

UCHWAŁA Nr 490 / 10 322 / 18
ZARZĄDU WOJEWÓDZTWA PODKARPACKIEGO
w RZESZOWIE
z dnia 30 października 2018r.

w sprawie przyjęcia *Rocznego planu działań informacyjnych*
i promocyjnych Instytucji Zarządzającej Regionalnym Programem
Operacyjnym Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 na 2019 rok

Działając na podstawie art. 41 ust.1 i ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa (Dz. U. z 2018, poz.913 z późn. zm.), art. 25 pkt 1) ustawy z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (t.j., Dz. U. z 2017 r., poz. 1376 z późn. zm.), Umowy Partnerstwa z 21 maja 2014 r. oraz art. 4, ust. 2, pkt 3 i 6 ustawy z dnia 11 lipca 2014 r. o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014 – 2020 (t.j. Dz. U. z 2017 r., poz. 1460 z późn. zm.) oraz *Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020*

Zarząd Województwa Podkarpackiego w Rzeszowie
uchwala, co następuje:

§ 1

Przyjmuje się *Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych Instytucji Zarządzającej Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 na 2019 rok*, który stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

Wykonanie Uchwały powierza się Marszałkowi Województwa Podkarpackiego.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.



WICEMARSZAŁEK WOJEWÓDZTWA
Bogdan Romaniuk
Bogdan Romaniuk

Załącznik do Uchwały Nr 490 / 10 322 / 18
Zarządu Województwa Podkarpackiego
w Rzeszowie
z dnia 30 października 2018r.

**Roczny plan działań
informacyjnych i promocyjnych
Instytucji Zarządzającej Regionalnym Programem Operacyjnym
Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020
na 2019 rok**



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejskie Fundusze
Strukturalne i Inwestycyjne



Wrzesień 2018 r.

Spis treści

1. Wstęp.....	3
2. Podstawy opracowania Roczego planu działań.....	3
2.1. Kluczowe dokumenty	3
2.2. Cel strategiczny Programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji RPO WP na lata 2014-2020	3
2.3. Wyniki badań i analiz	4
3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2019	7
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2019	8
Tabela 1 Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach RPO w roku 2019 .	11
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji.....	23
6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu....	25

1. Wstęp

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych dla *Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020* (zwany dalej Rocznym planem działań, w skrócie RPD) jest dokumentem o charakterze operacyjnym, przygotowanym przez IZ RPO WP, na potrzeby realizacji w 2019 r. zapisów ww. *Strategii komunikacji*.

Dokument określa podstawy i sposoby realizacji zadań informacyjnych i promocyjnych, poświęconych Regionalnemu Programowi Operacyjnemu Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020, wymienia i opisuje najważniejsze działania komunikacyjne prowadzone przez IZ RPO WP oraz IP, ich cele, ramy czasowe oraz szacunkowy budżet.

Dane kontaktowe do podmiotu odpowiedzialnego za sporządzenie RPD:

Departament Zarządzania RPO
Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego
Al. Łukasza Cieplińskiego 4
35-010 Rzeszów
e-mail: drp@podkarpackie.pl
tel. 17 747 67 05
osoba do kontaktu: Wioletta Rejman
e-mail: w.rejman@podkarpackie.pl
tel. 17 747 64 86

2. Podstawy opracowania Roczno planu działań

2.1. Kluczowe dokumenty

- 1) Wytyczne w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014 -2020
- 2) Strategia komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020
- 3) Strategia komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020

2.2. Cel strategiczny Programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji RPO WP na lata 2014-2020

Celem RPO WP 2014-2020 jest:

Wzmocnienie i efektywne wykorzystanie gospodarczych i społecznych potencjałów regionu dla zrównoważonego i inteligentnego rozwoju województwa

Cel nadrzędny Strategii Komunikacji RPO WP:

Komunikacja Funduszy Europejskich wspomaga wykorzystanie środków z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego dla realizacji celów rozwojowych regionu.

Cele szczegółowe Strategii komunikacji

- 1. Komunikacja Funduszy Europejskich aktywizuje mieszkańców województwa podkarpackiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach RPO WP.**

2. **Komunikacja Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim wspiera beneficjentów RPO WP w realizacji projektów.**
3. **Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa podkarpackiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich.**
4. **Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim.**

Główny komunikat:

Fundusze Europejskie wspierają tych, którzy realizując dobre pomysły, zwiększają możliwości i poprawiają jakość życia mieszkańców województwa podkarpackiego.

2.3. Wyniki badań i analiz

„Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2016”

Z przeprowadzonego badania wynika, że poziom znajomości pojęcia „Fundusze Europejskie” nie zmienił się porównując do pomiaru sprzed dwóch lat, tj. z 2014 roku. Wśród znających znacząco więcej jest osób, które deklarują, że wiedzą czym są FE (80% vs 60% w 2014 r.), a grupa kojarzących FU wyłącznie z nazwy jest wyraźnie mniejsza (15% vs 30% w 2014 r.). To dobry wynik, ale nadal jest przestrzeń na poprawę tego wskaźnika.

Poziom nastawienia do Funduszy Europejskich jest bardzo podobny jak przed dwoma laty, w niektórych obszarach się umacnia. Wyraźnie bardziej entuzjastyczne jest spojrzenie na bilans korzyści i strat wynikających z członkostwa w UE (69% vs 60%). Mieszkańcy podobnie jak przed dwoma laty pozytywnie oceniają wpływ FE na rozwój kraju, regionu oraz poprawę jakości życia mieszkańców. Coraz więcej mieszkańców ma przeświadczenie, że osobiście korzysta z FE lub ze zmian jakie dzięki nim zachodzą (80% vs 66%).

Najczęściej wymieniane obszary interwencji FE na poziomie kraju i regionu są takie same jak dwa lata temu: infrastruktura komunikacyjna i dotacje dla rolnictwa. Nadal dominuje spojrzenie na FE przez pryzmat dużych inwestycji infrastrukturalnych.

Podobnie jak w skali całego kraju wyraźnie zmalał odsetek osób, które kiedykolwiek uczestniczyły w przedsięwzięciach finansowanych z FE (11% vs 22% w 2014 r.).

Więcej osób niż dwa lata temu jest przeświadczonych o równości szans wszystkich ubiegających się o dofinansowanie z FE (50% vs 35%). Na podobnym poziomie utrzymuje się odsetek przekonanych o tym, że łatwo o dotację z FE. Nadal co piąty mieszkaniec województwa, który słyszał o FE wskazuje, że on sam również jest uprawniony do ubiegania się o dofinansowanie z FE. Bardziej pozytywne nastawienie nie przekłada się na razie na wzrost odsetka mieszkańców rozważających ubieganie się o dofinansowanie ze środków unijnych (7% vs 12%).

Zdecydowana większość mieszkańców województwa podkarpackiego popiera członkostwo Polski w Unii Europejskiej (82%+), w tym co trzeci deklaruje zdecydowane poparcie (27%). Przystąpienie Polski do Unii to dla większości przewaga korzyści nad stratami (69%).

Pojęcie Fundusze Europejskie/Fundusze Unijne jest powszechnie znane mieszkańcom regionu. Większość mieszkańców województwa podkarpackiego wie czym są FE, ale wciąż jest pewna grupa, która pomimo zadeklarowanej znajomości nie wie, co one oznaczają te terminy.

Wsparcie unijne, zdaniem mieszkańców, to przede wszystkim pomoc finansowa na rozwój kraju. FE rozumiane są również jako źródło dofinansowania konkretnego projektu oraz środki na rozwój rolnictwa/ dopłaty do rolnictwa.

Znak Funduszy Europejskich rozpoznaje 58% mieszkańców. Logotyp kojarzony jest przede wszystkim z tablic informacyjnych zlokalizowanych przy inwestycjach/przedsięwzięciach sfinansowanych ze środków unijnych oraz z telewizji.

Tematyką Funduszy Unijnych interesuje się co drugi mieszkaniec województwa podkarpackiego, który kojarzy określenie Funduszy Europejskich. Wśród zainteresowanych tą tematyką najciekawsze są informacje o tym, kto się może ubiegać o FE i na jaki cel, na co przeznaczane są dotacje i czy są dobrze wykorzystywane oraz jak się o nie ubiegać.

