

UCHWAŁA Nr 102 / 2437 / 19
ZARZĄDU WOJEWÓDZTWA PODKARPACKIEGO
w RZESZOWIE
z dnia 3 grudnia 2019r.

w sprawie przyjęcia *Rocznego planu działań informacyjnych i promocyjnych Instytucji Zarządzającej Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 na 2020 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 2019 r., poz. 512 ze zm.), art. 25 pkt 1) ustawy z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (t.j. Dz. U. z 2019 r. poz. 1295 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 2018 r. poz. 1431 z późn. zm.) oraz *Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020*,

Zarząd Województwa Podkarpackiego w Rzeszowie
uchwala, co następuje:

§ 1

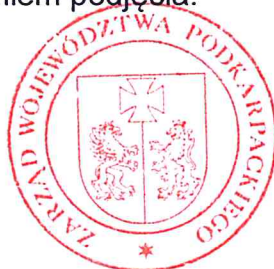
Przyjmuje się *Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych Instytucji Zarządzającej Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Podkarpackiego na lata 2014-2020 na 2020 rok*, który stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

Wykonanie uchwały powierza się Marszałkowi Województwa Podkarpackiego.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.



WICEMARSZAŁEK WOJEWÓDZTWA
Piotr Pilch

Załącznik do Uchwały Nr 102/2437/19
Zarządu Województwa Podkarpackiego
w Rzeszowie
z dnia 3 grudnia 2019r.

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



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejskie Fundusze
Strukturalne i Inwestycyjne



grudzień 2019 r.

Spis treści

1. Wstęp.....	3
2. Podstawy opracowania Roczno 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 2020	7
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2020	8
Tabela 1 Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach RPO w roku 2020 .	11
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji.....	22
6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu....	24

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 Promocji Turystyki i Współpracy Gospodarczej

Urząd Marszałkowski Województwa Podkarpackiego

Al. Łukasza Cieplińskiego 4

35-010 Rzeszów

e-mail: pg@podkarpackie.pl

tel. 17 747 66 00

osoba do kontaktu: Joanna Skrzypek

e-mail: j.skrzypek@podkarpackie.pl

tel. 17 773 60 61

2. Podstawy opracowania Roczego 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 rozpoznawalności i wiedzy o Funduszach Europejskich w społeczeństwie polskim. Raport dla Województwa Podkarpackiego. Edycja 2018

Z przeprowadzonego badania wynika, że:

