

Strategia komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020

*Dokument zatwierdzony przez Komitet Monitorujący Regionalny Program
Operacyjny Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020
uchwałą nr 11/2015 z dnia 20 sierpnia 2015 roku.*

Wersja 1

Lublin, 20 sierpnia 2015 r.



**Fundusze
Europejskie**
Program Regionalny



Unia Europejska
Europejskie Fundusze
Strukturalne i Inwestycyjne



Spis treści

WSTĘP	5
1. OKREŚLENIE SYTUACJI WYJŚCIOWEJ	6
1.1 Analiza sytuacji wyjściowej	6
1.2 Podstawy prawne	14
1.3 Opis prac nad dokumentem	14
1.4 Instytucja odpowiedzialna za opracowanie i wdrożenie strategii komunikacji programu	14
2. CEL GŁÓWNY I CELE SZCZEGÓŁOWE KOMUNIKACJI PROGRAMU	17
3. GŁÓWNY KOMUNIKAT	18
4. STOSOWANIE GŁÓWNEGO KOMUNIKATU PROGRAMU W DZIAŁANIACH INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH	19
4.1 Komunikaty uzupełniające Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020	19
4.2 Perspektywy prezentacji korzyści oraz styl komunikacji	20
5. GRUPY DOCELOWE I SPOSOBY KOMUNIKACJI Z NIMI	20
5.1 Segmenty grup docelowych	21
5.2 Grupy docelowe programu	21
5.3 Mechanizm komunikacji	24
5.4 Zapewnienie szerokiego, wielokanałowego i użytecznego dostępu do informacji i pomocy	25
5.4.1 Opis systemu wsparcia potencjalnych beneficjentów	29
5.4.2 Opis systemu wsparcia beneficjentów	30
5.5 Podstawowe kanały informacji	30
5.5.1 Portal Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020	30
5.5.2 Punkty kontaktowe RPO WL	32
5.5.3 Współpraca z PIFE i Portalem Funduszy Europejskich	32
5.6 Komunikacja z osobami z różnymi niepełnosprawnościami	32
6. KOORDYNACJA KOMUNIKACJI FUNDUSZY EUROPEJSKICH	35
6.1 Współpraca przy działaniach komunikacyjnych obejmujących wszystkie fundusze uwzględnione w Umowie Partnerstwa	35
6.2 Komunikacja wewnętrzna między instytucjami wdrażającymi program	36
6.3 Zasady prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych	37
7. REALIZACJA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH W PARTNERSTWIE	39
7.1 Wspieranie potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w działaniach informacyjno-promocyjnych	39
7.2 Współpraca z partnerami	41
7.3 Komunikacja z mediami	43

7.4	Komunikacja z liderami opinii	45
8.	OCENA EFEKTÓW STRATEGII	46
8.1	Ocena realizacji celów Strategii.....	46
8.2	Ocena bieżąca działań informacyjnych i promocyjnych.....	54
8.3	Monitoring działań informacyjnych i promocyjnych.....	55
8.4	Sprawozdawczość.....	55
9.	RAMOWY HARMONOGRAM	55
10.	ROCZNA AKTUALIZACJA DZIAŁAŃ	56
11.	WIZUALIZACJA	56
12.	SZACUNKOWY BUDŻET NA REALIZACJĘ STRATEGII.....	57
13.	WYKAZ STOSOWANYCH SKRÓTÓW.....	58
14.	SPIS ILUSTRACJI	59
15.	SPIS TABEL	59

WSTĘP

Strategia komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020 (zwana dalej *Strategią komunikacji RPO WL*) jest dokumentem, który określa cele, metody, budżet i harmonogram realizacji strategii informacyjnej i promocyjnej instytucji zaangażowanych we wdrażanie Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020.

Komunikacja Funduszy Europejskich pomaga w wykorzystaniu środków europejskich dla rozwoju regionu: wskazuje możliwości, wspiera realizację projektów, a także pokazuje ich efekty.

Działania komunikacyjne muszą być sprofilowane zgodnie z potrzebami potencjalnych beneficjentów i beneficjentów. Naczelną zasadą komunikacji, która obowiązuje wszystkie instytucje, nie tylko IZ RPO, jest przekazywanie potencjalnym beneficjentom i beneficjentom w odpowiednim czasie i z odpowiednim wyprzedzeniem rzetelnej i wystarczającej informacji.