Mieszkańcy podkarpackiego bardzo krytycznie podchodzą do oceny swojej wiedzy na temat Funduszy Europejskich. Ponad połowa mieszkańców ocenia swoją wiedzę na 1 lub 2 przyjmując szkolną skalę ocen. Tylko co piąty ocenia swój poziom wiedzy na temat Funduszy Unijnych na przynajmniej czwórkę. Zdaniem mieszkańców województwa podkarpackiego środki unijne przeznaczane są w głównej mierze na poprawę infrastruktury drogowej oraz na dopłaty dla rolników. Co piąty zwraca uwagę na dofinansowanie dla nowych firm. Na poziomie regionu najczęściej wymieniane są podobne obszary interwencji FE: infrastruktura komunikacyjna, infrastruktura miejska i dopłaty dla rolnictwa.

O ile wiedza na temat obszarów wykorzystania środków unijnych jest całkiem spora, o tyle przywołanie przykładów konkretnych przedsięwzięć czasem przysparza pewnych trudności - 26% respondentów nie potrafiło wskazać żadnego takiego projektu w województwie (to wyrażnie mniej niż w skali kraju). Tylko 11% osób podało z nazwy konkretne przykłady projektów finansowanych z FE. Wśród najczęściej wymienianych konkretnych przedsięwzięć wskazywano te z zakresu budowy i modernizacji infrastruktury drogowej oraz infrastruktury transportowej – lotniska, dworce, parkingi.

Wiedzę o specjalnych środkach z Funduszy Europejskich przeznaczonych na rozwój województwa podkarpackiego ma 44% mieszkańców. Co trzeci jest przeciwnego zdania, a 21% nie wie o takich możliwościach. Zdaniem mieszkańców podkarpackiego instytucje, w których można składać wnioski o dotacje z Funduszy Europejskich to przede wszystkim: ARiMR, urząd gminy/miasta oraz powiatowy urząd pracy. Wśród głównych beneficjentów wsparcia finansowego z FE wymieniane są: firmy i przedsiębiorstwa, rolnicy oraz władze samorządowe.

Zdecydowana większość respondentów uważa, że Fundusze Europejskie przyczyniają się do rozwoju Polski, jak i samego województwa. Mieszkańcy województwa podkarpackiego dostrzegają również poprawę jakości życia Polaków dzięki oddziaływaniu Funduszy Europejskich. Zmiany w swoim najbliższym otoczeniu dostrzega czterech na pięciu mieszkańców z tego regionu. Ci, którzy dostrzegają zmiany, najczęściej widzą je przez pryzmat inwestycji infrastrukturalnych – nowe drogi, autostrady, mosty oraz ścieżki rowerowe, inwestycje w infrastrukturze miejskiej oraz modernizację dróg. Mieszkańcy województwa mają poczucie, że sami również korzystają z Funduszy Europejskich lub ze zmian, jakie dzięki nim zachodzą.

Połowa mieszkańców podkarpackiego jest zdania, że każdy uprawniony ma takie same szanse na uzyskanie dofinansowania w ramach FE. Przeciwnego zdania jest 13% osób. Ci ostatni najczęściej wskazują wśród uprzywilejowanych podczas ubiegania się o dotacje z FE: władze samorządowe, firmy i przedsiębiorstwa oraz rolników.

Częsty lub bardzo częsty kontakt z informacjami o Funduszach Europejskich dotyczy co piątego mieszkańca województwa podkarpackiego. 57% osób wskazuje na kontakt raczej lub bardzo rzadki. Ci, którzy często mają kontakt z informacjami o FE dobrze oceniają ich zrozumiałość i wiarygodność. Trzech na czterech jest przekonanych, że informacje przekazywane są zrozumiałym językiem. Większość uważa także, że informacje te są raczej lub zdecydowanie.

Najpopularniejsze źródło informacji o Funduszach Europejskich nadal stanowi telewizja, a w następnej kolejności Internet. Połowa mieszkańców nie zamierza szukać informacji o Funduszach Europejskich, a co trzeci mieszkaniec podkarpackiego nie czuje potrzeby poszukiwania informacji w zakresie pozyskiwania dotacji z FE. Przy ewentualnym zainteresowaniu tą tematyką, najchętniej wybieranymi źródłami informacji byłyby: internet oraz urząd miasta/gminy. Ogólna niechęć do poszukiwania informacji determinowana jest przede wszystkim brakiem zainteresowania tematyką Funduszy Unijnych.

Mniej niż jedna trzecia mieszkańców województwa podkarpackiego czyta dzienniki przynajmniej raz w tygodniu, a tylko 7% sięga po nie codziennie lub prawie codziennie. Co drugi mieszkaniec regionu w ogóle nie czyta dzienników. Poziom czytelnictwa prasy codziennej nie zmienił na przestrzeni ostatnich dwóch lat się. Najczęściej czytany tytułem jest *Fakt* oraz *Gazeta Wyborcza*. 29% sięga również po lokalną *Gazetę Codzienną Nowiny*. Niski poziom czytelnictwa dotyczy również gazet regionalnych oraz lokalnych - w ogóle nie czyta ich odpowiednio 54% oraz 48% osób, a odsetek regularnych czytelników gazet regionalnych (czyta co najmniej raz w tygodniu) spadł o 11 pp.

porównując do 2014 r. Mieszkańcy województwa, istotnie częściej niż ogół Polaków, preferują czytanie prasy codziennej w wersji papierowej. Jeszcze rzadziej niż po prasę codzienną, mieszkańcy sięgają na Podkarpaciu po tygodniki/miesięczniki. Jedynie 28% osób czyta je przynajmniej raz w miesiącu (spadek o 13 pp. porównując do 2014 r.), a 10% raz w tygodniu. Nieliczne wskazania wyraźnie częściej dotyczą prasy tzw. kobiecej i rozrywkowej.

Ponad 80% mieszkańców podkarpackiego słucha radia przynajmniej raz w tygodniu (81% spadek o 8 pp. w stosunku do 2014 r.), a trzech na czterech słucha regularnie codziennie lub prawie codziennie. Najczęściej słuchane stacje radiowe to: *RMF FM*, *Radio Zet* oraz *Polskie Radio Rzeszów*.

Odsetek mieszkańców regularnie (codziennie lub prawie codziennie) oglądających telewizję jest znacząco wyższy niż w przypadku ogółu Polaków. Wszystkie cztery topowe kanały telewizyjne ogląda się tu równie często: *TVP1*, *TVP2*, *TVN*, *Polsat*. Z kolei z Internetu przynajmniej raz w tygodniu korzysta 64% (to wyraźnie więcej niż w 2014 r. +15 pp.), a codziennie 51% mieszkańców. Najczęściej odwiedzane strony internetowe to: *google.com*, *facebook.com* oraz *onet.pl*. Konto na portalu społecznościowym posiada 36% mieszkańców województwa podkarpackiego. Trzech na czterech użytkowników korzysta z serwisów codziennie lub prawie codziennie. Niemal wszyscy korzystający z portali społecznościowych mają swoje konto na Facebooku.

Badanie stron internetowych instytucji tworzących system wdrażania Funduszy Europejskich w Polsce na lata 2014-2020.

W okresie sierpień-grudzień 2016 r. zostało zrealizowane badanie stron internetowych instytucji tworzących system wdrażania Funduszy Europejskich w Polsce, które miało dwa cele:

- Ocenę stopnia wypełniania zapisów *Wytycznych w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020* dotyczących stron internetowych na temat KPO i RPO
- Ocenę użyteczności (web usability) stron internetowych, a w szczególności intuicyjności, przejrzystości, dostępności, w tym dla osób z niepełnosprawnościami, i łatwości dotarcia do informacji.

Dla strony internetowej RPO WP opracowano kartę oceny, zawierającą kryteria wynikające z zapisów *Wytycznych* oraz kryteria oceny użyteczności. W wyniku przeprowadzonego badania sformułowano rekomendacje, służące zapewnieniu zgodności audytowanej strony z *Wytycznymi* oraz podniesieniu ich użyteczności.

