

Załącznik do uchwały 39/1552/16 Zarządu Województwa Kujawsko-Pomorskiego z dnia 5 października 2016 r. w sprawie przyjęcia zmian Roczno-go planu działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2016 dla Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020.

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2016

Wersja 3



Fundusze Europejskie
Program Regionalny



WOJEWÓDZTWO
KUJAWSKO-POMORSKIE

Unia Europejska
Europejskie Fundusze
Strukturalne i Inwestycyjne



Projekt współfinansowany z Europejskiego Funduszu Społecznego

Spis treści:

| | |
|---|----|
| 1. Wstęp..... | 3 |
| 2. Podstawy opracowania Roczno-go planu działań..... | 3 |
| 2.1. Kluczowe dokumenty | 3 |
| 2.2. Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji..... | 3 |
| 2.3. Wyniki badań i analiz..... | 4 |
| 3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2016..... | 5 |
| 4. Ramowe wytyczne komunikacyjne na 2016 r. | 5 |
| Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji..... | 13 |
| 5. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu | 15 |
| 6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu | 17 |

1. Wstęp

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych dla *Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020* (zwany dalej Rocznym planem działań, w skrócie RPD) jest dokumentem o charakterze operacyjnym, przygotowanym przez Instytucję Zarządzającą RPO WK-P (IZ RPO WK-P) we współpracy z Instytucją Pośredniczącą (IP), na potrzeby realizacji w 2016 r. zapisów ww. *Strategii komunikacji*.

Dokument określa podstawy i sposoby realizacji zadań informacyjnych i promocyjnych, poświęconych Regionalnemu Programowi Operacyjnemu Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020, wymienia i opisuje najważniejsze działania komunikacyjne prowadzone przez IZ RPO WK-P (Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego) oraz IP (Wojewódzki Urząd Pracy w Toruniu), ich cele, ramy czasowe oraz szacunkowy budżet.

Dane kontaktowe do podmiotu odpowiedzialnego za sporządzenie RPD:

Departament Promocji
Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego
Plac Teatralny 2
87-100 Toruń
e-mail: pw.sekretariat@kujawsko-pomorskie.pl
tel. 56 62 18 477

osoba do kontaktu: Anna Kacprzak
e-mail: a.kacprzak@kujawsko-pomorskie.pl
tel. 56 62 18 282

2. Podstawy opracowania Roczego planu działań

2.1. Kluczowe dokumenty

- a) *Wytyczne w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020,*
- b) *Strategia komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020,*
- c) *Strategia komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020,*
- d) *Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych Instytucji Koordynującej Umowę Partnerstwa na 2016 rok.*

2.2. Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji

Główne cele rozwojowe województwa kujawsko-pomorskiego to uczynienie regionu konkurencyjnym i innowacyjnym regionem Europy oraz poprawa jakości życia jego mieszkańców.

Komunikacja Funduszy Europejskich wspomaga wykorzystanie środków z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020 dla realizacji powyższych celów poprzez:

- a) aktywizację mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach programu,**
- b) wspieranie beneficjentów programu w realizacji projektów,**
- c) zapewnienie mieszkańcom województwa kujawsko-pomorskiego informacji na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich,**
- d) zapewnienie szerokiej akceptacji mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie kujawsko-pomorskim.**

2.3. Wyniki badań i analiz

- a) Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2014, Realizacja Sp. z o.o., 2014 r.,

Prawie wszyscy mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego słyszeli o możliwości korzystania ze środków unijnych i potrafią wskazać przynajmniej jeden przykład podmiotu, który może się ubiegać o dofinansowanie z Funduszy Europejskich. Najczęściej (49%) wymieniają rolników, prywatne firmy (42%) oraz placówki edukacyjne i władze samorządowe (po 36%).

Wśród mieszkańców województwa utrzymuje się jednak wciąż przekonanie, że nie wszyscy uprawnieni do ubiegania się o dofinansowanie z Funduszy Europejskich mają równe szanse w tym zakresie. Uważa tak nieco ponad 40 % mieszkańców województwa. 30% osób uważa, że wszyscy mają takie same szanse w otrzymaniu dofinansowania.

Jednocześnie aż 42% osób uważa, że uzyskanie dofinansowania jest sprawą trudną. Niska ocena dostępności do środków z UE, po części wynika z niskiego procenta osób zamierzających ubiegać się o dotację z Funduszy Europejskich. Głównym powodem nieubiegania się o Fundusze jest brak takiej potrzeby.

Mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego nisko oceniają dostęp do rzetelnych i dokładnych informacji o Funduszach Europejskich. 36% uważa, że jest to dość lub bardzo trudne.

Głównym źródłem informacji o Funduszach Europejskich jest dla mieszkańców regionu telewizja. Kolejne to: prasa, reklama, ulotki i Internet.