Zasada ta obejmuje całość działań Instytucji Zarządzającej RPO WL i dotyczy nie tylko działań *stricte* informacyjno-promocyjnych, ale całokształtu kontaktów z potencjalnymi beneficjentami i beneficjentami. W procesie tym uczestniczą również osoby odpowiedzialne za opracowywanie dokumentacji konkursowej, ocenę wniosków oraz nadzór nad wdrażaniem projektów i ich rozliczanie.

Innym podstawowym obowiązkiem wynikającym z rozporządzenia ogólnego jest upowszechnianie wśród obywateli Unii Europejskiej roli i osiągnięć polityki spójności i funduszy polityki spójności. Działania informacyjno-promocyjne skierowane do mieszkańców województwa lubelskiego zapewniają utrzymanie wysokiego poziomu świadomości na temat Funduszy Europejskich w regionie zgodnie z aktualnym stanem ich wdrażania.

Niezbędnym wymogiem podczas realizacji działań informacyjno-promocyjnych jest ich zgodność z zasadami horyzontalnymi:

- promowaniem równouprawnienia mężczyzn i kobiet,
- zapobieganiem dyskryminacji,
- zrównoważonym rozwojem,
- partnerstwem.

Ponadto zasada równego dostępu do informacji wymaga uwzględnienia w komunikacji w większym niż dotychczas stopniu potrzeb osób z różnymi niepełnosprawnościami.

1. OKREŚLENIE SYTUACJI WYJŚCIOWEJ

1.1 Analiza sytuacji wyjściowej

Zaprezentowane poniżej wnioski, służące określeniu sytuacji wyjściowej, zostały sformułowane na podstawie wyników badań, analizy i doświadczeń z funkcjonowania systemu informacji i promocji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013.

Zgodnie z wynikami badania pn. *Ocena efektów działań informacyjno-promocyjnych prowadzonych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013* (przeprowadzonego w listopadzie 2014 roku) działania informacyjno-promocyjne RPO WL prowadzone były w sposób przemyślany, profesjonalny, w dużej mierze skuteczny i efektywny oraz zgodnie z celami *Planu komunikacji RPO WL na lata 2007-2013*¹ (szczegółowe wyniki w/w badania zostały zaprezentowane poniżej).

Poniżej zaprezentowana została analiza sytuacji wyjściowej, poprzez pogrupowanie oceny działań informacyjno-promocyjnych przeprowadzonych w latach 2007-2013 w zależności od etapu i grupy docelowej programu:

Informowanie potencjalnych beneficjentów programu o dostępnych środkach w ramach RPO WL i sposobach ich pozyskania

Zaprojektowany system informacji zapewniał powszechny dostęp do wyczerpujących i łatwych w odbiorze informacji na temat zasad oraz możliwości aplikowania o środki w ramach RPO WL. Wachlarz kanałów komunikacji był szeroki i dzięki temu zapewniony został dostęp do informacji różnym grupom potencjalnych beneficjentów, co przełożyło się na ich poziom wiedzy o możliwościach wsparcia w ramach RPO WL. Dostarczenie zróżnicowanych źródeł zapewniło powszechny dostęp do informacji, ponieważ poszczególne źródła (w większym lub mniejszym stopniu) trafiły do różnych grup obiorów.²

- 1) Głównym źródłem wiedzy o możliwościach realizowania projektów w ramach RPO WL był Internet (68,8% wskazań w przypadku potencjalnych beneficjentów instytucjonalnych oraz 44,2% w przypadku przedsiębiorców).³

Internet zatem jako kanał dystrybucji informacji będzie kontynuowany i wzmacniany w okresie programowania 2014-2020.

- 2) Zdecydowana większość respondentów (89%) pozytywnie oceniła czytelność i zrozumiałość przekazywanych informacji. Pojawiały się jednak wskazania,

¹ Cytowane dane pochodzą z raportu z badania ITTI Sp. z o.o. dla Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego w Lublinie z listopada 2014 roku pn. *Ocena efektów działań informacyjno-promocyjnych prowadzonych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013*, s. 3.

² Tamże, s. 4.

³ Tamże, s. 42.

że język jakim posługują się urzędnicy podczas konsultacji nadal pozostaje stosunkowo mało przystępny dla odbiorcy.⁴

Wobec tego, w perspektywie finansowej 2014-2020, instytucje zaangażowane we wdrażanie programu będą kontynuować zapoczątkowany przez IZ RPO proces upraszczania języka komunikacji. Konieczne jest przy tym, stosowanie w komunikacji czytelnego i zrozumiałego powszechnie języka, szczególnie w dokumentach skierowanych do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów oraz materiałach przeznaczonych do komunikacji w mediach.