Wyniki przeprowadzonego badania plasują się następująco:

- z Karty Oceny Strony Internetowej dla IZ na zgodność z *Wytycznymi* uzyskano 40,5 pkt. (wynik procentowy: 96,43%)
- Z Karty Oceny Użyteczności Strony Internetowej uzyskano 33 pkt. (wynik procentowy: 86,84%)
- Z Karty Oceny Strony Internetowej dla IP na zgodność z *Wytycznymi* (Karta Oceny strony internetowej Jednostki Zintegrowanych Inwestycji na zgodność z *Wytycznymi*) uzyskano 3,5 pkt. (wynik procentowy: 87,5%)
- Z Karty Oceny Strony Internetowej dla IOK na zgodność z *Wytycznymi* (Karta oceny strony internetowej Instytucji Pośredniczącej na zgodność z *Wytycznymi*) uzyskano 27 pkt. (procentowy wynik: 59%).

IZ RPO WP w 2018 r. zleciła przeprowadzenia analizy działań informacyjno-promocyjnych związanych z efektami działań informacyjno-promocyjno-szkoleniowych w województwie podkarpackim.

3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2019

Działania bezkosztowe/niskobudżetowe:

1. Stała, intensywna, współpraca z mediami oparta na aktywnym udostępnianiu interesujących dla mediów treści (np. atrakcyjne notatki prasowe nt. działań i konkursów).
2. Krótkie, merytoryczne konferencje prasowe na bieżące istotne tematy (np. spotkania z dziennikarzami nt. nadchodzących i trwających naborów wraz z sesją pytań i odpowiedzi).
3. Bieżące tworzenie baz zrealizowanych i realizowanych projektów (również w języku angielskim) o potencjale komunikacyjnym zapewniającym efektywne i angażujące informowanie o efektach polityki spójności (np. ciekawe projekty prezentujące wpływ FE na życie mieszkańców województwa) oraz projektów spełniających kryteria europejskiej wartości dodanej (EVA) i śledzenie rezultatów ich wdrażania.
4. Korzystanie z narzędzi marketingu bezpośredniego (e-maile, telefon) tam, gdzie można zidentyfikować lub są zidentyfikowani potencjalni beneficjenci, beneficjenci i w razie potrzeby potencjalni uczestnicy projektów.
5. Tworzenie baz danych potencjalnych beneficjentów i beneficjentów Programu, m.in. na potrzeby działań bezpośrednich.
6. Stałe aktualizowanie treści na własnych stronach internetowych (w tym umieszczenie przykładów projektów zrealizowanych bądź w trakcie realizacji, także w języku angielskim, aktualizacja harmonogramów i ogłoszeń o konkursach) oraz na Portalu Funduszy Europejskich i Mapie Dotacji UE.
7. Wsparcie konsultantów PIFE w pozyskiwaniu informacji o bieżących lub planowanych naborach, przekazywanie informacji o naborach, zmianach w naborach, organizowanie spotkań z konsultantami na temat zasad danego naboru itp.
8. Współpraca z siecią PIFE i realizacja wspólnych przedsięwzięć informacyjno-edukacyjnych np. uczestnictwo PIFE w wydarzeniach organizowanych przez IZ RPO, wystąpienia przedstawicieli RPO na szkoleniach i spotkaniach dla beneficjentów lub potencjalnych beneficjentów.
9. Tworzenie treści na stronach IZ RPO zgodnie z zasadami SEO (m.in. prosty język, zastosowanie słów kluczowych, content marketing, właściwy kod strony).
10. Prezentowanie na stronach internetowych podstawowych informacji dotyczących stopnia realizacji Programu (w tym liczba złożonych wniosków, liczba podpisanych umów, stopień kontraktacji, wykorzystanie alokacji).
11. Wykorzystywanie mediów społecznościowych do efektywnego dotarcia do wyselekcjonowanych grup docelowych oraz dostarczanie contentu na profil Fundusze Europejskie na FB, kanał Fundusze Europejskie na YT oraz profil Funduszy Europejskich na Instagramie
12. Newslettery z treściami przydatnymi beneficjentom i potencjalnym beneficjentom.
13. Korzystanie z Bazy Wiedzy o Funduszach Europejskich.
14. Uczestnictwo w targach branżowych (w przypadku, gdy odwiedzającymi targi są faktycznie grupy potencjalnych beneficjentów lub beneficjentów).
15. Uczestnictwo w charakterze panelistów i ekspertów w seminariach, konferencjach, warsztatach oraz audycjach telewizyjnych i radiowych tematycznie powiązanych z obszarem wsparcia RPO.
16. Zaangażowanie beneficjentów w działania promujące efekty polityki spójności.
17. W miarę możliwości współpraca z liderami opinii: ekspertami, liderami forów społecznych i gospodarczych, osobami popularnymi często prezentującymi swoje poglądy.
18. Współpraca z IK UP przy przygotowywaniu i promowaniu informacji dotyczących naborów do konkursów oraz projektów dla ludzi młodych.
19. Współpraca z instytucjami i podmiotami, dzięki którym można dotrzeć do danych grup docelowych oraz korzystanie z ich kanałów dotarcia do określonych grup, tj. z JST, urzędami skarbowymi, urzędami wojewódzkimi, uczelniami, domami kultury, NGO itp.

(np. indoor kierowany do przedsiębiorców w miejscach, gdzie jest wysoki zasięg, niska konkurencja).

20. Współpraca z liderami zmian – beneficjentami i korzystanie z ich potencjałów promocyjnych oraz wspieranie beneficjentów w prowadzeniu przez nich działań promujących projekty.
21. Realizacja działań zgodnie ze standardami dostępności, o których mowa w dokumencie „Wytyczne 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”.
22. Stosowanie/ wdrażanie zasad prostego języka.

Działania edukacyjne:

1. Działania edukacyjne skierowane do potencjalnych beneficjentów w powiązaniu z konkretnymi naborami wniosków (spotkania informacyjne, szkolenia, seminaria, kursy itp).
2. Działania edukacyjne skierowane do beneficjentów w zakresie właściwej realizacji projektów (szkolenia, seminaria, kursy, spotkania informacyjne itp).
3. Realizacja krótkich, praktycznych webinarów, poświęconych istotnym zagadnieniom dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów, promocja tych webinarów oraz umieszczanie nagrań w serwisach internetowych IZ RPO.
4. Realizacja tutoriali pomagających w zrozumieniu i wypełnieniu wymaganych procedur związanych z ubieganiem się o FE.
5. Działania edukacyjne do opinii publicznej, prezentujące wpływ FE na zmiany w skali regionu oraz zmiany lokalne i zmiany w życiu osobistym mieszkańców województw – jako działania zwiększające widoczność efektów polityki spójności w najbliższym otoczeniu.

Działania w mediach

1. Promowanie treści o naborach w mediach (radio, prasa, internet, tv), np.: ogłoszenia, cykl audycji w radio lub TV, w szczególności wykorzystywanie różnych gatunków radiowych i telewizyjnych. Wszystkie audycje powinny charakteryzować się przystępną, zrozumiałą i atrakcyjną formą przekazu.
2. Działania w internecie oparte na targetowaniu behawioralnym i geotargetowaniu.
3. Organizacja w regionie Dni Otwartych Funduszy Europejskich, zgodnie ze wspólnie wypracowanymi z IK UP założeniami, w tym zapewnienie promocji oraz wsparcia dla beneficjentów biorących udział w akcji.

Działania ewaluacyjne

1. W 2018 r. na potrzeby przygotowania sprawozdania rocznego, składanego przez IZ w 2019 r., zleciła wykonanie analizy dotyczącej oceny działań komunikacyjnych wśród grup docelowych swoich programów (art. 56 ust. 3 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013).

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

1. Przy opracowaniu poniższych wytycznych zostały wzięte pod uwagę:
 - a. poziom wdrażania RPO
 - b. etap wdrażania „Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020”
 - c. mierniki realizacji tej Strategii, w tym analizę ostatnich badań opinii publicznej

d. zmianę „Rozporządzenia PE i Rady (UE) 1303/2013...”, w której podkreślona została waga widoczności polityki spójności oraz konieczność prezentowania działań na spotkaniach rocznych z KE i KM

2. Zgodnie ze „Strategią komunikacji polityki spójności...” w 2019 r. mechanizm komunikacji, wynikający z aktualnego stanu wdrażania programów z perspektywy 2014-2020 będzie na etapie „**realizuj/korzystaj**”. W wybranych działaniach RPO powinien rozpocząć się etap „**poleć**” (beneficjenci i uczestnicy projektów) oraz „**zobacz**” (odbiorcy rezultatów/opinia publiczna). Wynika z tego, że działania informacyjno-promocyjne podejmowane przez IZ RPO (w tym IP/IW) muszą służyć przede wszystkim wsparciu beneficjentów w realizacji projektu, a także pomocy uczestnikom projektów w korzystaniu ze wsparcia.