Mieszkańcy kujawsko-pomorskiego najchętniej dowiedzieliby się o: szkoleniach, kursach finansowanych z Funduszy Europejskich, kto, na co i jak może uzyskać dotację z Funduszy Europejskich oraz gdzie szukać bliższych informacji o Funduszach Europejskich.

W związku z powyższym w działaniach informacyjno-promocyjnych zostanie położony nacisk na informowanie mieszkańców województwa oraz potencjalnych beneficjentów o możliwościach i formach dofinansowania, przy jednoczesnym zapewnieniu łatwego dostępu do tych informacji.

Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w województwie kujawsko-pomorskim jest stosunkowo dobra. Ponad połowa mieszkańców nie tylko zna tą nazwę ale również rozumie co ona oznacza. Niemniej jednak, w dalszym ciągu duży odsetek osób nie rozumie co się pod nią kryje.

Zdecydowana większość mieszkańców dostrzega pozytywne zmiany w województwie po wstąpieniu Polski do Unii Europejskiej. Blisko 2/3 mieszkańców (65%) województwa kujawsko-pomorskiego zauważyło zmiany w ich najbliższym otoczeniu dzięki wykorzystaniu Funduszy Europejskich, a 61% uważa, że osobiście korzysta z FE lub ze zmian, jakie dzięki nim zachodzą.

Nadal najbardziej widoczną kategorią wsparcia jest infrastruktura, a w szczególności budowa dróg i rozwój komunikacji. Dlatego też promocja i informowanie o funduszach europejskich powinna opierać się na informacjach praktycznych, które ułatwią dostrzeżenie zmian w otoczeniu dzięki środkom unijnym.

Mniej niż połowa mieszkańców kujawsko-pomorskiego ma świadomość tego, że w ramach Funduszy Europejskich zostały zagwarantowane specjalne środki dla ich województwa, a około jedna czwarta spośród nich jest przekonana, że nie ma żadnych specjalnych środków przeznaczonych z funduszy UE dla ich województwa.

W 2016 roku będą więc prowadzone działania mające poszerzyć świadomość mieszkańców nt. istnienia i roli Funduszy Europejskich w rozwoju województwa.

W województwie kujawsko-pomorskim grupy najbardziej niedoinformowane to w szczególności osoby po 65. roku życia, słabiej wykształcone oraz niepracujące (bezrobotni, emeryci i renciści). To także grupy bardziej sceptycznie nastawione do efektów obecności Polski w UE. Chcąc do nich dotrzeć, należy wykorzystywać takie kanały komunikacyjne, które wzbudzają ich zaufanie, częściej wykorzystywać kontakty bezpośrednie (jak Dni Otwarte, czy imprezy plenerowe).

3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2016

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

- a) Informowanie potencjalnych beneficjentów i beneficjentów o możliwościach dofinansowania i sposobach realizacji projektów poprzez: Punkty Informacyjne, Portal RPO WK-P oraz szkolenia,
- b) przeprowadzenie Dni Otwartych Funduszy Europejskich, w ramach cyklicznej akcji informacyjno-promocyjnej, realizowanej we współpracy z Ministerstwem Rozwoju, Wojewódzkim Urzędem Pracy i beneficjentami.

4. Ramowe wytyczne komunikacyjne na 2016 r.

W związku z realizacją powyższych zadań, aby osiągnąć efekt synergii w komunikacji w regionie, należy wziąć pod uwagę poniższe wytyczne:

- a) IP koncentruje się na informowaniu o możliwościach dofinansowania w ramach naborów wniosków o dofinansowanie oraz edukowaniu potencjalnych beneficjentów i beneficjentów programu w zakresie osi priorytetowej będącej w kompetencji IP,
- b) działania skierowane do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów zawierają dodatkowo informację o podstawowych źródłach informacji o FE, tj. o stronie internetowej programu oraz Punktach Informacyjnych;
- c) IP koncentruje się na dostarczaniu potencjalnym beneficjentom informacji nt. ogłaszanych przez IP konkursów, w tym informowanie o kryteriach oceny i wyboru projektów oraz obowiązujących w tym zakresie procedurach;
- d) IZ i IP dbają, aby język dokumentów i materiałów skierowanych do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów był dla nich zrozumiały, zgodnie z poradnikiem „Prosto o konkursach FE”;
- e) podczas organizacji wydarzeń informacyjnych w celu dotarcia do szerszej grupy odbiorców, IZ oraz IP współpracuje z partnerami, w tym partnerami społecznymi i gospodarczymi, jednostkami samorządu terytorialnego oraz środowiskami opiniotwórczymi.
- f) promocja projektów perspektywy 2007-2013 jest prowadzona w ramach wspólnej akcji – Dni Otwarte Funduszy Europejskich.