- 3) Wybrane kanały dystrybucji informacji kierowane były do właściwych grup odbiorców i pozwoliły do nich dotrzeć. Świadczył o tym fakt, że zdecydowana większość potencjalnych beneficjentów (94,9% wskazań w przypadku potencjalnych beneficjentów instytucjonalnych oraz 89,4% w przypadku przedsiębiorców) wiedziała, gdzie można szukać informacji na temat Programu. Bardzo dużą rolę w procesie informowania beneficjentów odgrywały strony internetowe, punkty informacyjne RPO i szkolenia, które uznane zostały również za najbardziej efektywne.⁵

W perspektywie 2014-2020 szczególny nacisk położony zostanie na sprawdzone kanały dystrybucji informacji, które w głównej mierze opierać się będą na promocji strony internetowej RPO WL oraz punktów informacyjnych oraz kontaktowych.

- 4) Dostępne kanały komunikacji dostarczały informacji niezbędnych do ubiegania się o dofinansowanie projektu ze środków unijnych. Świadczył o tym stosunkowo wysoki poziom wiedzy beneficjentów (ponad 65% wskazań w przypadku potencjalnych beneficjentów instytucjonalnych oraz niespełna 50% w przypadku przedsiębiorców) na temat procedur aplikowania/wnioskowania o dofinansowanie.⁶
- 5) Grupą posiadającą największą wiedzę o dostępnych środkach w ramach RPO WL i sposobach ich pozyskiwania byli przedstawiciele urzędów gminy/miasta (97,1% wskazań), a stosunkowo najmniejszą wiedzę posiadali przedstawiciele matych firm (82,6% wskazań) i mikroprzedsiębiorstw (76,9% wskazań), co może wynikać m.in. z faktu, że w dużej mierze skupiają się oni na bieżącym prowadzeniu działalności.⁷

W perspektywie finansowej 2014-2020 do grup stosunkowo najmniej poinformowanych (w tym do przedstawicieli firm i mikroprzedsiębiorstw) będzie kładziony szczególny nacisk na skuteczność dotarcia komunikatów o możliwości otrzymania dofinansowania.

- 6) Pozytywnie oceniono efektywność działań informacyjno-promocyjnych. Na podstawie bieżącego monitorowania skuteczności działań IZ RPO

⁴ Tamże, s. 48-49.

⁵ Tamże, s. 55, 58.

⁶ Tamże, s. 60.

⁷ Tamże, s. 47-48.

rezygnowała z tych, które były nieskuteczne bądź nieefektywne. IZ RPO analizowała także zmiany na rynku medialnym i na ich podstawie poszerzała wachlarz kanałów komunikacji, co umożliwiło dotarcie do kolejnych adresatów działań informacyjno-promocyjnych.⁸

Oznacza to, że w perspektywie finansowej 2014-2020 instytucje zaangażowane we wdrażanie programu będą kontynuować dobrą praktykę bieżącego monitorowania skuteczności i efektywności przeprowadzanych działań oraz trendów w marketingu.

Stopień wsparcia beneficjentów w procesie realizacji projektów

Wybrane kanały dystrybucji informacji pozwoliły dotrzeć do właściwych grup docelowych. Świadczył o tym fakt, że w dużej mierze preferencje beneficjentów pokrywały się z oferowanymi przez IZ RPO źródłami informacji.

- 1) Głównymi źródłami informacji dla beneficjentów podczas realizacji projektu byli opiekunowie projektów, strony internetowe (po blisko 80% dla beneficjentów instytucjonalnych, 50% dla przedsiębiorców) oraz punkty informacyjne/kontaktowe, a także szkolenia które zostały również ocenione jako najbardziej skuteczne i użyteczne. Stosunkowo najmniej przydatne okazały się organizowane wydarzenia oraz, w przypadku przedsiębiorców, wydawane materiały informacyjne.⁹

Dla obu grup opiekunowie projektu, strony internetowe oraz punkty informacyjne/kontaktowe to bardzo ważne źródła informacji, które będą utrzymane w perspektywie finansowej 2014-2020.

- 2) Poziom wiedzy beneficjentów na temat procedur dotyczących realizacji i rozliczania projektu oceniony został jako satysfakcjonujący. Zdecydowana większość (około 70%) beneficjentów instytucjonalnych i prawie połowa przedsiębiorców zadeklarowała wysoki lub bardzo wysoki poziom wiedzy.¹⁰
- 3) Na wszystkich etapach realizacji projektu dostępne były potrzebne beneficjentom informacje i nie stwierdzono znaczących różnic między oceną poziomu wiedzy w poszczególnych procedurach (ponad 80% beneficjentów instytucjonalnych i około 75% przedsiębiorców oceniło poziom dostępności informacji jako wystarczający lub całkowicie wystarczający).¹¹
- 4) Zdecydowana większość beneficjentów pozytywnie oceniła przydatność uzyskanych informacji (90% beneficjentów instytucjonalnych, 65% przedsiębiorców), co dobrze świadczyło o wybranych kanałach dystrybucji informacji oraz o sposobach ich przekazywania.¹²

⁸ Tamże, s. 52.

