Załącznik 8.2-1

Wzór Rocznego planu działań informacyjnych i promocyjnych

Wzór

Rocznego planu działań

informacyjnych i promocyjnych  
na … r.

**dla … (pełna nazwa programu)**

**WŁAŚCIWE ZESTAWIENIE ZNAKÓW**

**Spis treści:**

[1. Wstęp](#_Toc398569326) ………………

[2. Podstawy opracowania Rocznego planu działań ………………](#_Toc398569327)

[2.1. Kluczowe dokumenty ………………](#_Toc398569328)

[2.2. Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji …………](#_Toc398569329)

[2.3. Wyniki badań i analiz ………………](#_Toc398569330)

[3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku ………………](#_Toc398569331)

[4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych na rok… ………………](#_Toc398569332)

[5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji ………………](#_Toc398569333)

[6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego   
o szerokim zasięgu ………………](#_Toc398569334)

1. **Wstęp**

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych dla ……………………………….. *(nazwa dokumentu: Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 lub Strategii komunikacji + nazwa programu operacyjnego)* (zwany dalej Rocznym planem działań, w skrócie RPD) jest dokumentem o charakterze operacyjnym, przygotowanym przez ……………………… *(nazwa w systemie wdrażania FE, np. IZ RPO WP)*, na potrzeby realizacji w ……. r. zapisów ww. ………….. *(nazwa dokumentu, jak powyżej)*. *(Ewentualne doszczegółowienie na temat tego, że RPD obejmuje działania realizowane przez IZ oraz IP, przy czym odpowiedzialność za koordynację działań IP spoczywa na IZ/IKUP).*

Dokument określa podstawy i sposoby realizacji zadań informacyjnych i promocyjnych, poświęconych ………………….. (*nazwa programu, lub w przypadku IK – polityki spójności i KPO)*, wymienia i opisuje najważniejsze działania komunikacyjne prowadzone przez …………….. *(nazwa instytucji)*, ich cele, ramy czasowe oraz szacunkowy budżet.

Dane kontaktowe do podmiotu odpowiedzialnego za sporządzenie RPD:

*nazwa instytucji – adres – kod pocztowy – miasto – e-mail – numer telefonu – imię i nazwisko osoby do kontaktu – jej numer telefonu – jej e-mail*

1. **Podstawy opracowania Rocznego planu działań**

*Uwaga: Należy wskazać dokumenty, które stały się podstawą stworzenia Rocznego Planu działań (w tym również wyniki badań, analiz, obserwacji, monitoring, analiza jakościowa podejmowanych działań).*

* 1. **Kluczowe dokumenty**
* Wytyczne ministra właściwego do spraw rozwoju regionalnego w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020,
* Strategia komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020
* Strategia komunikacji programu …….

*Ewentualnie wymienić pozostałe dokumenty, wykorzystane do opracowania RPD*

* 1. **Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji …………**

**Cel strategiczny dla danego programu (wskazany w strategii komunikacji) - …**

**Cel nadrzędny Strategii komunikacji**

**Cele szczegółowe Strategii komunikacji**

* 1. **Wyniki badań i analiz**

*Należy wymienić tytuły badań i analiz, których wyniki wykorzystano do opracowania RPD oraz krótko opisać ich wyniki, lub krótko opisać wyniki obserwacji, monitoringu lub własnej analizy operacyjnej podejmowanych działań.*

1. **Najważniejsze zadania do realizacji w roku ….**

Poniższe zadania wynikają z dokumentów, materiałów i celów wymienionych w punkcie 2 . RPD

*Należy wymienić najważniejsze zadania oraz do każdego zadania podać krótkie uzasadnienie. Zadanie jest tu rozumiane jako kategoria szersza niż działanie. Może ono składać się z kilku działań.*

*Uwaga: w tabeli 1 należy szczegółowo opisać wszystkie planowane działania podając ich nazwy, opisując elementy, które wejdą w skład działań), wskazując który cel Strategii komunikacji realizuje to działanie, instytucje odpowiedzialne, grupy docelowe, termin realizacji i budżet.*

1. **Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok…**

*Uzupełnia IK lub IZ RPO, zgodnie z rozdz. 5.1, pkt 4 i 7 Wytycznych w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020.*

Tabela 1 Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach KPO / RPO w roku …

Działania wymienione w kolumnie „Nazwa działania” są przykładowe. Jeśli nie będą realizowane np. konferencje, należy usunąć kategorię. Natomiast jeśli będzie realizowanych np. kilka konferencji, należy powielić wiersze oraz uzupełnić opisy działań, nadal w kategorii działań „Konferencje”.