- 95%+ mieszkańców województwa podkarpackiego zetknęło się z pojęciami: Fundusze Europejskie lub Fundusze Unijne (o 4 p.p. więcej niż przeciętnie w kraju). Wartość wzrosła w porównaniu z 2014 rokiem o 5 p.p. W bieżącym pomiarze 84%+ osób dodatkowo wie, co oznaczają te określenia (o 18 p.p. więcej niż przeciętnie w kraju i częściej niż w pomiarze z 2014 roku – odsetek kształtował się wtedy na poziomie 60%), natomiast 11%- zetknęło się z nimi, ale nie potrafi powiedzieć, co za nimi stoi (spadek o 19 p.p. w porównaniu z 2014 rokiem).
- Pod pojęciem Funduszy Europejskich lub Unijnych mieszkańcy regionu rozumieją pomoc finansową i dotacje skierowane na określone inwestycje (47%+), ogólną pomoc finansową, jaka jest przyznawana na rozwój Polski (20%-) oraz wspólne pieniądze krajów członkowskich (12%).
- Poziom swojej wiedzy na temat FE mieszkańcy regionu subiektywnie oceniają średnio na 2,78 pkt. (na 6-stopniowej skali, gdzie 1 oznacza „nie wiem o nich prawie nic”, a 6 – „wiem o nich bardzo dużo”). Jest to wynik niższy od średniej krajowej, która wynosi 2,84 pkt. Wartość wskaźnika wzrosła jednak w regionie w porównaniu z 2016 rokiem (2,42 pkt.).
- Poziom zainteresowania tematyką FE na Podkarpaciu nie odbiega od średniej krajowej i wynosi 41%. Jest to wynik o 11 p.p. niższy niż ten odnotowany w 2016 roku (52%). Największym zainteresowaniem cieszą się tematy dotyczące tego, kto może ubiegać się o dofinansowanie (69%+ – najwyższy wskaźnik w kraju), w jaki sposób można się o nie ubiegać (54%+ – najwyższy wskaźnik w kraju) oraz celów, na które przeznaczane są środki (45%-).
- Zdaniem większości (77%+) mieszkańców województwa podkarpackiego Fundusze Europejskie są dobrze wykorzystywane (najwyższy wskaźnik spośród wszystkich województw – o 16 p.p. wyższy niż średnia krajowa; wzrost o 11 p.p. w porównaniu z 2016 rokiem), 2%- jest odmiennego zdania (najniższy wskaźnik w skali kraju; spadek o 5 p.p. w porównaniu z poprzednim pomiarem).
- Zdaniem badanych, dzięki Funduszom Europejskim najbardziej zyskały przedsiębiorstwa prywatne lub państwowe (48%+) oraz rolnicy (47%+), a w dalszej kolejności także bezrobotni (14%+) oraz samorządy (13%).
- Według zdecydowanej większości badanych Fundusze Europejskie przyczyniają się do rozwoju Polski (91%+). Wynik jest zbliżony do pomiarów z lat 2014 i 2016.
- Wśród działań, na które przeznaczane są środki unijne, najczęściej wymienia się projekty związane z infrastrukturą drogową (52%+), dopłaty dla rolników (44%+), a także rozwój infrastruktury przemysłowej (38%+), edukacyjnej (21%) oraz infrastruktury ogólnie (21%). Ponad połowa badanych (57%+) poproszona o wymienienie konkretnego przedsięwzięcia czy

projektu zrealizowanego z FE wskazała na projekty związane z infrastrukturą drogową (autostrady, drogi, obwodnice), 15%+ – na przedsięwzięcia rozwijające infrastrukturę sportową (boiska, hale sportowe, baseny), a 14%+ – na dopłaty dla rolników.

- Zdaniem badanych z FE powinno się dofinansowywać rozwój infrastruktury przemysłowej (hale, fabryki, zakłady pracy – 33%+) i drogowej (31%+), środki powinny się także przeznaczać na dopłaty dla rolników (24%+).
- Blisko połowa (45%) mieszkańców podkarpackiego wie, że w ramach Funduszy Europejskich jest pula przeznaczana wyłącznie dla ich województwa. Jest to wynik zbliżony do średniej krajowej i wyników pomiarów z poprzednich lat.
- Zdecydowana większość mieszkańców województwa podziela opinię, że FE przyczyniają się do rozwoju ich regionu (93%+). Jest to najwyższy wynik w kraju (wyższy od przeciętnego o 9 p.p.), stabilny na tle lat 2014 i 2016.
- Wśród działań, na które przeznaczane są środki unijne w województwie, respondenci wymieniają infrastrukturę drogową (65%+) i przemysłową (30%+), dopłaty dla rolników (29%+).
- Podobnie jak w przypadku środków przeznaczanych na cele ogólnopolskie, również FE w województwie zdaniem respondentów powinny być kierowane na infrastrukturę drogową (34%+) i przemysłową (32%+) oraz na dopłaty dla rolników (19%+).
- Odsetek osób, które zauważają poprawę jakości życia Polaków dzięki wykorzystaniu środków unijnych, wzrósł o 9 p.p. w stosunku do roku 2014 i wynosi obecnie 93%+. Zmiany w najbliższym otoczeniu zauważa 80%+ mieszkańców regionu – jest to najwyższy wskaźnik w kraju, większy od średniej krajowej o 10 p.p. (wartość nie zmieniła się w stosunku do poprzednich pomiarów). Wśród zauważalnych zmian badani wymieniają budowę nowej infrastruktury drogowej (52%+), poprawę stanu istniejących dróg (44%+) oraz budowę nowej infrastruktury miejskiej (26%).
- Na pytanie o to, co umożliwiają fundusze unijne, mieszkańcy Podkarpacia wskazywali na wygodniejsze podróżowanie (23%+), lepsze życie (21%+) oraz możliwość korzystania z lepszej infrastruktury (11%). Jedna czwarta badanych nie potrafiła odpowiedzieć na tak zadane pytanie (27%-).
- Dwie trzecie mieszkańców województwa (67%) uważa, że osobiście skorzystało na zmianach zachodzących dzięki FE – jest to wynik o 13 p.p. niższy niż w 2016 roku. Mieszkańcy regionu deklarują, że korzystają przede wszystkim z lepszej infrastruktury (86%+) oraz z lepszego wyposażenia obiektów użyteczności publicznej (11%).
- 61%+ badanych zna osobę, która skorzystała z FE lub ze zmian, które dzięki nim zachodzą – jest to jeden z najwyższych wskaźników w kraju (15 p.p. powyżej średniej; o 5 p.p. więcej niż w 2016 roku). Korzyści te dotyczą głównie dopłat dla rolników (56%+), wsparcia dla przedsiębiorców (18%) oraz lepszej infrastruktury / łatwiejszego dostępu do obiektów użyteczności publicznej (15%).
- Co dziesiąty mieszkaniec Podkarpacia (11%-) uczestniczył w przedsięwzięciach/szkoleniach finansowanych z FE. Jest to wynik niższy o 7 p.p. od średniej krajowej, wartość podobna do pomiaru z 2016 roku.