⁹ Tamże, s. 77.

¹⁰ Tamże, s. 70,

¹¹ Tamże, s. 72-73.

¹² Tamże, s. 82.

- 5) Dla większości respondentów przekazywane informacje na każdym z trzech etapów: przygotowania wniosku (78,1% beneficjentów instytucjonalnych, 61,3% przedsiębiorców), realizacji projektu (81,7% do 63,2%) oraz rozliczenia projektu (82% do 62,6%) były jasne i zrozumiałe.¹³
- 6) Działaniem preferowanym na przyszłość przez przedsiębiorców było zwiększenie liczby szkoleń i konferencji im dedykowanych. Przeprowadzona analiza wykazała, że szkolenia cieszyły się bardzo dużym zainteresowaniem tej grupy beneficjentów, potwierdzając, że kanał ten został dobrze dobrany do danej grupy beneficjentów. Jeżeli chodzi o beneficjentów instytucjonalnych, to kwestia, którą przede wszystkim chcieliby poprawić było powiększenie zakresu spraw, które można załatwić przez Internet.¹⁴

Kanały dystrybucji informacji wykorzystywane w perspektywie 2007-2013 zostały ocenione pozytywnie pod względem skuteczności przekazywania wiedzy, dostępności i przydatności informacji, wobec czego będą stosowane także w przyszłej perspektywie finansowej. W szczególności w dalszym ciągu instytucje zaangażowane we wdrażanie programu będą kłaść silne akcenty na organizowanie szkoleń (uwzględniając potrzeby edukacyjne beneficjentów), strony internetowe i punkty informacyjne oraz kontaktowe.

Poziom świadomości społecznej mieszkańców województwa o RPO WL i efektach jego wdrażania oraz o roli odgrywanej przez UE i Fundusze Europejskie w rozwoju regionu

- 1) Częstotliwość korzystania z mediów, które były jednym z najważniejszych kanałów komunikacyjnych dla RPO WL, czyli mediów regionalnych oraz Internetu była wysoka, co świadczyło o tym, że wybrane kanały dystrybucji informacji odniosły zamierzony skutek, tj. faktycznie pozwoliły dotrzeć do właściwych grup docelowych.¹⁵
- 2) Znajomość skrótu RPO WL zadeklarowało 5,1% respondentów (22,3% jako znajomość wspomaganą). Poprawnie skrót rozwinęło 3,6% respondentów. Mieszkańcy dowiedzieli się o Programie przede wszystkim z mediów - na taką odpowiedź wskazało aż 92,4% respondentów. Powyższy wynik nie jest satysfakcjonujący, jednak podkreślono, że przyczyną tak niskiego stopnia znajomości marki wśród mieszkańców województwa może być długa i trudna do zapamiętania nazwa, a także fakt, że Program Regionalny był jednocześnie jednym z kilku Programów Operacyjnych, realizowanych w województwie lubelskim. Jednocześnie celem działań informacyjno-promocyjnych skierowanych do ogółu społeczeństwa nie była promocja marki, ale wskazanie obszarów na jakie przeznaczone zostały środki w ramach RPO WL. Respondenci prawidłowo rozpoznawali cele i grupy docelowe, do których kierowane były działania, a także obszary wsparcia i zmiany, jakie zaszły w regionie oraz w ich najbliższym otoczeniu dzięki

¹³ Tamże, s. 80-81.

¹⁴ Tamże, s. 90-91.

¹⁵ Tamże, s. 97.

wdrażaniu RPO WL, co pozwoliło wysnuć tezę o faktycznej znajomości programu.¹⁶

- 3) Mieszkańcy województwa dostrzegli zmiany, jakie zaszły w regionie oraz w ich najbliższym otoczeniu po wejściu Polski do Unii Europejskiej - aż 72,3% pozytywnych odpowiedzi respondentów. Zmianami, które najczęściej były dostrzegane to: poprawa transportu w województwie (kolejowego, drogowego, miejskiego i lotniczego), rewitalizacja obszarów miejskich, zwiększenie dostępności do dóbr kultury i rozwój aktywnych form turystyki.¹⁷

Przytoczone dane pozwoliły ocenić przeprowadzone działania informacyjno-promocyjne jako skuteczne, ponieważ polegały one właśnie na wskazywaniu tych obszarów i uświadamianiu mieszkańców o zmianach jakie zaszły w regionie. Ponadto pozytywnie oceniono fakt, że zdecydowana większość (bo aż 90% badanych) pozytywnie oceniła w/w zmiany.