Każde działanie powinno zostać opisane w punktach, przy wykorzystaniu poniższych informacji (potem zwane „minimum”), z wyjątkiem działania o szerokim zasięgu:

*Opis działania, w tym:*

* *kluczowe elementy/narzędzia, np. audycja radiowa, cykl artykułów,*
* *szacunki liczbowe (liczby możliwe do określenia na etapie planowania, np. szacunkowa liczba uczestników szkoleń*),
* *informacja o współpracy z partnerami lub innymi podmiotami zewnętrznymi,*
* *inne istotne informacje, w tym ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami, zaangażowanie beneficjentów.*

| **Lp.** | **Nazwa działania** | **który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)** | **grupy docelowe** | **Opis działania** | **instytucja odpowiedzialna za realizację** | **termin** | **planowany budżet** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **1. Koordynacja, w tym badania i ewaluacja, wymiana doświadczeń** | | | | | | |
| **1.1** | **Koordynacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji** |  |  | **Działania koordynacyjne** (w tym współpraca i nadzór nad IP) |  |  | zł |
| **1.2** | **Udział w grupach** |  |  | **Grupa Sterująca ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich** |  |  | zł |
|  |  | **Grupa robocza IZ-IP ds. informacji i promocji** |  |  | zł |
| **1.3** | **Współpraca międzynarodowa** |  |  |  |  |  |  |
| **1.4** | **Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy** |  |  | **Badanie społeczne** |  |  | zł |
|  |  | **Ewaluacja** |  |  | zł |
| **1.5** | **Inne** |  |  |  |  |  |  |
|  | **2. Działania informacyjne** | | | | | | |
| **2.1** | **System informacji - sieć PIFE** | *W RPD RPO: informacja:*  Sieć PIFE w województwie … prowadzona jest w ramach umowy o numerze … między MR a Województwem … . W województwie funkcjonuje główny punkt w…(nazwa miejscowości) i ... (ile?) punktów lokalnych w następujących miejscowościach: …  Szczegółowe plany realizacji tego działania na dany rok są przedstawiane we Wniosku o przyznanie dotacji celowej na ... r.  Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z MR. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy.  *W RPD nie należy zamieszczać działań zrealizowanych w ramach Sieci PIFE i we współpracy z Siecią PIFE. Szczegóły dotyczące tych działań zostaną wykazane we Wniosku o przyznanie dotacji.*  celowej na ..... rok. | | | | | |
| **2.2** | **Portale i serwisy internetowe** |  |  |  |  |  | zł |
| **2.3** | **Baza wiedzy[[1]](#footnote-1)** |  |  |  |  |  |  |
| **2.4** | **Mapa dotacji [[2]](#footnote-2)** |  |  |  |  |  |  |
| **2.5** | **Wyszukiwarka Dotacji[[3]](#footnote-3)** |  |  |  |  |  |  |
| **2.6** | **Inne** |  |  |  |  |  | zł |
|  | **3. Działania edukacyjne** | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **3.1** | **Szkolenia dla beneficjentów[[4]](#footnote-4)** |  |  |  |  |  | zł |
| **3.2** | **Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów[[5]](#footnote-5)** |  |  |  |  |  | zł |
| **3.3** | **Inne** |  |  |  |  |  |  |
|  | **4. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w Internecie** | | | | | | |
| **4.1** | **Pakiet działań pronaborowych** | 1 | *Potencjalni beneficjenci* | Dla każdego naboru/ przygotowane zostaną następujące działania:  - publikacja ogłoszenia o konkursie na PFE (w tym w wyszukiwarce dotacji)  - publikacja ogłoszenia o konkursie na stronie internetowej IOK/IZ  - wysłanie informacji o konkursie do PIFE  - wysłanie newslettera z informacją o konkursie lub jeśli instytucja nie dysponuje tym narzędziem, wysłanie informacji o konkursie emailem  - wysłanie notatki prasowej na temat ogłaszanego konkursu  Nabory/konkursy na trudniejsze/ mało popularne działania objęte zostaną rozszerzonym pakietem działań promocyjnych, na który składać się będzie dodatkowo (zaznacz właściwe)  organizacja spotkania/szkolenia informacyjnego  publikacja ogłoszenia konkursie w prasie lokalnej/regionalnej  organizacja szkolenia z właściwego przygotowania wniosków  emisja spotów radiowych w stacjach o zasięgu….  publikacja informacji o konkursie w mediach społecznościowych  inny ………(*proszę wymienić jaki)* |  | 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)* |  |  |  |