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%).

„Wykonanie analizy działań informacyjno – promocyjnych prowadzonych przez Instytucję Zarządzającą RPO WP na lata 2014-2020 w ramach Strategii komunikacji RPO WP oraz Rocznych Planach Działań informacyjno – promocyjnych RPO WP wraz ze sporządzeniem raportu końcowego z wykonanej analizy.”

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

Wnioski i rekomendacje z analizy:

- przyjęte w Strategii Komunikacji RPO WP na lata 2014-2020 zasady prowadzenia działań informacyjno-komunikacyjnych i towarzyszące im formy kontaktu z beneficjentami oraz potencjalnymi beneficjentami są trafne;
- niektóre wskaźniki osiągnięto w dwu- lub nawet trzykrotnym nadwykonaniu (liczba szkoleń dla beneficjentów, liczba uczestników w ramach szkoleń dedykowanych potencjalnym i faktycznym beneficjentom);
- część tekstów ma właściwą wartość indeksu FOG (poniżej 13), jednakże wśród badanych materiałów znalazły się teksty o większej wartości tego indeksu;
- analiza słów kluczowych pokazała właściwą budowę tekstów ocenianą przez pryzmat nasycenia ich występowaniem w badanych dokumentach;
- analiza wyników badania ankietowego z uczestnikami szkoleń wykazała, że badani w przypadku większości kryteriów z roku na rok coraz lepiej oceniają realizowane szkolenia, zaś wysoki poziom uzyskanych ocen jaki został osiągnięty w 2018 roku będzie bardzo trudny do poprawienia;
- pojęcie „Fundusze Europejskie” identyfikowane jest jako: pomoc finansowa \ dotacje skierowane na określony projekt, inwestycje, ogólnie pomoc finansowa, pomoc UE. Badani sądzą, że są to fundusze \ środki na rozwój kraju, wsparcie przedsiębiorczości (zakładanie i rozwój firm), środki na rozwój regionów oraz środki na rozwój rolnictwa \ dopłaty do rolnictwa;
- badani z informacjami na temat FE spotykali się najczęściej w Internecie, w telewizji i urzędach;
- ankietowani kojarzą FE bardzo pozytywnie, są dla nich środkami, które pozwalają żyć i rozwijać się na poziomie zarówno kraju, jak i regionu;
- badani znają logo marki FE oraz logo Podkarpackie;
- dwie trzecie badanych było świadomych, że wydarzenia w których uczestniczą są finansowane ze środków europejskich.