- 4) Mieszkańcy województwa, którzy w sposób spontaniczny wymieniali obszary lub przykłady działań finansowanych z RPO WL wskazywali przede wszystkim na wspieranie przedsiębiorczości (32,3%), wsparcie dla transportu (27,5%), wsparcie dla infrastruktury społecznej (24,5%) oraz zwiększanie innowacyjności przedsiębiorstw (24,1%). Jedynie 20% respondentów nie знаło żadnych działań podejmowanych w ramach RPO WL.¹⁸
- 5) Niecałe 40% respondentów zadeklarowało, że zna konkretne przedsięwzięcia realizowane w regionie i ich najbliższym otoczeniu, współfinansowane w ramach RPO WL. Najczęściej zauważanymi przez mieszkańców województwa przedsięwzięciami współfinansowanymi w ramach RPO WL były: budowy i remonty dróg (17,9%) oraz tworzone ścieżki rowerowe (7,1%). Z przeprowadzonej analizy, najmniej zauważanymi przez mieszkańców województwa przedsięwzięciami współfinansowanymi w ramach RPO WL były: przedsięwzięcia związane z komunikacją miejską (2,4%), zakup rowerów miejskich (2,4%) oraz wybudowanie stadionu (1,2%).¹⁹
- 6) Na podstawie powyższej analizy, stwierdzono, że działania informacyjno-promocyjne prowadzone w perspektywie 2007-2013 zwiększały świadomość mieszkańców o wpływie funduszy unijnych na rozwój regionu. Świadczył o tym fakt, że spontanicznie wskazywane przez mieszkańców obszary, w których zaszły zmiany w wyniku wdrażania Funduszy Unijnych w dużej mierze pokrywały się z obszarami wsparcia RPO WL i obszarami ukazywanymi w trakcie prowadzonych przez IZ RPO kampanii promocyjnych.²⁰
- 7) Z przeprowadzonej w ramach niniejszego badania analizy wynika, że świadomość istnienia Funduszy Europejskich u mieszkańców województwa

¹⁶ Tamże, s. 100-103.

¹⁷ Tamże, s. 129-130.

¹⁸ Tamże, s. 119.

¹⁹ Tamże, s. 122-123.

²⁰ Tamże, s. 10.

była znacznie wyższa niż świadomość istnienia Regionalnego Programu Operacyjnego. Jednak przeprowadzone w latach wcześniejszych badania ewaluacyjne wskazały na stopniowy wzrost znajomości Regionalnego Programu Operacyjnego wśród mieszkańców województwa.²¹

W związku z tym, że zgodnie z zapisami *Strategii komunikacji Polityki Spójności na lata 2014-2020*, promowaną marką są Fundusze Europejskie, co oznacza, że do marki tej odnoszą się wszystkie komunikaty, bądź też marka ta jest obecna w kontekście każdego komunikatu, poniżej zaprezentowano również wyniki badania²² zrealizowanego na zlecenie Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju, które koncentrowało się na wiedzy i wizerunku Funduszy Europejskich na lata 2007-2013, stanowiąc de facto również punkt wyjścia dla systemu wskaźników oceniających stopień realizacji *Strategii komunikacji RPO WL*:

- 1) Większość mieszkańców województwa lubelskiego dostrzega zmiany, jakie zaszły w Polsce po wejściu do Unii Europejskiej. Zmiany na poziomie kraju zauważa 3/4 badanych, na poziomie województwa lub najbliższego otoczenia - blisko 60% badanych. Zmiany widoczne są również w życiu codziennym, choć w znacznie mniejszym stopniu niż na poziomie ogólnym czy wojewódzkim - dostrzega je 29% mieszkańców. Na tle ogółu Polaków mieszkańcy województwa znacznie rzadziej dostrzegają zmiany w życiu codziennym (29% vs 37%). Generalnie zmiany związane z wejściem Polski do Unii Europejskiej są oceniane jako zmiany na lepsze - zwłaszcza na poziomie całego kraju (57%).

Zatem, żeby zwiększyć świadomość mieszkańców województwa nt zmian w ich życiu codziennym, ukazywanie osobistej perspektywy odbiorcy będzie kontynuowane i wzmacnianie w działaniach informacyjno-promocyjnych w okresie programowania 2014-2020.