W zależności od stopnia wdrażania programu, istotne będą również cele pronaborowe. Działania muszą również służyć zwiększaniu widoczności efektów polityki spójności.

3. Celami szczegółowymi na 2019 rok będą:
- a. wsparcie beneficjentów w realizacji projektów (poprzez np. szkolenia/warsztaty/zapewnienie opiekunów projektów);
 - b. jak najlepsza jakość składanych wniosków, co w konsekwencji przekłada się na wysoki procent wniosków zatwierdzonych do dofinansowania i większą liczbę podpisanych umów o dofinansowanie;
 - c. jak najwyższy poziom wykorzystania z dostępnej na dany rok alokacji działania/programu;
 - d. podniesienie poziomu świadomości społeczeństwa na temat:
 - różnorodności obszarów wspieranych z FE,
 - widoczności efektów wdrażania FE w najbliższym otoczeniu,
 - wpływu FE na rozwój województwa.
4. Działania podejmowane w 2019 r. przez IZ RPO (w tym IP/IW) powinny być skierowane do konkretnych grup docelowych:
- a. beneficjentów już realizujących projekty (w szczególności przedsiębiorców z sektora MSP),
 - b. potencjalnych beneficjentów (w szczególności przedsiębiorców z sektora MSP), dla których konkursy będą ogłaszane w 2019 r.,
- a także w razie potrzeby:
- a. potencjalnych uczestników projektów,
 - b. uczestników projektów,
 - c. podmiotów wdrażających instrumenty finansowe,
 - d. potencjalnych ostatecznych odbiorców wsparcia z instrumentów finansowych.

Powyższe grupy są grupami priorytetowymi komunikacji w 2019 r.

W związku ze zmianami Rozporządzenia, ważne są również działania mające na celu zwiększanie widoczności rezultatów i oddziaływania FE – dodatkową grupą docelową przy takich działaniach jest **opinia publiczna/odbiorcy rezultatów**.

5. Działania dla beneficjentów koncentrują się na wspieraniu ich w realizacji projektów. IZ RPO informuje i edukuje beneficjentów o zasadach właściwej i skutecznej realizacji projektów w ramach RPO, który wdrażają.
6. Działania dla potencjalnych uczestników projektów koncentrują się na informowaniu o możliwościach, jakie dla nich istnieją w ramach realizowanych projektów oraz na aktywnym zachęcaniu do udziału w nich. IZ RPO informują o wsparciu i /lub bezpłatnych usługach świadczonych przez beneficjentów danego RPO.
7. Działania dla potencjalnych beneficjentów koncentrują się na zadaniach informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych, związanych z prowadzonymi naborami wniosków o dofinansowanie w ramach danego RPO. Intensyfikacja ww. działań powinna dotyczyć zwłaszcza tych naborów, które cieszą się (lub istnieje ryzyko, że cieszyć się będą) mniejszą popularnością, lub tych, w których dotychczas składane wnioski były słabej jakości (lub istnieje ryzyko, że będą słabej jakości).
8. Działania dla opinii publicznej/odbiorców rezultatów koncentrują się na zwiększaniu widoczności efektów polityki spójności. IZ RPO prezentują przykłady projektów zrealizowanych bądź

realizowanych oraz ich efekty. Prezentowanie projektów powinno spełniać następujące uwarunkowania:

- a. projekty powinny spełniać kryteria europejskiej wartości dodanej (EAV),
- b. działania powinny pokazywać wpływ FE na rozwój województwa,
- c. działania powinny pokazywać wpływ FE na osobiste życie mieszkańców województw,
- d. działania powinny pokazywać obszary/projekty w najbliższym otoczeniu mieszkańców.

W przypadku posługiwania się przykładami zrealizowanych lub realizowanych projektów, IZ RPO w pierwszej kolejności posługują się projektami z perspektywy 2014-2020.

Dodatkowo należy zwrócić szczególną uwagę, aby prezentowane projekty miały charakter innowacyjny.

9. W przypadku wdrażania instrumentów finansowych, IZ RPO powinna zadbać, aby informacja o tej formie wsparcia finansowego była równie dostępna, jak w przypadku wsparcia finansowego w formie dotacyjnej.
10. IZ RPO aktywnie włączają się w horyzontalne działania i akcje koordynowane przez Ministerstwo Inwestycji i Rozwoju, w tym m.in. w organizację w regionie wspólnych akcji, np. Dni Otwarte Funduszy Europejskich, we wspólną aktywizującą promocję konkursów RPO, w działania aktywizujące uczestników projektów, w działania promujące efekty polityki spójności, współpracują z MliR w obszarze mediów o szerokim zasięgu, etc.

Tabela 1 Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach RPO w roku 2019

L.P.	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	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu IZ RPO WP	Działania koordynacyjne, w tym współpraca i nadzór nad IP.	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
1.2	Udział w grupach	Działanie wspierające realizację strategii	IZ RPO WP	Działanie polega na uczestnictwie w spotkaniach Grupy Sterującej ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich (MR) z jednostkami zaangażowanymi we wdrażanie środków unijnych w Polsce w celu wypracowania wspólnej polityki informacyjno-promocyjnej. Działanie polega również na spotkaniach grupy roboczej IZ – IP ds. informacji i promocji w celu ustalania wspólnych zadań w zakresie informacji, promocji oraz edukacji.	IK UP/IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
1.3	Współpraca międzynarodowa	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu IZ RPO WP	Działanie obejmuje udział pracowników systemu wdrażania RPO WP zarówno w spotkaniach o charakterze edukacyjnym, jak i informacyjno-promocyjnym, np. open days. Zakładana realizacja zadania obejmuje wyjazdy i delegacje.	IZ RPO WP	Cały rok	10 000 zł
1.4	Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy	Działanie wspierające realizację strategii	IZ RPO WP	W 2018 r. na potrzeby przygotowania sprawozdania rocznego, składanego przez IZ w 2019 r., zleciła wykonanie analizy dotyczącej oceny działań komunikacyjnych wśród grup docelowych swoich programów (art. 56 ust. 3 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013). Wyniki zleconej analizy zostaną przedstawione w styczniu 2019 r.	IZ RPO WP	Styczeń	43 665 zł
1.5	Newsletter	1,2	Potencjalni beneficjenci i beneficjenci	Działanie obejmuje wysyłanie informacji dotyczących RPO WP oraz specjalnych komunikatów dotyczących organizowanych spotkań/szkoleń oraz zmian dokumentów programowych.	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2. Działania informacyjne							
2.1	System informacji - sieć PIFE			Sieć PIFE w województwie podkarpackim prowadzona jest w ramach umowy o numerze DIP/BDG-II/POPT/53/14 z dnia 11.04.2014 r. zawartej między ministrem do spraw rozwoju a Województwem Podkarpackim. W województwie funkcjonuje główny punkt w Rzeszowie i 5 punktów lokalnych w następujących miejscowościach: Mielec, Krosno, Przemyśl, Tarnobrzeg, Sanok. Szczegółowe plany realizacji tego działania na dany rok są przedstawione we Wniosku o przyznanie dotacji celowej na 2019 r. Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z Ministerstwem. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy.			