Tabela 1 Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach RPO w roku 2016.

| 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 | | | | | | |
| Koordynacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji | Działanie wspierające realizację Strategii | IP | Działania koordynacyjne: a) aktualizacja dokumentu planistycznego (Strategii komunikacji); b) przygotowywanie oraz aktualizacja we współpracy z IP dokumentu operacyjnego (rocznego planu działań informacyjnych i promocyjnych); c) przygotowywanie sprawozdań rocznych i okresowych z działań informacyjnych i promocyjnych; d) nadzór nad działaniami informacyjnymi i promocyjnymi IP. | IZ RPO WK-P | Cały rok | 0 zł |
| Udział w grupach | Działanie wspierające realizację Strategii | Członkowie Grupy Sterującej ds. Informacji i Promocji | Grupa Sterująca ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich Działanie obejmuje wymianę informacji i doświadczeń m.in. poprzez: a) udział w spotkaniach Grupy; b) udział w szkoleniach/warsztatach. | IK NSRO/IK UP | Spotkania w ciągu całego roku | 0 zł |
| | Działanie wspierające realizację Strategii | Podmioty zaangażowane w realizację FE w województwie kujawsko-pomorskim | Grupa robocza Działanie obejmuje: a) planowanie imprez informacyjnych i promocyjnych RPO; b) koordynację działań informacyjno-promocyjnych na poziomie województwa; c) wyznaczenie ogólnych kierunków w zakresie informacji i promocji; d) spotkania grupy z przedstawicielami innych programów oraz beneficjentów i partnerów, w tym partnerów społecznych i gospodarczych istotnych z punktu widzenia prowadzonych w bieżącym czasie działań promocyjnych i informacyjnych. Spotkania grupy odbywać się będą według potrzeb. Ich celem będzie wymiana informacji oraz współpraca przy koordynacji działań informacyjnych i promocyjnych, prowadzonych w ramach różnych | IZ RPO WK-P, IP | Spotkania w ciągu całego roku | 0 zł |

| NAZWA DZIAŁANIA | KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER) | GRUPY DOCELOWE | OPIS DZIAŁANIA | INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ | TERMIN | PLANOWANY BUDŻET |
|--|---|--|---|---|----------|--|
| | | | programów współfinansowanych z Funduszy Europejskich. | | | |
| 2. Działania informacyjne | | | | | | |
| System informacji - sieć PIFE | Sieć PIFE w województwie kujawsko-pomorskim prowadzona jest w ramach umowy o numerze DIP/BDG-II/POPT/100/14 między MiR a Województwem Kujawsko-Pomorskim. W województwie funkcjonują dwa główne punkty w Toruniu oraz Bydgoszczy i trzy punkty lokalne w następujących miejscowościach: Grudziądz, Inowrocław i Włocławek. Szczegółowe plany realizacji tego działania na dany rok są przedstawiane we Wniosku o przyznanie dotacji celowej na 2016 r. Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z Ministerstwem Rozwoju. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy. | | | | | |
| Portale i serwisy internetowe | 1, 2, 3 | Mieszkańcy województwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci | Działanie obejmuje: a) aktualizację, rozwój oraz administrowanie portalem www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl ; b) umieszczanie informacji na Portalu Funduszy Europejskich oraz w Wyszukiwarce Dotacji i Mapie Dotacji; c) zamieszczanie danych w Bazie Wiedzy. | IZ RPO WK-P, IP | Cały rok | 10 000 zł |
| 3. Działania edukacyjne | | | | | | |
| Szkolenia dla beneficjentów | 2 | Beneficjenci | Działanie obejmuje: a) zapewnienie materiałów informacyjno-promocyjnych dla uczestników; b) organizację szkoleń dla beneficjentów perspektywy 2014-2020, c) organizację spotkań informacyjno-szkoleniowych oraz dwudniowych spotkań informacyjnych. | IZ RPO WK-P, IP | Cały rok | 84 000 zł (IZ RPO WK-P) 34 640 zł (IP) |
| Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów | 1 | Potencjalni beneficjenci | Działanie obejmuje: a) zapewnienie materiałów informacyjno-promocyjnych dla uczestników; b) organizacja szkoleń przygotowujących potencjalnych beneficjentów do okresu programowania 2014-2020; c) organizację szkoleń przed ogłoszeniem konkursów w ramach RPO, np. z zakresu generatora wniosków, kwalifikowalności wydatków, wniosków o płatność; d) zagraniczne wizyty studyjne dla potencjalnych beneficjentów m.in. w Brukseli. | IZ RPO WK-P, IP | Cały rok | 381 800 zł (IZ RPO WK-P) 14 360 zł (IP) |