- 2) Pod względem poziomu znajomości, zainteresowania i wiedzy na temat Funduszy Europejskich mieszkańcy województwa lubelskiego różnią się minimalnie od ogółu Polaków. Zdecydowana większość mieszkańców regionu (86% - wobec ogółu Polaków - 90%) spotkała się z określeniami „Fundusze Europejskie” lub „Fundusze Unijne”, przy czym 63% rozumie ich znaczenie.²³

Oznacza to, że w perspektywie 2014-2020 działania informacyjno-promocyjne będą wspierać zwiększenie poziomu świadomości i zrozumienia pojęć „Fundusze Europejskie” lub „Fundusze Unijne” wśród mieszkańców województwa lubelskiego. W związku z tym, (jak wspomniano powyżej) w perspektywie finansowej 2014-2020 zrezygnowano z promowania nazw programu i funduszy.

²¹ Tamże, s. 102.

²² Cytowane dane pochodzą z raportu z badania Realizacja Sp. z o.o. dla Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju z października 2014 roku pn. *Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2014 - załącznika regionalnego dot. województwa lubelskiego*, s. 3-7.

²³ Natomiast z określeniem „Regionalny Program Województwa Lubelskiego” spotkało się 37% mieszkańców regionu i wynik ten nie odbiega od wyniku dla ogółu społeczeństwa. Program Operacyjny Kapitał Ludzki rozpoznawało 56% mieszkańców województwa lubelskiego (znajomość wspomagana). Tamże, s. 5.

- 3) Połowa mieszkańców województwa znających pojęcie FE nie interesuje się tą tematyką (interesuje się w niewielkim stopniu lub w ogóle nie przejawia zainteresowania), a duże zainteresowanie FE deklaruje zaledwie 9% (wyraźnie mniej niż wśród ogółu Polaków znających pojęcie FE - 16%). Blisko połowa osób zaznajomionych z pojęciem FE ocenia swoją wiedzę na temat funduszy jako małą (47%), niemal tyle samo (46%) deklaruje średni poziom wiedzy, a niecałe 8% ocenia swoją wiedzę jako dużą (wobec ogółu społeczeństwa - 13%).

W nowej perspektywie działania informacyjno-promocyjne będą dążyć do zwiększenia aktywizacji mieszkańców województwa lubelskiego oraz eliminacji barier wynikających z postaw i przekonań utrudniających wykorzystanie szans, jakie stwarzają Fundusze Europejskie.

- 4) Fundusze Europejskie w regionie utożsamiane są głównie z „dotacjami, pieniędzmi z UE” (67%), a w dalszej kolejności z „dotacjami dla rolników” (32%) i „dotacjami na inwestycje” (31%). Pod tym względem mieszkańcy województwa nie różnią się w od ogółu Polaków.

Działania informacyjno-promocyjne, wśród których szczególną rolę odgrywają działania edukacyjne, będą rozszerzać w świadomości mieszkańców województwa lubelskiego granice oddziaływania Funduszy Europejskich na słabiej identyfikowane obszary oraz formy wsparcia (w szczególności finansowanie zwrotne).

- 5) Zdecydowana większość mieszkańców regionu uważa, że Fundusze Europejskie odgrywają rolę w rozwoju Polski (85%), przyczyniają się do jej rozwoju (84%) oraz rozwoju województwa lubelskiego (82%). Wynik ten nie odbiega znacząco od uzyskanego wśród ogółu Polaków.

Działania informacyjno-promocyjne realizowane przez instytucje zaangażowane we wdrażanie programu będą wspierać utrzymanie wysokiego poziomu świadomości o roli jaką odgrywają Fundusze Europejskie w rozwoju Polski a przede wszystkim ją zwiększać w odniesieniu do roli w rozwoju województwa lubelskiego.

- 6) Wśród spontanicznych odpowiedzi charakteryzujących cele, obszary lub działania, na które są przeznaczone Fundusze Europejskie w odniesieniu do województwa lubelskiego, najczęściej wymieniano - podobnie jak w odniesieniu do całej Polski - „infrastrukturę drogową (budowa dróg, autostrad, mostów, ścieżek rowerowych, modernizacja kolei)” (70%), „dotacje dla rolników” (42%) oraz „edukację” (27%).

W nowej perspektywie działania informacyjno-promocyjne będą dążyć do zapewnienia mieszkańcom województwa lubelskiego informacji na temat obszarów lub działań słabiej identyfikowanych.

