 759,50 zł	
				Emisja audycji wraz z zapowiedzią i powtórką oraz zamieszczenie na stronie internetowej www.wrpo.wielkopolskie.pl, w 5 rozgłośniach radiowych na terenie woj. wielkopolskiego, obejmujących subregiony: poznański, piłski, leszczyński, koniński i kalisko-ostrowski.  W działaniach promocyjnych prowadzonych w radiu uwzględniane będzie informowanie o przygotowaniach do perspektywy 2021-2027 oraz aktywizacja potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o wsparcie z Programu.	IZ	Cały rok	101 752,00 zł	
	1, 3, 4		Spoty					
4.5	<b>Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)</b>	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input checked="" type="checkbox"/> X nie <input type="checkbox"/>						
		Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej: - czego będą dotyczyć artykuły/reklamy itp - gdzie będą publikowane (prasa o jakim zasięgu)						
				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 wszywki w tygodniku opiniotwórczym i jego dystrybucja na teren woj. wielkopolskiego. Wszystkie artykuły będą dostępne bezpłatnie w internecie na portalach o zasięgu na woj. wielkopolskie.	IZ	Cały rok	225 000,00 zł	

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				<p>W artykułach prasowych znajdują się również informacje o przygotowaniach do perspektywy 2021-2027.</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/Strategii ponadlokalnej prowadzona będzie 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.</p> <p>Realizacja zadania wynikać będzie z harmonogramu naborów wniosków w trybie konkursowym dla ZIT AKO.</p>	IZ ZIT AKO	Cały rok	10 000,00 zł
						Cały rok	0,00 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:  - jakie działania będą prowadzone  - na jakich stronach internetowych</p>					
		1, 3, 4	potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, mieszkańcy województwa wielkopolskiego, opinia publiczna	<p>Publikacje w Internecie<sup>7</sup></p> <p>Emisja dwóch spotów w internecie</p> <p>Emisja dwóch spotów promujących efekty unijne WRPO 2014+ internecie – płatna promocja m.in. w mediach społecznościowych.</p> <p>Produkcja i emisja filmików z beneficjentami</p> <p>Na kanale YT WRPO Wielkopolska zostanie opublikowanych kilkanaście filmików ukazujących efekty realizacji projektów unijnych: od infrastruktury, przez rekreację, po włączenie społeczne. Filmiki będą również promowały DOFE.</p> <p>Produkcja i emisja debaty/wydarzenia</p> <p>Organizacja wydarzenia związanego z promocją programu Fundusze Europejskie dla Wielkopolski w studio telewizyjnym z udziałem publiczności oraz jego emisja w internecie na kanale YT WRPO Wielkopolskie.</p> <p>Media społecznościowe</p>	IZ	Cały rok	50 000,00 zł
						Cały rok	0,00 zł
						II lub IV kwartał	40 000,00 zł
						Cały rok	0,00 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
				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+.			
		1, 3, 4	potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, uczestnicy projektów, mieszkańcy województwa wielkopolskiego, opinia publiczna	<p>Reklama video w serwisie internetowym YouTube – kampania informacyjno-promocyjna w województwie wielkopolskim. Reklama będzie dotyczyć 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.</p> <p>Celem działania będzie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– wskazanie form pomocy dostępnych w realizowanych w regionie projektach WRPO 2014+;</li> <li>– zachęcanie do udziału w realizowanych w regionie projektach WRPO 2014+;</li> <li>– zaprezentowanie dotychczasowych efektów zrealizowanych projektów.</li> </ul> <p>W kampanii zostanie wykorzystane targetowanie demograficzne (osoby powyżej 30 r.ż.) i geograficzne (region – województwo wielkopolskie)</p>	WUP w Poznaniu	II i IV kwartał	50 000,00 zł
4.7	inne	1, 3, 4	potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, uczestnicy projektów, mieszkańcy województwa wielkopolskiego, opinia publiczna	<p>Kampania outdoorowa WRPO 2014+</p> <p>Reklama video w serwisie internetowym YouTube – kampania informacyjno-promocyjna w województwie wielkopolskim. Reklama będzie dotyczyć 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.</p> <p>Celem działania będzie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– wskazanie form pomocy dostępnych w realizowanych w regionie projektach WRPO 2014+;</li> <li>– zachęcanie do udziału w realizowanych w regionie projektach WRPO 2014+;</li> </ul> <p>Kampania przybierze postać:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- reklam zamieszczonych na środkach komunikacji miejskiej w Poznaniu</li> <li>- spotu reklamowego wyświetlanego na ekranach LCD w środkach komunikacji miejskiej w Poznaniu.</li> </ul>	WUP w Poznaniu	II i III kwartał	50 000,00 zł
<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			-	-	-	-
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	0,00 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 pikniki i festyny współorganizowane z siecią PIFE i MPK Poznań (w zależności od sytuacji epidemicznej).	IZ	II - III kwartał	45 000,00 zł
5.4	Bieg „ZaBIEGaj o FUNdusze”	1	Potencjalni beneficjenci i beneficjenci	Działanie ma na celu informowanie o przeprowadzanych oraz przyszłych naborach, podniesienie świadomości Wielkopolan nt. FE w ramach WRPO 2014+ oraz nowej perspektywy finansowej (Fundusze Europejskie dla Wielkopolski na lata 2021-2027). Na mecie znajdować się będą stanowiska ekspertów FE, 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	150 000,00 zł
<b>6. Konkursy</b>							
6.1	Konkursy promocyjne						
6.2	Inne						
<b>7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych</b>							
7.1	Publikacje (drukowane i elektroniczne)	1, 2, 3, 4	Beneficjenci i potencjalni	Publikacje obejmują tematykę dotyczącą WRPO 2014+ i Programu Fundusze Europejskie dla Wielkopolski na lata 2021-2027, a także szeroko rozumianą tematykę unijną. Magazyn „Nasz Region” jest kompleksowym i miarodajnym źródłem	IZ	Cały rok	227 556,00 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				<p>informacji na temat: środków unijnych, 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: 12 tys. x 3 numery + 36 tys. egz. Promocja wydawnictwa prowadzona będzie na kilkunastu portalach lokalnych, w formie wpisu zachęcającego do czytania e-magazynu.</p> <p>Elementem wspierającym promocję wydawnictwa i efektów polityki spójności na terenie Wielkopolski będzie organizacja pierwszej edycji plebiscytu „Łączy nas WIELkopolskiE”, którego zadaniem będzie wyłonienie najciekawszych projektów unijnych, w kilku kategoriach.</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>	ZIT AKO	I – IV kwartał	0,00 zł
7.2	<b>Zdjęcia i materiały video</b>		Beneficjenci i potencjalni	<p>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.</p> <p>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.</p>	IZ	Cały rok	0,00 zł
					ZIT Poznań	Cały rok	0,00 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	60 000,00 zł
7.4	<b>Materiały brandingowe i wystawiennicze, np. rollupy, ścianki</b>			-	-	-	-