3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2020

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, prezentacje projektów beneficjentów i korzyści z nich płynących dla mieszkańców).
2. Krótkie, merytoryczne konferencje prasowe na bieżące istotne tematy 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. Zaangażowanie beneficjentów w działania promujące efekty Polityki Spójności, zachęcanie beneficjentów do bycia „ambasadorami FE”.
7. 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.
8. Wykorzystywanie mediów społecznościowych do efektywnego dotarcia do wyselekcjonowanych grup docelowych RPO (aktywne moderowanie kanałów mediów społecznościowych - zaangażowanie w komentowanie, udostępnianie, w celu generowania interakcji i przyciągnięcia jak największej liczby fanów profilu).
9. 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.
10. 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.
11. Tworzenie treści na stronach IZ RPO zgodnie z zasadami SEO (m.in. prosty język, zastosowanie słów kluczowych, content marketing, właściwy kod strony).
12. Prezentowanie na stronach internetowych podstawowych informacji dotyczących stopnia realizacji Programu (w tym liczba złożonych wniosków, liczba podpisanych umów, stopień kontraktacji, wykorzystanie alokacji).
13. Dostarczanie contentu na profil Fundusze Europejskie na FB, kanał Fundusze Europejskie na YT oraz profil Funduszy Europejskich na Instagramie.
14. Newslettery z treściami przydatnymi beneficjentom i potencjalnym beneficjentom.
15. Korzystanie z Bazy Wiedzy o Funduszach Europejskich.
16. Uczestnictwo w targach branżowych (w przypadku, gdy odwiedzającymi targi są faktycznie grupy potencjalnych beneficjentów lub beneficjentów).
17. Uczestnictwo w charakterze panelistów i ekspertów w seminariach, konferencjach, warsztatach oraz audycjach telewizyjnych i radiowych tematycznie powiązanych z obszarem wsparcia RPO.

18. W miarę możliwości współpraca z liderami opinii: ekspertami, liderami forów społecznych i gospodarczych, osobami popularnymi często prezentującymi swoje poglądy.
19. Współpraca z IK UP przy przygotowywaniu i promowaniu informacji dotyczących naborów do konkursów oraz projektów dla ludzi młodych.
20. 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).
21. Współpraca z liderami zmian – beneficjentami i korzystanie z ich potencjałów promocyjnych oraz wspieranie beneficjentów w prowadzeniu przez nich działań promujących projekty.
22. Upraszczenie dokumentacji konkursowej zgodnie z zasadami 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.
6. Działania edukacyjne oraz popularyzujące używanie prostego języka wśród pracowników instytucji.

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.

4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2020

1. Przy opracowaniu RPD 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 2020 r. mechanizm komunikacji, wynikający z aktualnego stanu wdrażania programów z perspektywy 2014-2020 będzie na etapie „realizuj/korzystaj”. W większości 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 prezentacji efektów wykorzystania Funduszy Europejskich

w regionie, a także wsparciu beneficjentów w realizacji projektu i pomocy uczestnikom projektów w korzystaniu ze wsparcia.

Działania muszą służyć zwiększaniu widoczności efektów polityki spójności.

W zależności od stopnia wdrażania programu, istotne będą również cele pronaborowe.

3. Celami szczegółowymi na 2020 rok będą:

- a. eksponowanie i promowanie zmian w najbliższym otoczeniu generowanych przez projekty współfinansowane przez politykę spójności;
- b. wsparcie beneficjentów w realizacji projektów (poprzez np. szkolenia/warsztaty/zapewnienie opiekunów projektów);
- c. jak najlepsza jakość składanych wniosków, co w konsekwencji przekłada się na wysoki procent wniosków zatwierdzonych do dofinansowania i większą liczbę podpisanych umów o dofinansowanie;
- d. jak najwyższy poziom wykorzystania z dostępnej na dany rok alokacji działania/programu;
- e. 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 2020 r. przez IZ RPO (w tym IP/IW) powinny być skierowane do konkretnych grup docelowych:

- a. opinii publicznej/odbiorców rezultatów (w związku ze zmianami Rozporządzenia, bardzo ważne są działania mające na celu zwiększanie widoczności rezultatów i oddziaływania FE),
- b. beneficjentów już realizujących projekty (w szczególności przedsiębiorców z sektora MSP),
- c. potencjalnych beneficjentów (w szczególności przedsiębiorców z sektora MSP), dla których konkursy będą ogłaszane w 2020 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 2020 r.