L.P.	Nazwa działania	Który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Grupy docelowe	Opis działania	Instytucja odpowiedzialna na za realizację	Termin	Planowany budżet
2.2	Portale i serwisy internetowe	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Prowadzenie i bieżąca aktualizacja strony internetowej www.rpo.podkarpackie.pl zawierającej informacje o możliwościach dofinansowania projektów z RPO. W ramach aktualizacji portalu będą zamieszczane przykłady projektów w jęz. polskim i angielskim.	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.3	Baza Wiedzy	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu IZ RPO WP	Uzupełnianie i aktualizowanie informacji w serwisie Baza Wiedzy.	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.4	Mapa Dotacji	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu IZ RPO WP	Stale aktualizowanie bazy projektów na www.mapadotacji.gov.pl . IZ uprosi/uzupełni 3 opisy projektów na Mapie Dotacji UE miesięcznie	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.5	Wyszukiwarka Dotacji	Działanie wspierające realizację strategii	Instytucje systemu IZ RPO WP	Stale aktualizowanie treści na www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.6	Punkty kontaktowe	1,2	Potencjalni beneficjenci i beneficjenci	Działalność punktów kontaktowych udzielających szczegółowych informacji dot. RPO WP. Punkty kontaktowe powstały przy Departamencie Wspierania Przedsiębiorczości (IZ RPO WP) oraz przy Wojewódzkim Urzędzie Pracy (IP). Działalność punktów kontaktowych jest bezkosztowa.	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.7	Współpraca z partnerami	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Współpraca z partnerami, zgodnie z zapisami <i>Strategii komunikacji</i> , (w miarę możliwości) opierała się będzie na wspieraniu organizacji wydawców informacyjno-edukacyjnych nt. RPO WP 2014-2020 i skierowana będzie do partnerów społecznych i gospodarczych, jednostek samorządu terytorialnego, nadawców radiowych i telewizyjnych oraz wydawców prasy. W ramach współpracy realizowane będą przedsięwzięcia informacyjno-promocyjne z jednostkami samorządu terytorialnego, jednostkami naukowymi, przedstawicielami mediów których tematyka i zakres powiązane są z kwestiami Funduszy Europejskich. Wydarzenia te będą miały charakter spotkań, akcji edukacyjnych oraz eventów promocyjnych realizowanych podczas organizowanych przez partnerów własnych wydarzeń. Na chwilę obecną nie jest znany szczegółowo charakter współpracy z partnerami, zostanie on doprecyzowany na początku 2019 r. Na dzień dzisiejszy planowane jest kolejna edycja wydarzenia pn. „Wystartuj z nami – czas na Fundusze Europejskie” realizowane wspólnie z przedsiębiorcami, beneficjentami realizującymi projekty z obszaru EFS, głównie z edukacji oraz BUR-y, powiatowymi urzędami pracy z regionu, mające na celu przekazanie ludziom młodym, przedsiębiorcom informacji o możliwościach realizacji/uczestnictwa w projektach współfinansowanych z RPO WP oraz zachęcające do składania wniosków w ogłaszanych naborach.	IZ RPO WP	Cały rok	200 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
3. Działania edukacyjne							
3.1	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów – szkolenia stacjonarne	1	Potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje organizację szkoleń dla potencjalnych beneficjentów. Wszystkie szkolenia dla potencjalnych beneficjentów realizowane będą zgodnie z zapotrzebowaniem departamentów IZ RPO WP oraz IP i związane są z ogłaszaniem naborami wniosków. Zapotrzebowanie na określoną tematykę szkoleń oraz liczbę uczestników szkoleń znane będzie na początku 2019 r. Realizacja zadania obejmuje wynajęcie eksperta, przygotowanie materiałów informacyjnych związanych z danym szkoleniem, wynajęcie sali, drobny catering oraz w miarę możliwości transmisja on-line szkolenia. Szkolenia te będą miały na celu przekazanie uczestnikom wyspecjalizowanej wiedzy. Poruszane będą zagadnienia m.in. z zakresu pomocy publicznej, opracowania studium wykonalności, oceny oddziaływania na środowisko, prawa zamówień publicznych, prawa budowlanego. Planowany jest udział min. 1000 potencjalnych beneficjentów w organizowanych szkoleniach. Wszystkie organizowane szkolenia zlecane są firmom zewnętrznym, na budżet szkoleń składają się m.in. wynajęcie eksperta, przygotowanie materiałów informacyjnych związanych z danym szkoleniem, wynajęcie sali, drobny catering oraz w miarę możliwości transmisja on-line szkolenia.. IP WUP organizuje spotkania informacyjno-promocyjne dla potencjalnych beneficjentów związane z ogłoszonymi naborami.	IZ RPO WP	Cały rok	150 000 zł
3.2	Szkolenia dla beneficjentów – Szkolenia on-line (e-learning, webinaria, itp.)	-	-	Działanie nie jest planowane	-	-	-
3.3	Szkolenia dla beneficjentów – szkolenia stacjonarne	1,2	Beneficjenci	Działanie obejmuje organizację szkoleń dla beneficjentów. Na chwilę obecną nie jest znana tematyka szkoleń, wszystkie szkolenia dla beneficjentów zrealizowane będą zgodnie z zapotrzebowaniem departamentów IZ RPO WP oraz IP i związane będą z realizowanymi przez beneficjentów projektami. Zapotrzebowanie na określoną tematykę oraz liczbę uczestników szkoleń znane będzie na początku 2019 r. Organizowane szkolenia związane będą w głównej mierze z identyfikowanym potrzebom beneficjentów na poziomie wdrażania projektów. Będą to szkolenia wspierające beneficjentów w prawidłowej realizacji projektów (np. rozliczanie projektów, pomoc publiczna, prawo zamówień publicznych). Planowany jest udział min. 500 beneficjentów w organizowanych szkoleniach. Wszystkie organizowane szkolenia zlecane są firmom zewnętrznym, na budżet szkoleń składają się m.in. wynajęcie eksperta, przygotowanie materiałów informacyjnych związanych z danym szkoleniem, wynajęcie sali, drobny catering	IZ RPO WP	Cały rok	150 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				oraz w miarę możliwości transmisja on-line szkolenia.			
3.4	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów – Szkolenia on-line (e-learning, webinaria, itp.)	-	-	Działanie nie jest planowane	-	-	-
3.5	Spotkania informacyjne dla potencjalnych beneficjentów	1,2	Potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje organizację spotkań informacyjnych dla potencjalnych beneficjentów Programu. Spotkania realizowane będą zgodnie z zapotrzebowaniem departamentów IZ RPO WP oraz IP i związane są z ogłaszaniem naborami wniosków. Spotkania będą miały na celu przekazanie potencjalnym beneficjentom wszelkich niezbędnych informacji związanych z ogłaszaniem naborem, zgodnie z Harmonogramem naborów wniosków na 2019 r. Zapotrzebowanie na określoną tematykę oraz liczbę uczestników szkoleń znane będzie na początku 2019 r. Planowany jest udział min. 100 potencjalnych beneficjentów w organizowanych spotkaniach. Spotkania informacyjne realizowane będą przez pracowników departamentów wdrażających poszczególne osie Programu oraz IP. Na koszty spotkań składają się m.in. przygotowanie materiałów informacyjnych związanych z danym spotkaniem, drobny catering oraz w miarę możliwości transmisja on-line spotkania.	IZ RPO WP	Cały rok	50 000 zł
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/IŻ, ➤ wysłanie informacji o konkursie do PIFE, ➤ wysłanie newslettera z informacją o konkursie lub jeśli instytucja nie dysponuje tym narzędziem, wysłanie informacji o konkursie emailiem, ➤ 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 z: ➤ organizacji spotkań/szkolenia informacyjnego, ➤ organizacji szkolenia z właściwego przygotowania wniosków, ➤ emisja spotów radiowych w stacjach o zasięgu lokalnym i regionalnym,	IZ RPO WP	-	-

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				➤ publikacja informacji o konkursie w mediach społecznościowych.			
4.1.a	Działania dla MŚP		Potencjalni beneficjenci	W ramach działań informacyjno-promocyjno-edukacyjnych dla potencjalnych beneficjentów MŚP realizowane będą: ➤ szkolenia, ➤ spotkania informacyjne, ➤ działania w mediach (prasa, radio, telewizja, Internet, media społecznościowe), ➤ działania informacyjne realizowane w ramach kampanii o szerokim zasięgu, ➤ konferencje/spotkania/uroczyste podpisanie umowy	IZ RPO WP		
4.1.b	Działania dla MŚP		Beneficjenci	W ramach działań informacyjno-promocyjno-edukacyjnych dla beneficjentów MŚP realizowane będą: ➤ szkolenia, ➤ spotkania informacyjne, ➤ działania w mediach (prasa, radio, telewizja, Internet, media społecznościowe), ➤ działania informacyjne realizowane w ramach kampanii o szerokim zasięgu, ➤ działania realizowane w ramach współpracy z partnerami, ➤ promocja efektów realizowanych projektów podczas wyjazdów studyjnych dla przedstawicieli mediów, ➤ współpraca przy organizacji konferencji	IZ RPO WP		
4.2	Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu	1,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Kampania o szerokim zasięgu dotycząca ogłaszanych naborów. Szczegóły dot. kampanii znajdują się w tabeli 3.	IZ RPO WP	Termin realizacji kampanii dostosowany będzie do naborów ogłaszanych przez IZ RPO WP	400 000 zł
4.3	Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)			Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☐ nie ☒			