| NAZWA DZIAŁANIA | KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER) | GRUPY DOCELOWE | OPIS DZIAŁANIA | INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ | TERMIN | PLANOWANY BUDŻET |
|---|---|--|---|---|-------------|------------------|
| Inne | 1, 2 | Beneficjenci, potencjalni beneficjenci | Organizacja spotkania poświęconego potencjałom rozwojowym regionu tzw. inteligentnym specjalizacjom. Spotkanie ma na celu promowanie idei specjalizacji oraz umożliwienie nawiązania współpracy pomiędzy nauką a biznesem w kontekście wsparcia ze środków RPO WK-P. Uczestnicy spotkania - prelegenci, to zarówno przedstawiciele administracji samorządowej, regionalnej nauki, instytucji otoczenia biznesu, jak i regionalnych przedsiębiorstw prowadzących działalność B+R, lub planujących ją rozpocząć. | IZ RPO WK-P | III kwartał | 10 000 zł |
| | | | Udział w organizacji Regionalnego Forum Innowacji, w ramach którego odbędą się panele tematyczne dot. Inteligentnych specjalizacji. Celem Forum jest upowszechnianie i promowanie wiedzy i informacji dot. szeroko pojętej innowacyjności, promowaniu gospodarki opartej na wiedzy, współpracy sektora biznesu, nauki i administracji w kontekście wsparcia ze środków RPO WK-P. Dodatkowo w ramach ww. przedsięwzięcia zostaną zorganizowane minimum 2 spotkania poświęcone specjalizacjom regionu, promującym współpracę między nauką a biznesem. | IZ RPO WK-P | IV kwartał | 50 000 zł |
| | | | Udział w Międzynarodowej konferencji z cyklu Rozwój Regionalny, poświęconej tematyce inteligentnych specjalizacji jako warunku ex-ant przyznania środków RPO WK-P. W konferencji udział wzięli przedstawiciele uczelni polskich i zagranicznych, a także organizacji międzynarodowych, organów państwowych i regionalnych, samorządów terytorialnych, jednostek pozarządowych. | IZ RPO WK-P | II kwartał | 20 000 zł |
| 4. Działania promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w Internecie | | | | | | |
| Kampanie informacyjno-promocyjne | 1, 4 | Mieszkańcy województwa, potencjalni beneficjenci | Kampania informująca o nowej perspektywie UE w kontekście naborów zaplanowanych w IV kwartale 2016 r. oraz na początku 2017 r. – Szczegóły w tabeli 3. | IZ RPO WK-P | IV kwartał | 400 000 zł |
| | 3, 4 | Mieszkańcy województwa, beneficjenci | Kampania promująca Dni Otwarte Funduszy Europejskich – Szczegóły w tabeli 4. | IZ RPO WK-P, IP | Maj 2016 | 542 200 zł |
| Prasa (artykuły, ogłoszenia, reklamy) | 1, 2, 3, 4 | Mieszkańcy województwa, potencjalni beneficjenci | Działanie obejmuje: a) publikowanie artykułów prasowych oraz ogłoszeń o charakterze informacyjnym i promocyjnym, w tym m.in. o konkursach i naborach wniosków | IZ RPO WK-P, IP | Cały rok | 241 000 zł |

| | | | | | | |
|--|------------|--|--|-----------------|-------------|--------------------------------------|
| | | i beneficjenci | w gazetach regionalnych oraz lokalnych, b) zamieszczenie wkładek informacyjnych w gazetach regionalnych. Działania w prasie będą prowadzone również w ramach innych działań promocyjnych, takich jak m.in. imprezy otwarte, konkursy, kampanie informacyjno-promocyjne. | | | |
| Internet (portale, media społecznościowe, publikacje w internecie) | 1, 2, 3, 4 | Mieszkańcy województwa, potencjalni beneficjenci i beneficjenci | W Internecie prowadzone będą działania wspierające działania informacyjne i promocyjne prowadzone w prasie, m.in. ogłoszenia prasowe dotyczące naboru wniosków oraz wyboru ekspertów. Ww. działania będą obejmowały m.in. zamieszczenie w cyklu tygodniowym/dwutygodniowym banerów internetowych zachęcających do aplikowania o środki w odniesieniu do wybranych konkursów o dofinansowanie. | IZ RPO WK-P, IP | Cały rok | W ramach innych działań promocyjnych |
| 5. Imprezy otwarte i inne | | | | | | |
| Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy itp. | 2, 3 | Beneficjenci | Uroczyste podpisywanie umów w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020. | IZ RPO WK-P, IP | Cały rok | 8 500 zł |
| Udział w Regionalnym Festiwalu Naukowym E(x)plory | 1, 4 | Potencjalni beneficjenci, mieszkańcy województwa | Działanie obejmowało promocję RPO WK-P podczas Regionalnego Festiwalu Naukowego E(x)plory wśród naukowców, studentów i młodzieży uczestniczącej w festiwalu. W ramach promocji m.in. zapewniono udział przedstawiciela Instytucji Zarządzającej RPO WK-P w spotkaniu dotyczącym łączenia współpracy nauki z biznesem, przygotowano prezentację dotyczącą programu oraz posty dotyczące RPO WK-P na portalu społecznościowym (facebook). Ponadto podczas festiwalu przeprowadzono konkursy wiedzy dotyczące programu. | IZ RPO WK-P | Marzec 2016 | 61 500 zł |
| 6. Konkursy | | | | | | |
| Konkursy promocyjne | 3, 4 | Instytucje zaangażowane w zarządzanie i wdrażanie Funduszy Europejskich w Polsce | Działanie obejmuje współpracę z Fundacją Tumult przy kolejnej edycji konkursu Fundusze Europejskie w kadrze . Celem konkursu jest wymiana doświadczeń pomiędzy pracownikami administracji publicznej zaangażowanymi we wdrażanie Funduszy Europejskich i promowanie dobrych praktyk w zakresie informowania społeczeństwa, za pomocą przekazów | IZ RPO WK-P | IV kwartał | 100 000 zł |