5. 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 posługują się projektami z perspektywy 2014-2020.

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

6. 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.
7. IZ motywuje, zachęca i wspiera beneficjentów w podejmowaniu działań promocyjnych projektów (w tym autopromocji projektu/projektów).
8. 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.

9. 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).
10. 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.
11. 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 2020

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	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 2020 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 ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
2.2	Informowanie o wydarzeniach, eventach, podpisywaniu umów			Cykliczne przekazywanie informacji do IK UP na temat uroczystości i innych inicjatyw własnych lub beneficjentów związanych z konferencjami, wydarzeniami, z podpisywaniem umów, otwarciem/oddawaniem do użytku projektów, etc.	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.3	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., które będą zamieszczane równolegle na Mapie Dotacji	IZ RPO WP	Cały rok	0 zł
2.4	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
2.5	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
2.6	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
2.7	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
2.8	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 wydarzeń 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 2020 r. Na dzień dzisiejszy planowana jest kolejna edycja wydarzenia pn. „Wystartuj	IZ RPO WP	Cały rok	300 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				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.			
3. Działania edukacyjne							
3.1	Szkolenia dla beneficjentów – szkolenia stacjonarne	1,2	Beneficjenci	Działanie obejmuje organizację ok. 20 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 szkoleń znane będzie na początku 2020 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. 1000 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.	IZ RPO WP	Cały rok	100 000 zł
3.2	Szkolenia dla beneficjentów – Szkolenia on-line (e-learning, webinaria, itp.)	-	-	Działanie nie jest planowane			
3.3	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 znane będzie na początku 2020 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. 500 potencjalnych beneficjentów w organizowanych	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
				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.			
3.4	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów – Szkolenia on-line (e-learning, webinaria, itp.)	-	-	Działanie nie jest planowane	-	-	-
3.5	Spotkania informacyjne, szkolenia dla pracowników systemu wdrażania			Działanie obejmuje organizację spotkań informacyjnych oraz szkoleń dla pracowników systemu wdrażania. Spotkania realizowane będą zgodnie z zapotrzebowaniem departamentów IZ RPO WP oraz IP.	IZ RPO WP	Cały rok	20 000 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 PIJE, ➤ wysłanie newslettera z informacją o konkursie lub jeśli instytucja nie dysponuje tym narzędziem, wysłanie informacji o konkursie emailem, ➤ wysłanie notatki prasowej na temat ogłaszanego konkursu. Nabory/konkursy na trudniejsze/ mało popularne działania objęte zostaną rozszerzonym pakietem działań promocyjnych, na który składać się będzie dodatkowo z: ➤ organizacji spotkania/szkolenia informacyjnego, ➤ organizacji szkolenia z właściwego przygotowania wniosków, ➤ emisja spotów radiowych w stacjach o zasięgu lokalnym i regionalnym, ➤ publikacja informacji o konkursie w mediach społecznościowych. W ramach działań informacyjno-promocyjno-edukacyjnych dla potencjalnych beneficjentów MŚP realizowane będą: ➤ szkolenia, ➤ spotkania informacyjne, ➤ działania w mediach (prasa, radio, telewizja, Internet, media	IZ RPO WP	-	-
4.1.a	Działania dla MŚP		Potencjalni beneficjenci		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
				➤ społecznościowe), ➤ działania informacyjne realizowane w ramach kampanii o szerokim zasięgu, ➤ konferencje/spotkania/uroczyste podpisanie umowy			
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 osiągnięć programu. Szczegóły dot. kampanii znajdują się w tabeli 3. nt.	IZ RPO WP	Termin realizacji kampanii dostosowany będzie do naborów ogłaszanych przez IZ RPO WP	550 000 zł
4.3	Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)	1,2,3,4		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
			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. Wyprodukowane programy będą przystosowane również do publikacji w kanałach internetowych. Na tym etapie trudno o wskazanie zarówno konkretnych mediów, jak również tematyki audycji. Będą promowane projekty EVA, projekty innowacyjne – współfinansowane ze środków w ramach perspektywy 2014-2020, przekazywane będą również informacje o nowych możliwościach finansowania projektów (głównie 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
4.4	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. Będą promowane projekty EVA, projekty innowacyjne – współfinansowane ze środków w ramach perspektywy 2014-2020, przekazywane będą również informacje o nowych możliwościach finansowania projektów (głównie 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. Zamieszczane będą informacje o projektach zrealizowanych 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
				Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☐ nie ☐			
4.6	Internet (portale, media społecznościowe, publikacje w Internecie)	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 https://www.facebook.com/zmieniamypodkarpackiezrpo/ oraz Instagram 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	100 000 zł
5. Imprezy otwarte i inne							