L.P.	Nazwa działania	Który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Grupy docelowe	Opis działania	Instytucja odpowiedzialna za realizację	Termin	Planowany budżet
		1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje współpracę IZ RPO WP z nadawcami telewizyjnymi przy produkcji i emisji jednorazowych lub cyklicznych programów telewizyjnych o charakterze promocyjnym i informacyjnym w różnorodnych formach, takich jak np. reportaże, debaty, felietony, programy edukacyjne, audycje, spoty. Działanie to obejmuje zarówno produkcję, jak i emisję materiałów. Na tym etapie trudno o wskazanie zarówno konkretnych mediów, jak również tematyki audycji, które uzależnione będą od terminów ogłaszanych naborów wniosków. Będą to informacje o nowych możliwościach finansowania projektów (również przez przyzmat inwestycji już zrealizowanych w ramach FE) - będą Promowane projekty EVA, projekty innowacyjne – współfinansowane ze środków w ramach perspektywy 2014-2020. Działania te, mimo, iż mają odrębny budżet, będą spójne z kampanią o szerokim zasięgu. Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☐ nie ☐	IZ RPO WP	Cały rok (poza okresem realizacji kampanii)	70 000 zł
4.4	Radio (audycje sponsorowane, reklamy)	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje współpracę IZ RPO WP z nadawcami radiowymi przy produkcji i emisji jednorazowych lub cyklicznych programów radiowych o charakterze promocyjnym i informacyjnym w różnorodnych formach, takich jak np. reportaże, debaty, felietony, programy edukacyjne, audycje, spoty. Działanie to obejmuje zarówno produkcję, jak i emisję materiałów. Na tym etapie trudno o wskazanie zarówno konkretnych mediów, jak również tematyki audycji, które uzależnione będą od terminów ogłaszanych naborów wniosków. Będą to informacje o nowych możliwościach finansowania projektów (również przez przyzmat inwestycji już zrealizowanych w ramach FE). Działania te, mimo, iż mają odrębny budżet, będą spójne z kampanią o szerokim zasięgu. Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☐ nie ☐	IZ RPO WP	Cały rok (poza okresem realizacji kampanii)	70 000 zł
4.5	Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)			Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☐ nie ☐			

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
		1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje współpracę IZ RPO WP w zakresie przygotowania i publikacji materiałów prasowych o charakterze informacyjnym, promocyjnym lub poradnikowym w prasie o charakterze lokalnym i regionalnym obejmujące swoim zasięgiem całe województwo podkarpackie. Zamieszczone będą informacje o nowych możliwościach finansowania projektów (również przez przyzmat inwestycji już zrealizowanych w ramach FE) - będą Promowane projekty EVA, projekty innowacyjne – współfinansowane ze środków w ramach perspektywy 2014-2020., ogłoszenia o naborach, informacje związane z organizowanymi spotkaniami. Działania te, mimo, iż mają odrębny budżet, będą spójne z kampanią o szerokim zasięgu. IP WUP umieszcza ogłoszenia prasowe związane z naborami wniosków.	IZ RPO WP	Cały rok (poza okresem realizacji kampanii)	100 000 zł
4.6	Internet (portale, media społecznościowe, publikacje w Internecie)			Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☐ nie ☒			
		1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	W Internecie prowadzone będą m.in. następujące działania: informowanie o możliwościach, jakie potencjalnym beneficjentom dają Fundusze Europejskie w latach 2014-2020, informowanie o efektach, tj. pokazywanie korzyści poprzez przyzmat projektów, które uzyskały dofinansowanie ze środków Unii Europejskiej, w tym przygotowanie odpowiednich materiałów i zakup mediów. Działania prowadzone będą na portalach internetowych obejmujących swoim zasięgiem całe województwo podkarpackie. W mediach społecznościowych, tj. Facebook: RPO WP 2014 – 2020 www.facebook.com/rpomp2020, Twitter: RPO WP https://twitter.com/RPO_WP, Google+: RPO WP 2014 – 2020 https://plus.google.com/11493429428731434.../posts/HW511L18SUF prowadzone będą działania związane z organizowanymi szkoleniami i spotkaniami, informowaniem potencjalnych beneficjentów i beneficjentów o możliwościach wsparcia, promocją projektów współfinansowanych ze środków unijnych, w tym obejmujące m.in. przygotowanie i publikowanie postów graficznych, grafik do postów. Fanpage dedykowany jest osobom zainteresowanym zdobywaniem wiedzy, także z zakresu funduszy unijnych, możliwościami oferowanymi w ich ramach. Planowane jest także wykorzystanie fanpage'a do innych działań informacyjno-promocyjnych w ramach RPO WP.	IZ RPO WP	Cały rok (poza okresem realizacji kampanii)	100 000 zł