| | | | | | | |
|---|--|--|--|-----------------|----------|------------|
| | | | audiowizualnych, o korzyściach społecznych i gospodarczych związanych z wykorzystywaniem Funduszy Europejskich. Identyfikacja dobrych praktyk pozwoli na podnoszenie poziomu produkcji audiowizualnych nt. Funduszy Europejskich oraz przyczyni się do dalszej profesjonalizacji działań informacyjnych i promocyjnych w tym zakresie. W ramach konkursu profesjonalne jury oceni zgłoszone na konkurs spoty, filmy promocyjne reklamujące Fundusze Europejskie. Ocena zgłoszonych materiałów wraz z opinią członków jury zostaną zaprezentowane podczas ogłoszenia wyników konkursu. Zaplanowano również drukowane i elektroniczne materiały promocyjne, takie jak plakaty i katalogi. Konkursowi będą towarzyszyły warsztaty dotyczące tematyki promocyjno-reklamowej. | | | |
| 7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjno-promocyjnych | | | | | | |
| Publikacje (drukowane i elektroniczne) | 1, 2, 3, 4 | Potencjalni beneficjenci i beneficjenci | W ramach działania zostaną wydane publikacje dostarczające potencjalnym beneficjentom, beneficjentom oraz pozostałym zainteresowanym wiedzy na temat możliwości wsparcia z FE w nowej perspektywie finansowej. Ww. publikacje zostaną wydane w formie broszury (ok. 7 500 sztuk) które będą dystrybuowane m.in. wśród potencjalnych beneficjentów poprzez Punkty Informacyjne oraz podczas szkoleń, spotkań poświęconych ogłoszonym konkursom. Publikacje takie, jak m.in. plakaty, ulotki zostaną przewidziane w ramach innych działań informacyjno-promocyjnych, takich jak konkursy, imprezy otwarte, kampanie informacyjno-promocyjne. | IZ RPO WK-P, IP | Cały rok | 13 000 zł |
| Materiały promocyjne typu gadżety | 4 | Mieszkańcy województwa potencjalni beneficjenci i beneficjenci | W ramach działania przewiduje się produkcję m.in.: a) kalendarzy książkowych i kieszonkowych (ok. 2 000 sztuk) opisujących możliwości wsparcia w ramach programu kalendarzy ściennych (ok. 1 000 sztuk)) na potrzeby akcji promocyjnych. Jednocześnie produkcja materiałów informacyjnych i promocyjnych zostanie przewidziana w ramach poszczególnych działań informacyjno-promocyjnych, w tym m.in. jako nagród w konkursach bądź podczas imprez, eventów. | IZ RPO WK-P | Cały rok | 100 000 zł |
| Materiały brandingowe i wystawiennicze, np. rollupy, | Działania wspierające realizację Strategii | Grupy docelowe wydarzeń | W ramach działania wyprodukowane zostaną stojaki reklamowe (roll-upy) na potrzeby działań informacyjno-promocyjnych. | IP | | 1 000 zł |

| | | | | | | |
|---|--|--|---|-------------|----------|---------------------|
| ścianki | | | | | | |
| Inne | Działania wspierające realizację Strategii | | W ramach pozostałych działań zrealizowane zostaną m.in.: a) usługi graficzne; b) cateringi; c) usługi fotograficzne. | IZ RPO WK-P | Cały rok | 38 000 zł |
| ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU | | | | | | 2 110 000 zł |