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
5.1	Eventy, pikniki, festyny	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 Europejskie, 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 FE 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 MŚP. 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 2020 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 miastach które również mają tradycje lotnicze. Podkarpackie to obszar lotniczy. Ma to odzwierciedlenie w Regionalnej Strategii Innowacji, gdzie wskazywano tzw. inteligentne specjalizacje regionu. To czołowe sektory regionalnej gospodarki,	IZ RPO WP	II półrocze	300 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				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 2020 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, głównie przez pryzmat inwestycji już zrealizowanych w ramach FE. Ilość i terminy wydarzeń będą uzależnione od ilości ogłaszanych naborów wniosków.	IZ RPO WP	Cały rok	80 000 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 2020 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	Czerwiec	300 000 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, publicznymi i prywatnymi nadawców radiowych i telewizyjnych oraz wydawców prasy).	IZ RPO WP	Cały rok	60 000 zł
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	IZ RPO WP	Cały rok	70 000 zł

L.P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				społeczni. Planowane są dwa wyjazdy dwudniowe. 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.			
6. Konkursy							
6.1	Konkursy promocyjne	-	-	Działanie nie jest planowane	-	-	-
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 publikacje, 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.	IZ RPO WP	Cały rok	120 000 zł
7.2	Zdjęcia i materiały video	1,2,3,4	Ogół społeczeństwa, beneficjenci i potencjalni beneficjenci IZ RPO/ instytucje systemu	Działanie polega na biegącym gromadzeniu, zdjęć, plików video i innych materiałów multimedialnych dokumentujących projekty i wydarzenia, wraz z prawami autorskimi i zależnymi, również na potrzeby działań horyzontalnych prowadzonych przez IKUP oraz KE. IZ RPO WP zleci wykonanie zdjęć dokumentujących powstałe inwestycje i realizowane projekty współfinansowane z RPO WP.	IZ RPO WP	Cały rok	70 000 zł
7.3	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 2021 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	IZ RPO WP	Cały rok	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
				komunikacyjną, nie upominkową.			
7.4	Materiały brandingowe i wystawiennicze, np. rollupy, ścianki	Działanie wspierające realizację strategii	IZ RPO/ instytucje systemu	Na potrzeby wsparcia działań informacyjno-promocyjnych oraz edukacyjnych IZ RPO WP zakupi elementy systemu wystawienniczego, w tym m.in. roll-upy, ścianki, stojaki na ulotki, windery, ramki lub stojaki służące ekspozycji plakatów, stoiska przenośne, itp.	IZ RPO WP	I półrocze	20 000 zł
7.3	Inne	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	10 000 zł
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					2 500 000,00 zł		

5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji

Tabela 2. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji RPO WP w roku 2020