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
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.	IZ	Cały rok	20 000,00 zł
				ZIT Poznań: Informacje prasowe po konkretnych wydarzeniach np. po podpisaniu umów o dofinansowanie w ramach ZIT.	ZIT Poznań	Cały rok	0,00 zł
<b>ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU</b>							<b>1 653 144,11 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 2022**

*(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 na koniec roku 2016	Wartość /osiągnięta na koniec roku 2017	Wartość osiągnięta na koniec roku 2018	Wartość osiągnięta na koniec roku 2019	Wartość 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	331 891	948 439	1 439 325	1 832 689	2 188 900	2 741 680	2 900 000	3 300 000	3 500 000
	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania w woj. wielkopolskim	0	1	2	3	4	5	6	6	6	3
	Znajomość w woj. wielkopolskim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich *	29%	-	39%	-	40%	-	66%	-	-	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 osiągnięta na koniec roku 2018	Wartość osiągnięta na koniec roku 2019	Wartość osiągnięta na koniec 2020	Wartość docelowa/osiągnięta na koniec roku 2021	Wartość docelowa/osiągnięta na koniec roku 2022	Wartość docelowa na koniec rok 2023
	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w woj. wielkopolskim w ramach WRPO	0	1 019	2 589	3 635	4 083	4 589	4 698	4 698	4 968	5 650
	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	198 000	150 000
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	215	200
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w woj. wielkopolskim	0	0	1 228	2 206	3 065	3 676	3 777	4 152	4 272	4 650
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	6	7
	Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w woj. wielkopolskim *	90%	-	92%	-	92%	-	96%	-	-	93%
	Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczone są FE w woj. wielkopolskim *	31%	-	9%	-	25%	-	23%	-	-	50%
	Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców woj. wielkopolskiego *	60%	-	53%	-	60%	-	61%	-	-	70%
Cel 4 Komunikacja Funduszy	Odsetek mieszkańców dostrzegających wpływ FE na rozwój woj. wielkopolskiego *	82%	-	82%	-	85%	-	87%	-	-	90%