| **4.3** | **Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)** | Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak nie  Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej:  - czego będą dotyczyć audycje/spoty  - co obejmują (produkcję i/lub emisję) |  | Audycje  *Prosimy o uwzględnienie działań niebędących częścią działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu*[[6]](#footnote-6)*. Opis wszystkich działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu należy umieścić w tabeli nr 3.* |  |  | zł |
|  |  |  | Spoty  *Jw.* |  |  | zł |
| **4.4** | **Radio (audycje sponsorowane, reklamy)** | Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak nie  Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej:  - czego będą dotyczyć audycje/reklamy  - co obejmują (produkcję i/lub emisję) |  | Audycje  *Jw.* |  |  | zł |
|  |  |  | Spoty  *Jw.* |  |  | zł |
| **4.5** | **Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)** | Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak nie  Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej:  - czego będą dotyczyć artykuły/reklamy itp  - gdzie będą publikowane (prasa o jakim zasięgu) |  | *Jw.* |  |  | zł |
| **4.6** | **Internet (sponsorowane publikacje, reklamy, media społecznościowe)** | Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak nie  Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej:  - jakie działania będą prowadzone  - na jakich stronach internetowych |  | Publikacje w Internecie[[7]](#footnote-7)  *Jw.* |  |  | zł |
|  |  |  | Reklamy  *Jw.* |  |  | zł |
|  | **inne** |  |  | *Jw.* |  |  | zł |
|  | **5. Imprezy otwarte i inne** | | | | | | |
| **5.1** | **Eventy, pikniki, festyny** |  |  |  |  |  | zł |
| **5.2** | **Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy itp.** |  |  |  |  |  | zł |
| **5.3** | **Inne** |  |  |  |  |  | zł |
|  | **6. Konkursy** | | | | | | |
| **6.1** | **Konkursy promocyjne** |  |  |  |  |  | zł |
| **6.2** | **Inne** |  |  |  |  |  |  |
|  | **7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych** | | | | | | |
| **7.1** | **Publikacje (drukowane i elektroniczne)** |  |  | *Oprócz informacji z „minimum”, również sposób dystrybucji.* |  |  | zł |
| **7.2** | **Materiały promocyjne typu gadżety** |  |  | *Oprócz informacji z „minimum”, również sposób dystrybucji w grupach docelowych.* |  |  | zł |
| **7.3** | **Materiały brandingowe i wystawiennicze, np. rollupy, ścianki** |  |  |  |  |  | zł |
| **7.4** | **Inne** |  |  |  |  |  | zł |
|  | **ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU** | | | | | | **…………..PLN** |

1. **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 …

*(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 docelowa /osiągnięta na koniec roku 2015** | **Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2016** | **Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2017** | **Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2018** | **Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2019** | **Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2020** | **Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2021** | **Wartość docelowa /osiągnięta nakoniec roku 2022** | **Wartość docelowa na koniec roku 2023** |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| *Cel 1* | *Wskaźnik 1* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Wskaźnik 2* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Cel 2* | *Wskaźnik n* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Cel 3* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| *Cel 4* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**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