- 7) Wśród najczęściej wymienianych przedsięwzięć dofinansowanych z FE w województwie lubelskim wskazywano: „budowę, modernizację dróg

krajowych, gminnych” (24%, wyraźnie rzadziej niż wśród ogółu Polaków - 31%) oraz „budowę obwodnicy” (9%, istotnie częściej niż ogół społeczeństwa - 4%). Jednocześnie co drugi mieszkaniec regionu (52%) nie potrafił wskazać żadnego przedsięwzięcia (to wyraźnie więcej niż wśród ogółu społeczeństwa - 42%).

Wobec tego, w perspektywie finansowej 2014-2020 instytucje zaangażowane we wdrażanie programu przy realizacji własnych działań informacyjno-promocyjne będą w większym stopniu koncentrować się na zwiększeniu świadomości mieszkańców województwa nt. przedsięwzięć dofinansowanych z FE w regionie.

- 8) Dwóch na trzech mieszkańców (66%) zauważyło już zmiany w swoim najbliższym otoczeniu dzięki wykorzystaniu Funduszy Europejskich, a co drugi (53%) uważa, że osobiście korzysta z FE lub ze zmian, jakie dzięki nim zachodzą (choć przeciwnego zdania jest 38% mieszkańców - wyraźnie więcej niż wśród ogółu społeczeństwa - 29%). Powyższe wyniki nie różnią się znacząco od uzyskanych na poziomie ogółu Polaków.

Wobec tego działania informacyjno-promocyjne w nowej perspektywie w głównej mierze koncentrować się będą na angażowaniu odbiorców w dostrzeganie efektów Funduszy Europejskich w najbliższym otoczeniu.

- 9) Blisko połowa mieszkańców (46%) województwa lubelskiego twierdzi, że w ramach Funduszy Europejskich są specjalne pieniądze zagwarantowane tylko i wyłącznie dla tego województwa. Wynik ten jest wyższy w stosunku do ogółu Polaków (40%).

Instytucje zaangażowane we wdrażanie programu będą upowszechniać wiedzę o tym, że znaczna część środków z Funduszy Europejskich jest wykorzystywana bezpośrednio w województwach przez instytucje regionalne.

- 10) W województwie lubelskim, jako potencjalnych beneficjentów FE wymieniało najczęściej: „rolników” (51%), „firmy prywatne” (41%) oraz „władze samorządowe” (31%).

Instytucje zaangażowane we wdrażanie programu będą dążyć do tego by poszerzać wiedzę odbiorców na temat grup potencjalnych beneficjentów (w szczególności słabiej identyfikowanych).

- 11) Pomimo zobowiązania beneficjentów do informowania opinii publicznej o pomocy otrzymanej z funduszy, w perspektywie 2007-2013 nie został w pełni wykorzystany ich potencjał komunikacyjny. Beneficjenci, dzięki swojej liczbie oraz sile oddziaływania, mogliby istotnie wzmocnić przekaz na temat Funduszy Europejskich. Ich działania informacyjno-promocyjne mogą szczególnie wzmocnić dostrzeganie przez mieszkańców województwa lubelskiego zmian w najbliższym otoczeniu i codziennym życiu.

Instytucje zaangażowane we wdrażanie programu będą prowadzić systemowe działania wspierające beneficjentów w realizacji tego celu.

1.2 Podstawy prawne

W celu zapewnienia skutecznej koordynacji działań informacyjno-promocyjnych prowadzonych przez poszczególne instytucje, Polska opracowała wspólną dla wszystkich programów *Strategię komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020*. Strategia ta ma charakter strategii w rozumieniu art. 116 rozporządzenia ogólnego.

W oparciu o wspólną Strategię komunikacji Instytucja Zarządzająca, zgodnie z przepisami art. 116 rozporządzenia ogólnego oraz zgodnie z zapisami rozdz. 5.6 „Informacja i promocja” *Umowy partnerstwa, horyzontalnymi Wytycznymi w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020* (rozdz. 3, podrozdział 3.2) oraz *Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020* (rozdz. 2.B, podrozdział 2.B.1), opracowała *Strategię komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020*, będącą podstawą do prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych dla programu.

1.3 Opis prac nad dokumentem

Prace nad projektem Strategii komunikacji zostały rozpoczęte przez Departament Zarządzania Regionalnym Programem Operacyjnym na początku 2015 roku, bazując na zapisach zawartych w projekcie *Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020* oraz w *Szablonie dla strategii komunikacji programów krajowych i regionalnych* stworzonym przez Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju (IK UP).