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	18 500 000	20 000 000			10 000 000
	Liczba działań informacyjnych-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania	0	1	2	3	4	5	5			6
	Znajomość w województwie podkarpackim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich	37%	-	24%	-	62%	-	Dane z MIIR			46%
	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w województwie podkarpackim w ramach programu	0	2 018	5 045	6 454	7266	7 766	8300			5 000
	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego	0	23 856	51 279	77 408	107 074	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	155	Dane z MIIR	Dane z MIIR			936 ²
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w województwie podkarpackim	0	40	825	2 974	4467	5 500	6 500			3 000
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia	Liczba działań informacyjnych-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego	0	0	0	0	0	0	1			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
mieszkańcom województwa podkarpackiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich	Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w województwie podkarpackim	90%	-	94%	-	95%	-	Dane z MiIR			93%
	Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczane są FE w województwie podkarpackim.	45%	-	26%	-	42%	-	Dane z MiIR			51%
	Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa podkarpackiego	77%	-	81%	-	80%	-	Dane z MiIR			82%
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie podkarpackim.	Odsetek mieszkańców dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa podkarpackiego	89%	-	89%	-	93%	-	Dane z MiIR			94%
	Odsetek mieszkańców województwa podkarpackiego uważających, że osobiście korzystają oni z FE	63%	-	80%	-	67%	-	Dane z 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 prezentująca dotychczasowe osiągnięcia programu, w kontekście zrealizowanych projektów.	
3. Główny komunikat	W założeniach kampanii zafunkcjonuje komunikat, który jeszcze mocniej akcentował będzie efekty wdrażania polityki spójności i prezentował wykorzystanie Funduszy Europejskich w regionie, przekazywał informacje o trwających/zakończonych inwestycjach.	
4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte)	Cel kampanii: wzrost liczby osób poinformowanych o efektach wdrażania 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, większy odsetek osób dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa podkarpackiego, większy odsetek mieszkańców województwa podkarpackiego uważających, że osobiście korzystają oni z FE.	
5. Opis działania		
a) Skrótowy opis działania	Czas trwania kampanii tak samo jak w latach ubiegłych 3 miesiące, Kampania skupi się na dotacji z informacją do mieszkańców województwa o dotychczasowych efektach wdrażania Funduszy Europejskich, a także kolportowana będzie informacja o trwających inwestycjach współfinansowanych z Funduszy Europejskich. W przekazie kampanii zafunkcjonuje przekaz o źródłach informacji o FE ze szczególnym uwzględnieniem strony internetowej RPO WP oraz Sieci PIFE funkcjonującej w regionie.	
b) Grupa docelowa	Kampania adresowana będzie do ogółu społeczeństwa. Grupa docelowa kampanii zostanie skonkretyzowana na etapie postępowania przetargowego ogłaszanego w 2020 r.	
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	550 000 PLN
e) Termin realizacji	Termin realizacji kampanii dostosowany będzie do naborów ogłaszanych przez IZ RPO WP. Jednakże planowany jest czteromiesięczny okres realizacji działań w ramach kampanii.	
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 zaproponowanym 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. 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). <table border="1"> <tr> <td>1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu.</td><td><u>TAK/NIE</u></td></tr> <tr> <td>2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji</td><td><u>TAK/NIE</u></td></tr> <tr> <td>3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej</td><td><u>TAK/NIE</u></td></tr> <tr> <td>4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej</td><td><u>TAK/NIE</u></td></tr> <tr> <td>5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego</td><td><u>TAK/NIE</u></td></tr> <tr> <td>6. Zasada uzupełniania się komunikatów</td><td><u>TAK/NIE</u></td></tr> </table>	1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu.	<u>TAK/NIE</u>	2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji	<u>TAK/NIE</u>	3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej	<u>TAK/NIE</u>	4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej	<u>TAK/NIE</u>	5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego	<u>TAK/NIE</u>	6. Zasada uzupełniania się komunikatów	<u>TAK/NIE</u>
1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu.	<u>TAK/NIE</u>												
2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji	<u>TAK/NIE</u>												
3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej	<u>TAK/NIE</u>												
4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej	<u>TAK/NIE</u>												
5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego	<u>TAK/NIE</u>												
6. Zasada uzupełniania się komunikatów	<u>TAK/NIE</u>												
7. Osoba do kontaktu	Imię i nazwisko: Joanna Skrzypek Numer telefonu: 17 771 60 61 Adres mailowy: j.skrzypek@podkarpackie.pl												

WICEMARSZAŁEK WOJEWÓDZTWA



Piotr Pilch