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania** |  | | |
| **2. Nazwa działania** |  | | |
| **3. Główny komunikat** |  | | |
| **4. Planowane rezultaty** (co zostanie osiągnięte) |  | | |
| **5. Opis działania** | | | |
| 1. Skrótowy opis działania |  | | |
| 1. Grupa docelowa (np. przedsiębiorcy, osoby bezrobotne, jednostki samorządu terytorialnego) |  | | |
| 1. Zasięg terytorialny działania |  | | |
| 1. Narzędzia[[8]](#footnote-8) oraz szczegółowy budżet | **Audycje telewizyjne**  *W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji* | | ….. PLN |
| **Spoty telewizyjne**  *W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji* | | ….. PLN |
| **Audycje radiowe**  *W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji* | | ….. PLN |
| **Spoty radiowe**  *W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji* | | ….. PLN |
| **Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe**  *Tytuł prasowy, rodzaj publikacji, tematyka* | | ….. PLN |
| **Publikacje w internecie**  *Nazwa portalu, tematyka* | | ….. PLN |
| **Reklamy w internecie**  *Nazwa portalu, rodzaj narzędzia, tematyka* | | ….. PLN |
| **Ambient, OOH, inne**  *Rodzaj narzędzia, tematyka* | | ….. PLN |
| **BUDŻET ŁĄCZNIE** | | ….. PLN |
| 1. Termin realizacji |  | | |
| 1. Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe) | **Telewizja**, np.  Zasięg w GRP  Zasięg 1+  Zasięg efektywny (np. zasięg 3+)  **Kampania radiowa**, np.  Zasięg w GRP  Zasięg 1+  Zasięg efektywny (np. zasięg 3+)  **Prasa**  …  **Internet**  …  **Inne**  … | | |
| **6. Uzasadnienie działania** | * *który cel/cele ze strategii realizują te działania* * *uzasadnienie realizacji działania* * *czy działanie uwzględnia zasady efektywnościowe, o których mowa w Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 (właściwe zaznaczyć).*   *…* | | |
|  | 1. ***Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej***   ***z grupą docelową programu, działania lub projektu***   1. ***Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji*** 2. ***Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej*** 3. ***Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej*** 4. ***Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego***   ***Zasada uzupełniania się komunikatów*** | *TAK/NIE*  *TAK/NIE*  *TAK/NIE*  *TAK/NIE*  *TAK/NIE*  *TAK/NIE* | |
|  | *inne istotne informacje, np. ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami, zaangażowanie beneficjentów, współpraca z partnerami* | | |
| **7. Osoba do kontaktu** | Imię i nazwisko:  Numer telefonu:  Adres mailowy: | | |

1. Administracja zespołami programu w Bazie Wiedzy o Funduszach Europejskich. [↑](#footnote-ref-1)
2. Uzupełnianie informacji o projektach w Mapie Dotacji UE. [↑](#footnote-ref-2)
3. Uzupełnianie informacji o naborach na portalu FE i w Wyszukiwarce Dotacji. [↑](#footnote-ref-3)
4. Należy uzupełnić w zakresie szkoleń organizowanych przez instytucję zarządzającą i pośredniczące. Wykaz szkoleń realizowanych w ramach Sieci PIFE będzie przedstawiony w sprawozdaniach projektowych PIFE i nie należy go tu umieszczać. [↑](#footnote-ref-4)
5. Jw. [↑](#footnote-ref-5)
6. Zgodnie z definicją działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu, zawartą w *Strategii komunikacji polityki spójności*. [↑](#footnote-ref-6)
7. Włączając działania w mediach społecznościowych, również te realizowane bezkosztowo. [↑](#footnote-ref-7)
8. Elementy: nazwy stacji/ grupy stacji, liczba emisji, tytuły prasowe oraz nazwy portalu należy podać, jeśli są znane na tym etapie. [↑](#footnote-ref-8)