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 RPO w roku 2016

| Cel szczegółowy Strategii komunikacji | Nazwa wskaźnika | Wartość bazowa w 2014 r. | Wartość docelowa na rok 2015 | Wartość docelowa na rok 2016 | Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2017 | Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2018 | Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2019 | Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2020 | Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2021 | Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2022 | Wartość docelowa na rok 2023 | |
|--|---|--------------------------|------------------------------|------------------------------|--|--|--|--|--|--|------------------------------|---------|
| Komunikacja Funduszy Europejskich aktywizuje mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach programu | Liczba odwiedzin portalu informacyjnego/serwisu internetowego | 0 | 300 000 | 900 000 | | | | | | | 5 000 000 | |
| | Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania w województwie kujawsko-pomorskim | 0 | 1 | 2 | | | | | | | 3 | |
| | Znajomość w województwie kujawsko-pomorskim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich | 35% | - | 36% | | | | | | | | 44% |
| | Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w województwie kujawsko-pomorskim w ramach programu | 0 | 700 | 2 340 | | | | | | | | 4 200 |
| | Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa kujawsko-pomorskiego dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego | 0 | 17 285 | 36 285 | | | | | | | | 112 285 |
| Komunikacja Funduszy Europejskich w województwie kujawsko-pomorskim wspiera beneficjentów w programie w realizacji projektów | Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa kujawsko-pomorskiego dot. realizacji projektów | 0 | 130 | 260 | | | | | | | 780 | |
| | Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w województwie kujawsko-pomorskim | 0 | 100 | 710 | | | | | | | 2 700 | |

| Cel szczegółowy Strategii komunikacji | Nazwa wskaźnika | Wartość bazowa w 2014 r. | Wartość docelowa na rok 2015 | Wartość docelowa na rok 2016 | Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2017 | Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2018 | Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2019 | Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2020 | Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2021 | Wartość docelowa /osiągnięta na rok 2022 | Wartość docelowa na rok 2023 |
|--|---|--------------------------|------------------------------|------------------------------|--|--|--|--|--|--|------------------------------|
| | Ocena przydatności form szkoleniowych dla beneficjentów | 4 | - | 4 | | | | | | | 4 |
| Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa kujawsko-pomorskiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich | Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego w województwie kujawsko-pomorskim | 0 | 0 | 1 | | | | | | | 3 |
| | Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” | 87 % | - | 88% | | | | | | | 91% |
| | Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczane są FE w województwie kujawsko-pomorskim | 34% | - | 35 % | | | | | | | 43% |
| | Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego | 65% | - | 66% | | | | | | | 74% |
| Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie kujawsko-pomorskim | Odsetek mieszkańców dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa kujawsko-pomorskiego | 83% | - | 85 % | | | | | | | 90% |
| | Odsetek mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich | 61% | - | 62 % | | | | | | | 66% |

5. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

Tabela 3 Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu – kampania informująca o nowej perspektywie UE

| | | |
|--|--|------------------|
| 1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania | IZ RPO WK-P | |
| 2. Nazwa działania | Kampania informująca o nowej perspektywie UE w kontekście naborów zaplanowanych w IV kwartale 2016 r. oraz na początku 2017 r. | |
| 3. Główny komunikat | Środki z nowej perspektywy są już dostępne i można o nie aplikować. | |
| 4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte) | Celem marketingowym kampanii jest aktywizacja grupy docelowej w ubieganiu się o dofinansowanie (wzrost o 10% liczby kontaktu z punktami PIFE w trakcie trwania kampanii oraz wzrost o 20% liczby odsłon strony internetowej w trakcie trwania kampanii) oraz wzrost świadomości nt. Funduszy Europejskich na lata 2014-2020 wśród mieszkańców regionu.. | |
| 5. Opis działania | | |
| a) Skróty opis działania | Kampania ma na celu aktywizację potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o dofinansowanie oraz podniesienie świadomości nt. Funduszy Europejskich na lata 2014-2020 wśród mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego.. W ramach kampanii będzie można uzyskać szczegółowe informacje dotyczące naborów ogłoszonych w IV kwartale 2016 roku i początku 2017 roku. W ramach kampanii medialnej zaplanowano publikację w prasie regionalnej i lokalnej, cykl audycji radiowych poświęconych poszczególnym konkursom oraz działania w Internecie. | |
| b) Grupa docelowa | Kampania jest adresowana głównie do potencjalnych beneficjentów, a w zdecydowanie mniejszym wymiarze do mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego. | |
| c) Zasięg terytorialny działania | Województwo Kujawsko-Pomorskie | |
| d) | Prasa (zakup powierzchni reklamowej) | |
| | Internet (reklama odsłona, kampania na stronach internetowych Urzędu) | |
| | Radio (zakup czasu antenowego) | |
| | BUDŻET ŁĄCZNIE | około 400 000 zł |
| e) Termin realizacji | IV kwartał 2016 | |
| f) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe) | Ostateczny dobór narzędzi komunikacji i estymacje wskaźników zostaną określone po wyborze wykonawcy. | |
| 6. Uzasadnienie działania | <p><i>Cel ze Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020, który realizują te działania:</i></p> <p>Cel 1: Aktywizacja mieszkańców regionu w ubieganiu się o wsparcie w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020 poprzez działania informacyjno-promocyjne</p> <p><i>Uzasadnienie w nawiązaniu do zasad prowadzenia działań (rozdział 6.3 Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020)</i></p> <p>✓ Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu. Działania realizowane przez IZ RPO WK-P prowadzone są do potencjalnych beneficjentów oraz mieszkańców województwa . W kampanii będą wykorzystane media regionalne.</p> <p>✓ Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji Działania realizowane przez IZ RPO WK-P skierowane są do potencjalnych beneficjentów oraz mieszkańców województwa. Biorąc pod uwagę, że akcja ma zasięg regionalny zastosowano media regionalne, gwarantujące dotarcie do grupy docelowej.</p> | |