L.P.	Nazwa Działania	Który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Grupy docelowe	Opis działania	Instytucja odpowiedzialna za realizację	Termin	Planowany budżet
5. Imprezy otwarte i inne							
5.1	Eventy, pikniki, festyny	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna)	Działanie obejmuje promocję RPO WP oraz Funduszy Europejskich poprzez organizację cyklicznej już imprezy plenarowej na terenie województwa – Podkarpackie Pokazy Lotnicze. Podczas organizacji tego typu wydarzenia mieszkańcy województwa otrzymują kompleksową informację na temat wybranych projektów i beneficjentów realizujących projekty. Podczas organizowanego eventu do współpracy angażowani są beneficjenci, którzy już realizowali lub realizują projekty z Funduszy Europejskich. Prezentacja dobrych praktyk ukazanych przez beneficjentów ma na celu inspirowanie, edukowanie mieszkańców Podkarpacia oraz potencjalnych beneficjentów. Wydarzenie, poprzez pokazanie efektów projektów unijnych, zachęca do sięgania po fundusze w nowej perspektywie, a także tworzy swoistą platformę wymiany doświadczeń pomiędzy beneficjentami a osobami zainteresowanymi sięganiem po dotacje unijne. Uzyskana w ten sposób wiedza praktyczna okazuje się bardzo cenną dla potencjalnych beneficjentów. Podczas eventu organizowane jest tzw. Miasteczko Funduszy Europejskich, w ramach którego beneficjenci, sieć PIFE, IP WUP, IP ROF, partnerzy społeczni udzielają informacji nt. zrealizowanych projektów, możliwości aplikowania o fundusze w nowej perspektywie w ramach programów krajowych, promują swoje projekty i zachęcają do korzystania ze środków unijnych. Na osobnych stanowiskach rozmieszczonych w obrębie Miasteczka Funduszy Europejskich udzielane są konsultacje wszystkim zainteresowanym uzyskaniem wsparcia unijnego z RPO WP, jak również innych programów krajowych, dostępnych dla beneficjentów, zarówno osób indywidualnych, jak i przedstawicieli MSP. Ponadto organizowane są również działania edukacyjne dla uczestników wydarzenia związane z Funduszami Europejskimi. Dodatkowym atutem organizowanej imprezy jest możliwość uzyskania rzetelnych informacji i skonfrontowania swoich pomysłów ze specjalistami ds. funduszy Europejskich, którzy są dostępni przez cały czas trwania imprezy oraz udzielają konsultacji wszystkim chętnym. Jest to doskonała możliwość wyjścia naprzeciw oczekiwaniom informacyjnym mieszkańców oraz promocji i kreowania pozytywnego wizerunku punktów informacyjnych jako miejsc otwartych, gdzie zawsze można otrzymać rzetelną, profesjonalną i jednocześnie przystępną informację. Impreza Podkarpackie Pokazy Lotnicze zostanie zorganizowana w II połowie 2019 r. Celem imprezy jest promocja RPO WP 2014-2020 oraz Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim. W szczególności promowane będą inteligentne specjalizacje, w tym głównie lotnictwo i kosmonautyka. Podkarpackie Pokazy Lotnicze są cykliczną imprezą promującą lotnictwo. Ten wybór jest nieprzypadkowy. Lotnictwo i kosmonautyka to jedna z tzw. inteligentnych specjalizacji regionu. W kolejnych latach takie pokazy planowane są m.in. w	IZ RPO WP	II półrocze	390 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				miastach które również mają tradycje lotnicze. Podkarpacie to obszar lotniczy. Ma to odzwierciedlenie w Regionalnej Strategii Innowacji, gdzie wskazywano tzw. inteligentne specjalizacje regionu. To czołowe sektory regionalnej gospodarki, które mają największy potencjał rozwoju i najszybciej mogą wygenerować nowe miejsca pracy. W Regionalnej Strategii Rozwoju woj. podkarpackiego jako wiodące zostały zapisane lotnictwo i kosmonautyka – przedsiębiorcy z tej branży mają więc największe szanse na dostęp do środków unijnych. Samorząd liczy na rozwój „potencjału produkcyjnego, wdrożenie najnowocześniejszych technologii, budowę nowych centrów badawczo-rozwojowych i biur konstrukcyjnych. Planowany jest udział ok. 25 000 uczestników wydarzenia. Szczegółowy scenariusz wydarzenia zostanie opracowany w I kwartale 2019 r.			
5.2	Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy, konferencja RPO WP, itp.	1,2,3,4	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów, liderzy zmian, media	Działanie obejmuje organizację konferencji prasowych, spotkań roboczych, spotkań o charakterze informacyjno-promocyjnym. Na tym etapie trudno o wskazanie tematyki spotkań dla przedstawicieli mediów – prawdopodobnie, w zależności od terminów ogłaszanych naborów wniosków, będą to informacje dla potencjalnych beneficjentów o możliwościach realizacji projektów, jak również informacja o nowych możliwościach finansowania projektów dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów (również przez pryzmat inwestycji już zrealizowanych w ramach FE). Ilość i terminy wydarzeń będą uzależnione od ilości ogłaszanych naborów wniosków.	IZ RPO WP	Cały rok	50 000 zł
5.3	Dni Otwarte Funduszy Europejskich	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna)	Działanie obejmuje aktywne włączenie się w organizację DOFE poprzez przekazanie projektów unijnych realizowanych/ zrealizowanych dzięki FE. Organizacja w regionie akcji promocyjnej Dni Otwarte Funduszy Europejskich oraz zapewnienie atrakcji, w ramach cyklicznej akcji informacyjno-promocyjnej. W działania związane z organizacją DOFE włączani będą beneficjenci Funduszy Europejskich. Założona kwota jest kwotą orientacyjną a szczegółowe działania (w tym szczegółowy scenariusz) będą opracowywane w I kwartale 2019 roku. IZ RPO WP będzie odpowiedzialna za organizację DOFE w województwie (w tym w siedzibach beneficjentów), zapewnienie dodatkowych atrakcji towarzyszących oraz za regionalną promocję DOFE. IP ROF oraz IP WUP współpracują z IK UP przy organizacji Dni Otwartych Funduszy Europejskich.	IZ RPO WP	Maj	250 000 zł
5.4	Spotkania informacyjno-promocyjne	1,2,3,4	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów, liderzy zmian, media	Udział i organizacja spotkań informacyjno-promocyjnych dotyczących RPO WP (w tym we współpracy z partnerami społeczno-gospodarczymi, jednostkami samorządu terytorialnego, publicznych i prywatnych nadawców radiowych i telewizyjnych oraz wydawców prasy).	IZ RPO WP	Cały rok	50 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
5.5	Wyjazdy studyjne	1,2,3,4	Odbiorcy rezultatów (opinia publiczna), media	Działanie obejmuje organizację min. dwóch wyjazdów studyjnych dla przedstawicieli mediów promujących projekty zrealizowane z Funduszy Europejskich na terenie województwa podkarpackiego. W wyjazdy studyjne zaangażowani będą beneficjenci Funduszy Europejskich oraz partnerzy społeczni. Planowany jest jeden wyjazd jednodniowy oraz jeden wyjazd dwudniowy. Efektem organizowanych wyjazdów studyjnych dla przedstawicieli mediów są felietony telewizyjne, felietony radiowe, artykuły prasowe oraz artykuły na portalach internetowych związane z promocją projektów realizowanych z Funduszy Europejskich ze środków z perspektywy finansowej 2014-2020.	IZ RPO WP	Cały rok	70 000 zł
6. Konkursy							
6.1	Konkursy promocyjne	1,2,3,4	Potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów, liderzy zmian, media	Organizacja konkursu dla beneficjentów realizujących projekty współfinansowane z Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim. Na chwilę obecną nie jest jeszcze znany dokładny zakres organizowanego konkursu – IZ RPO WP planuje w ramach realizowanego m.in. działania: ➤ stworzenie dedykowanej strony konkursu, ➤ promocja konkursu, ➤ organizacja konkursu wraz z wyłonieniem zwycięzców, ➤ promocja efektów konkursu – np. wydawnictwa zwarte. Celem konkursu jest poprzez pokazanie projektów już zrealizowanych, zachęcenie potencjalnych beneficjentów do składania wniosków w ogłaszanych naborach. Przede wszystkim, poprzez przyznanie projektów już zrealizowanych w naborach trudnych/niepopularnych/problematycznych/o słabej jakości składanych wniosków związanych np. z integracją społeczną/włączeniem społecznym, przedsiębiorczością w zakresie B+R, IZ RPO WP pragnie zachęcić potencjalnych beneficjentów do składania wniosków. Działanie to wpisuje się w kierunki i priorytety na 2019 r. Działanie to ma na celu służyć zwiększeniu widoczności efektów polityki spójności, podniesieniu poziomu świadomości społeczeństwa na temat różnorodności obszarów wspieranych z FE, widoczności efektów wdrażania FE w najbliższym otoczeniu, wpływu FE na rozwój województwa. Działanie to skierowane będzie do konkretnych grup docelowych, tj. a. beneficjentów już realizujących projekty (w szczególności przedsiębiorców z sektora MSP), b. potencjalnych beneficjentów (w szczególności przedsiębiorców z sektora MSP), dla których konkursy będą ogłaszane w 2019 r. c. opinii publicznej/odbiorców rezultatów. Działanie to koncentrować się będzie na informowaniu o możliwościach, jakie istnieją dla potencjalnych beneficjentów w ramach realizowanych projektów oraz	IZ RPO WP	Cały rok	200 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				na aktywnym zachęcaniu do udziału w nich.			
7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych							
7.1	Publikacje (drukowane i elektroniczne)	1,2,3,4	Ogół społeczeństwa, beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje publikację, m.in. biuletynu informacyjnego, będącego kontynuacją publikacji wydawanej regularnie od 2010 r. Biuletyn „Zobacz zmiany” jest rozsyłany do beneficjentów, potencjalnych beneficjentów oraz dystrybuowany podczas szkoleń, konferencji, eventów oraz w punktach PIFE. Ponadto, biuletyn wydawany będzie w wersji na urządzenia mobilne jako e-biuletyn. W ciągu roku planowane są 4 numery biuletynu (jeden raz na kwartał) w nakładzie 200 szt. jednego numeru. Dodatkowo wydrukowane zostaną ulotki, broszury oraz foldery informacyjne nt. Programu, które rozdysponowane zostaną poprzez Sieć PIFE, podczas szkoleń dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów oraz wydarzeń promocyjnych organizowanych przez IZ RPO WP.	IZ RPO WP	Cały rok	120 000 zł
7.2	Materiały promocyjne typu gadżety	4	Ogół społeczeństwa	Działanie polega na zakupie materiałów promujących RPO WP. Materiały przeznaczone będą dla beneficjentów i traktowane jako materiały informacyjne na organizowanych szkoleniach, konferencjach czy dystrybuowane np. w formie nagród konkursowych, w tym działań związanych z DOFE. Dystrybucja materiałów będzie następowała na bieżąco, w ciągu całego roku kalendarzowego, podczas konsultacji, spotkań, szkoleń, targów. Będą to w szczególności notesy, długopisy, nośniki USB, kubki, teczki, torby na materiały konferencyjne. IZ RPO WP zakupi również kalendarze na 2019 rok z wykorzystaniem zdjęć powstałych inwestycji/realizowanych projektów z RPO WP w regionie. Kładziony będzie nacisk na to, by kupowane materiały miały najwyższy walor użytkowy, promocyjny oraz by w największym stopniu realizowały cele informacyjne oraz by ich dystrybucja niosła za sobą przede wszystkim wartość komunikacyjną, nie upominkową. IZ RPO WP zleci wykonanie zdjęć dokumentujących powstałe inwestycje i realizowane projekty współfinansowane z RPO WP.	IZ RPO WP	Cały rok	100 000 zł
7.3	Inne	Działanie wspierające realizację strategii	IZ RPO/ instytucje systemu	IZ RPO WP zleci wykonanie zdjęć dokumentujących powstałe inwestycje i realizowane projekty współfinansowane z RPO WP.	IZ RPO WP	Cały rok	20 000 zł
		Działanie wspierające realizację strategii	Ogół społeczeństwa, beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Monitoring mediów, obejmujący wiadomości z prasy, telewizji, radia oraz źródeł internetowych na tematy związane z FE w regionie, w szczególności RPO WP.	IZ RPO WP	Cały rok	6 335 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
W informacjach dotyczących przedsięwzięć o charakterze informacyjnym/edukacyjnym zostanie umieszczony komunikat o możliwościach zgłoszenia potrzeb potencjalnych i faktycznych beneficjentów, wynikających z ich niepełnosprawności. W zależności od zgłoszonych potrzeb będzie możliwość np. zapewnienia tłumacza języka migowego, czy pomocy przy poruszaniu się. W wymaganiach, jakie powinni spełniać wykonawcy zadań informacyjnych i edukacyjnych, zostaną określone ułatwienia dla osób niepełnosprawnych, np. podjazdy i windy w obiektach, w których realizowane będzie zadanie.							
ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU					2 600 000,00 zł		