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 osiągnięta na koniec roku 2018	Wartość osiągnięta na koniec roku 2019	Wartość osiągnięta na koniec 2020	Wartość docelowa/osiągnięta na koniec roku 2021	Wartość docelowa/osiągnięta na koniec roku 2022	Wartość docelowa na koniec rok 2023
Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w woj. wielkopolskim	Odsetek mieszkańców woj. wielkopolskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich *	56%	-	53%	-	55%	-	63%	-		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+ i promująca perspektywę 2021-2027
<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+ i nowego Programu Fundusze Europejskie dla Wielkopolski na lata 2021-2027. 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+ z pozostałej alokacji, informowanie opinii publicznej o wsparciu unijnym na walkę z COVID-19 oraz zapoznanie z nową perspektywą finansową i programem Fundusze Europejskie dla Wielkopolski na lata 2021-2027. 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+ oraz programu Fundusze Europejskie dla Wielkopolski na lata 2021-2027. 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</p>

	<p>ogłaszanych w ramach WRPO 2014+ z pozostałej w Programie alokacji i nowej perspektywie finansowej. Magazyn jest kontynuacją działań z poprzedniego roku z nastawieniem na zwiększenie widoczności efektów wdrażania WRPO 2014+. Odcinki magazynu będą emitowane w trzech stacjach telewizyjnych oraz w internecie.</p> <p>Emisja Magazynu w tv będzie wspierana dodatkowymi działaniami: produkcją i emisją shortów oraz wejść antenowych, a także promocją w internecie.</p> <p>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 to 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+.</p> <p>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>Starając się docierać z przekazem unijnym do różnych grup będziemy również obecni w tygodniku o charakterze opiniotwórczym.</p> <p><b>Publikacje w internecie</b> Planujemy emisję dwóch spotów w internecie (również w formie płatnej promocji), jak również organizację wydarzenia promującego FE, które odbędzie się w studio telewizyjnym z udziałem publiczności. Wydarzenie będzie transmitowane w interencie, poprzedzi je szeroka promocja w mediach tradycyjnych i internecie.</p> <p>Promocja magazynu i e-magazynu „Nasz Region” będzie prowadzona na 10 portalach lokalnych, w formie publikacji wpisów promujących poszczególne numery „Naszego Regionu”. Koszt ujęty jest w ogólnej kwocie, o której mowa w pkt. 7.1. Ponadto, planujemy zorganizować pierwszą edycję plebiscytu „Łączy nas WIELkopolskiE, które poprzez głosowanie w interencie ma wyłonić najlepsze projekty unijne i ich realizatorów w kilku kategoriach.</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 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> <p><b>Wszystkie materiały (prasa, telewizja i radio) są również dostępne w internecie.</b></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	<b>Audycje telewizyjne (dostępność i lokowania)</b>	346 128,02
	<b>Audycje radiowe</b>	166 511,50
	<b>Spoty telewizyjne</b>	-
	<b>Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe</b>	235 000,00

	<b>Publikacje w internecie</b>	90 000,00												
	<b>Publikacje (drukowane i elektroniczne) Nasz Region</b>	227 556,00												
	<b>Reklamy w internecie</b>	-												
	<b>Ambient, OHH, inne</b>	-												
	<b>BUDŻET ŁĄCZNIE</b>	1 065 195,52												
<b>e) Termin realizacji</b>	I, II, III, IV kwartał													
<b>f) Intensywność</b> (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	<b>Telewizja kablowa:</b> Magazyn „Zmieniamy Wielkopolskę” będzie emitowany w telewizjach kablowych dostępnych we wszystkich powiatach i miastach na prawach powiatu w Wielkopolsce. 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:</p> <p>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>	Imię i nazwisko: Anna Słotwińska – Wydział Informacji, Promocji i Szkoleń Numer telefonu: 61 62 66 330, adres mailowy: anna.slotwinska@umww.pl													