| | |
|------------------------------------|---|
| | <p>✓ Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej Media regionalne są najskuteczniejszym źródłem dotarcia z informacją do grupy docelowej z uwagi na ich największy zasięg. Dzięki temu jednostkowy koszt dotarcia jest niski.</p> <p>✓ Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej Akcja realizowana będzie w mediach regionalnych w czasie charakteryzującym się największą słuchalnością oraz czytelnictwem prasy w wybranej grupie docelowej.</p> <p>✓ Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego Akcja ma zaktywizować potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o dofinansowanie oraz podnieść świadomości nt. Funduszy Europejskich wśród mieszkańców województwa.</p> <p>✓ Zasada uzupełniania się komunikatów Komunikaty wykorzystywane w kampanii będą zawierać treści spójne z komunikatami emitowanymi przez IK NSRO/IK UP w sposób zapewniający spójną wizję Funduszy Europejskich.</p> <p>Ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami - w przypadku zgłoszonego zapotrzebowania część materiałów informacyjnych zostanie dostosowanych do potrzeb osób z niespełnosprawnościami.</p> |
| <p>7. Osoba do kontaktu</p> | <p>Imię i nazwisko: Anna Kacprzak, Joanna Zakrzewska Numer telefonu: 56 62 18 282 Adres mailowy: a.kacprzak@kujawsko-pomorskie.pl, j.zakrzewska@kujawsko-pomorskie.pl</p> |

6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

Tabela 4 Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu – kampania promująca Dni Otwarte Funduszy Europejskich

| | | |
|--|---|------------|
| 1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania | IZ RPO WK-P, IP | |
| 2. Nazwa działania | Kampania promująca Dni Otwarte Funduszy Europejskich | |
| 3. Główny komunikat | Dni Otwarte Funduszy Europejskich to okazja, aby mieszkańcy województwa zobaczyli, jak wiele się zmieniło dzięki środkom europejskim. W województwie kujawsko-pomorskim można było bezpłatnie bądź ze zniżką zobaczyć projekty zrealizowane ze środków Funduszy Europejskich. | |
| 4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte) | Wzrost świadomości wśród uczestników wydarzenia nt. efektów wydatkowania środków europejskich w województwie kujawsko-pomorskim o 2%. Wzrost liczby uczestników DOFE o 2 100 osób. Wzrost liczby beneficjentów uczestniczących w DOFE o 21. | |
| 5. Opis działania | | |
| g) Skrótowy opis działania | <p>Działanie obejmowało zorganizowanie we współpracy z Ministerstwem Rozwoju oraz beneficjentami trzeciej edycji Dni Otwartych Funduszy Europejskich (ogólnopolskiej akcji promującej efekty wykorzystania Funduszy Europejskich).</p> <p>W województwie kujawsko-pomorskim IZ RPO WK-P oraz IP zaprosiło beneficjentów do zorganizowania Dni Otwartych w ich siedzibach. Mieszkańcy mogli zobaczyć projekty dofinansowane ze środków europejskich.</p> <p>Jednocześnie zorganizowano pięć pikników, podczas których poza licznymi atrakcjami, zaprezentowali się beneficjenci. Zwieńczeniem pikników były pokazy filmów europejskiego kina.</p> <p>Dodatkowo zorganizowano seminarium, podczas którego zaprezentowano projekty z Europy, będące przykładem dobrych praktyk we wdrażaniu funduszy europejskich, w tym w szczególności projekty nominowane do nagrody Regio Stars. W zseminarium udział wzięli potencjalni beneficjenci z jednostek samorządu terytorialnego.</p> <p>Celem szerszego rozpropagowania akcji zarówno wśród beneficjentów, jak i mieszkańców województwa nawiązano współpracę z jednostkami samorządu terytorialnego oraz partnerami społecznymi i gospodarczymi.</p> <p>Jednocześnie prowadzono działania w radiu, prasie i Internecie promujące akcję i zapraszające do odwiedzania projektów i do udziału w piknikach.</p> | |
| h) Grupa docelowa | Kampania jest adresowana do mieszkańców województwa. | |
| i) Zasięg terytorialny działania | Województwo Kujawsko-Pomorskie | |
| j) Narzędzia oraz szczegółowy budżet | Pikniki (kompleksowa organizacja pikników w Tucholi, Brodnicy, Nakle nad Notecią, Lipnie i Toruniu) | |
| | Plakaty (rozdysybuowanie plakatów w miastach, w których odbędą się pikniki) | |
| | Prasa (opracowanie merytoryczne i graficzne artykułów prasowych oraz ich publikacja w prasie regionalnej i lokalnej) | |
| | Internet (kampania na stronach internetowej Urzędu, instytucji kulturalnych, jednostek samorządu terytorialnego. Działania informacyjne na Facebooku, mailing do szkół podstawowych, gimnazjalnych oraz ponadgimnazjalnych z miast, w których odbędą się pikniki) | |
| | Radio (produkcja spotów promujących pikniki oraz Dni Otwarte Funduszy Europejskich oraz ich emisja w radiu o zasięgu regionalnym) | |
| | BUDŻET ŁĄCZNIE | 542 200 zł |