5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji

Tabela 2. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji RPO WP w roku 2019

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta w roku 2015	Wartość osiągnięta na rok 2016	Wartość osiągnięta na 2017	Wartość docelowa 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 podkarpackiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach programu	Liczba odwiedzin portalu internetowego RPO WP	0	1 200 000	3 000 000	8 200 000	15 200 000	20 200 000				10 000 000
	Liczba działań informacyjnych-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania	0	1	2	3	4	5				6
	Znajomość w województwie podkarpackim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich	37%	-	24%	-	Dane z MIIR	-				46%
	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w województwie podkarpackim w ramach programu	0	2 018	5 045	6 454	7 454	8 454				5 000
	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego	0	23 856	51 279	77 408	Dane z MIIR	Dane z MIIR				135 000 ¹
Komunikacja Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim wspiera beneficjentów RPO WP w realizacji projektów.	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa podkarpackiego dot. realizacji projektów	0	68	116	155	Dane z MIIR	Dane z MIIR				936 ²
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w województwie podkarpackim	0	40	825	2 974	3 474	3 974				3 000
Komunikacja Funduszy Europejskich	Liczba działań informacyjnych-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu	0	0	0	0	0	0				3

¹ Jest to wartość docelowa na 2020 rok.

² Jest to wartość docelowa na 2020 rok.

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta w roku 2015	Wartość osiągnięta na rok 2016	Wartość osiągnięta na 2017	Wartość docelowa 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
zapewnia mieszkańcom województwa podkarpackiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich	operacyjnego										
	Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w województwie podkarpackim	90%	-	94%	-	Dane MIIR	-				93%
	Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczane są FE w województwie podkarpackim.	45%	-	26%	-	Dane MIIR	-				51%
	Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa podkarpackiego	77%	-	81%	-	Dane MIIR	-				82%
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców województwa dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim.	Odsetek mieszkańców dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa podkarpackiego	89%	-	89%	-	Dane MIIR	-				94%
	Odsetek mieszkańców województwa podkarpackiego uważających, że osobiście korzystają oni z FE	63%	-	80%	-	Dane MIIR	-				66%

6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

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

1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania	IZ RPO WP	
2. Nazwa działania	Kampania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 związana z ogłaszaniem naborami	
3. Główny komunikat	Głównym komunikatem będzie przede wszystkim informacja o naborach wniosków/ możliwościach skorzystania z dofinansowania z konkretnych form wsparcia z Funduszy Europejskich (RPO WP) w ramach nowych środków na lata 2014-2020. W drugiej fazie kampanii przekazywana będzie również informacja o trwających/zakończonych inwestycjach.	
4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte)	Cel kampanii: wzrost liczby osób poinformowanych o organizowanych naborach wniosków o dofinansowanie w ramach RPO WP 2014-2020, upowszechnienie wiedzy na temat korzyści płynących z wykorzystania FE, wypromowanie Funduszy Europejskich jako najważniejszego narzędzia, które ma wzmocnić i efektywnie wykorzystać gospodarczy i społeczny potencjał regionu dla rozwoju województwa. Najważniejszym efektem realizacji kampanii będzie większa ilość złożonych wniosków (w tym wniosków dobrej jakości) w organizowanych przez IZ RPO WP naborach.	
5. Opis działania		
a) Skrótowy opis działania	W kampanii nacisk położony zostanie na przekazanie grupie docelowej informacji dot. naborów wniosków o dofinansowanie w ramach RPO WP (w tym m.in.: konkursów, sposobach ubiegania się o aplikowanie po środki, zasadach realizacji projektów). Dodatkowym, uzupełniającym elementem kampanii będzie informacja o źródłach informacji o FE ze szczególnym uwzględnieniem strony internetowej RPO WP oraz Sieci PIFE funkcjonującej w regionie oraz informacja o trwających lub zakończonych inwestycjach współfinansowanych z Funduszy Europejskich.	
b) Grupa docelowa	Kampania adresowana będzie do potencjalnych beneficjentów Programu (poszczególne elementy również do ściśle określonych potencjalnych beneficjentów), a w drugiej fazie również do ogółu społeczeństwa. Grupa docelowa kampanii zostanie skonkretyzowana na etapie postępowania przetargowego ogłaszanego w 2019 r. i będzie zgodna z grupami potencjalnych beneficjentów do których skierowane będą ogłaszane nabory. Grupa docelowa kampanii o szerokim zasięgu będzie rozszerzona w momencie zaakceptowania harmonogramu naborów wniosków na 2019 r. i zostanie uszczegółowiona na etapie postępowania przetargowego.	
c) Zasięg terytorialny działania	województwo podkarpackie	
d) Narzędzia oraz szczegółowy budżet	Na chwilę obecną nie można jednoznacznie wskazać jakie narzędzia zostaną wykorzystane podczas realizacji kampanii informacyjno-promocyjnej. Cała koncepcja kampanii zostanie przedstawiona na etapie składania ofert przez potencjalnych wykonawców kampanii w ogłoszonym przez IZ RPO WP postępowaniu przetargowym. Działania w ramach kampanii realizowane są z reguły w prasie, radiu, telewizji, Internecie i mediach społecznościowych. Często też wykorzystywane są narzędzia outdoorowe.	
	BUDŻET ŁĄCZNIE	400 000 PLN
e) Termin realizacji	Termin realizacji kampanii dostosowany będzie do naborów ogłaszanych przez IZ RPO WP.	
f) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	Ostateczny dobór narzędzi komunikacji zostanie określony po przeprowadzonym postępowaniu przetargowym. Poziom estymowanych wskaźników zostanie określony w dokumentach przetargowych i zrealizowany przez wykonawcę zewnętrznego, zgodnie z proponowanym media planem. Na chwilę obecną nie można jednoznacznie określić, jakie wskaźniki zostaną użyte w przypadku narzędzi, które zostaną uwzględnione w postępowaniu przetargowym na	

	realizację kampanii. Poziom estymowanych wskaźników zostanie podany przez Wykonawcę kampanii na etapie realizacji przedmiotu umowy.
6. Uzasadnienie działania	Podejmowane w ramach kampanii działania realizują cele: 1 i 4. ✓ Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z gr. docelową programu <u>TAK/NIE</u> ✓ Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji <u>TAK/NIE</u> ✓ Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej <u>TAK/NIE</u> ✓ Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej <u>TAK/NIE</u> ✓ Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego <u>TAK/NIE</u> ✓ Zasada uzupełniania się komunikatów <u>TAK/NIE</u> Ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami – IZ RPO planuje uwzględnić potrzeby osób z niepełnosprawnościami przy realizacji narzędzi kampanii (np. w przypadku audycji telewizyjnych zostanie zastosowana transkrypcja tekstowa).
7. Osoba do kontaktu	Imię i nazwisko: Wioletta Rejman Numer telefonu: 17 747 64 86 Adres mailowy: w.rejman@podkarpackie.pl

WICEMARSZAŁEK WOJEWÓDZTWA

Bogdan Romaniuk

Bogdan Romaniuk