| | |
|--|--|
| k) Termin realizacji | 12-15 maja 2016 |
| l) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe) | <p>Efektywność kampanii zostanie zbadana za pomocą pre-testów i post-testów wypełnianych przez uczestników wydarzenia. Kampania planowana do realizacji nie jest bowiem typową kampanią medialną.</p> <p>Reklama w prasie, radiu i internecie zaplanowana w ramach kampanii ma na celu wyłącznie rozpowszechnienie informacji o Dniach Otwartych i piknikach.</p> <p>W wyniku realizacji przedsięwzięcia zakłada się zwiększenie świadomości wśród uczestników wydarzenia nt. funduszy europejskich w województwie kujawsko-pomorskim o ok. 1%.</p> |
| 6. Uzasadnienie działania | <p><i>Cele ze Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020, które realizują te działania:</i></p> <p>Cel 3: Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa kujawsko-pomorskiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich.</p> <p>Cel 4: Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie kujawsko-pomorskim.</p> <p><i>Uzasadnienie w nawiązaniu do zasad prowadzenia działań (rozdział 6.3 Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu. Działania realizowane przez IZ RPO WK-P prowadzone są do mieszkańców województwa oraz dotyczą funduszy europejskich wdrażanych w województwie. W kampanii będą wykorzystane media regionalne oraz odbędą się pikniki, które mają stanowić atrakcję zachęcającą mieszkańców oraz potencjalnych beneficjentów do uczestnictwa w akcji. ✓ Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji Działania realizowane przez IZ RPO WK-P prowadzone są do mieszkańców województwa oraz dotyczą funduszy europejskich wdrażanych w województwie. Biorąc pod uwagę, że akcja ma zasięg regionalny zastosowano media regionalne oraz zaplanowano pikniki, gwarantujące dotarcie do grupy docelowej. ✓ Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej Media regionalne są najskuteczniejszym źródłem dotarcia z informacją do grupy docelowej z uwagi na ich największy zasięg. Dzięki temu jednostkowy koszt dotarcia jest niski. Ponadto zachęta do uczestniczenia w przedsięwzięciu w postaci pikników, powinna sprawić, że do udziału w akcji włączy się duża publiczność, sprawiając tym samym, że informacje zostaną przekazane do stosunkowo dużej grupy odbiorców. ✓ Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej Akcja realizowana będzie w mediach regionalnych w czasie charakteryzującym się największą słuchalnością oraz czytelnością prasy w wybranej grupie docelowej. Wybrane formy prowadzenia działań w ramach kampanii: pikniki, powinny wzbudzić zainteresowanie założonych grup docelowych, zarówno mieszkańców województwa, jak i potencjalnych beneficjentów. ✓ Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego Wybrane narzędzia komunikacji oraz komunikaty pomagają przejść do kolejnego etapu komunikacji – wzięcia udziału w Dniach Otwartych Funduszy Europejskich. ✓ Zasada uzupełniania się komunikatów Działania promocyjne będą uzupełniać działania prowadzone przez IK NSRO/IK UP w sposób zapewniający spójność akcji. <p>Ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami – w kampanii zostaną przewidziane atrakcje, które nie będą wykluczały uczestnictwa osób niepełnosprawnych.</p> |
| 7. Osoba do kontaktu | <p>Imię i nazwisko: Anna Kacprzak Numer telefonu: 56 62 18 282 Adres mailowy: a.kacprzak@kujawsko-pomorskie.pl</p> |