Projekt Strategii komunikacji, przed skierowaniem do zatwierdzenia IK UP, został opracowany we współpracy odpowiednich komórek zajmujących się informacją i promocją ulokowanych w departamentach IZ RPO²⁴ tj. w Departamencie Zarządzania Regionalnym Programem Operacyjnym, Departamencie Wdrażania Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i Departamencie Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego.

1.4 Instytucja odpowiedzialna za opracowanie i wdrożenie strategii komunikacji programu

Z uwagi na fakt, iż to Zarząd Województwa wykonuje zadania Instytucji Zarządzającej RPO WL²⁵, struktura organizacyjna w zakresie realizacji programu

²⁴ Opis instytucji zaangażowanych we wdrażanie programu został zawarty w pkt. 1.4.

²⁵ Zgodnie z art. 9 ust. 1 pkt.2 Ustawy z dnia 11 lipca 2014 r. o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014-2020 (Dz. U. z 2014 r. poz. 1146).

obejmuje kilka departamentów Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego w Lublinie oraz jednostek podległych²⁶:

- **Departament Zarządzania Regionalnym Programem Operacyjnym (DZ RPO)** - pełniący funkcję Instytucji Zarządzającej RPO WL o charakterze zarządczym.
- **Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (DW EFRR)** - pełniący funkcję Instytucji Zarządzającej o charakterze wdrożeniowym w zakresie EFRR w ramach RPO WL oraz funkcje nadzorczo-kontrolne w stosunku do Instytucji Pośredniczącej - **Lubelskiej Agencji Wspierania Przedsiębiorczości w Lublinie (LAWP)**,
- **Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego (DW EFS)** - pełniący funkcję Instytucji Zarządzającej o charakterze wdrożeniowym w zakresie EFS w ramach RPO WL oraz funkcje nadzorczo-kontrolne w stosunku do Instytucji Pośredniczącej - **Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Lublinie (WUP)**.

Departament Zarządzania Regionalnym Programem Operacyjnym (DZ RPO) jest bezpośrednio odpowiedzialny za opracowanie i wdrożenie *Strategii komunikacji RPO WL*. Właściwą komórką w DZ RPO w tym zakresie jest:

Oddział Komunikacji RPO (OK RPO)
ul. Stefczyka 3b
20-151 Lublin
e-mail: drpo@lubelskie.pl
tel. +48 81 44 16 738

Strategia komunikacji RPO WL obejmuje działania informacyjno-promocyjne (ich cele, zasady, ramy czasowe i szacunkowy budżet) realizowane przez DZ RPO, DW EFRR, DW EFS oraz LAWP i WUP, przy czym bezpośrednia odpowiedzialność za koordynację działań LAWP i WUP w zakresie Strategii spoczywa odpowiednio na DW EFRR i DW EFS. Koordynację wszystkich działań informacyjno-promocyjnych w ramach Strategii, w tym działań DW EFRR i DW EFS, zapewnia DZ RPO.

Oddział Komunikacji RPO w Departamencie Zarządzania Regionalnym Programem Operacyjnym odpowiada za zapewnienie spójności planów i harmonogramów działań promocyjnych realizowanych w ramach Programu oraz monitorowanie ich realizacji. Do najważniejszych zadań Oddziału Komunikacji RPO należy:

- koordynacja działań informacyjno-promocyjnych w ramach Programu,
- realizacja działań informacyjnych i promocyjnych o charakterze przekrojowym, dotyczącym całego Programu, w tym zapewnienie funkcjonowania systemu informacji (portal internetowy, działania o szerokim zasięgu) dla ogółu społeczeństwa, potencjalnych beneficjentów i beneficjentów Funduszy Europejskich w ramach Programu.

²⁶ Instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie programu są: IZ RPO (DZ RPO, DW EFRR, DW EFS) oraz IP (LAWP, WUP i ZIT).

Oddział Komunikacji RPO podejmuje również inicjatywy informacyjno-promocyjne z innymi instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie Funduszy Europejskich i we współpracy z partnerami.

DW EFRR, DW EFS, LAWP i WUP odpowiadają za prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych adresowanych do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów wdrażanych CT i PI oraz w razie potrzeby potencjalnych uczestników i uczestników projektów z wykorzystaniem określonych narzędzi promocyjnych.

W ramach w/w podmiotów funkcjonują oddziały, które odpowiedzialne są za informację i promocję odpowiednich CT i PT w ramach RPO WL, w tym działania edukacyjne dla potencjalnych i faktycznych beneficjentów. Są to:

Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego
Oddział Koordynacji Wdrażania EFRR
ul. Stefczyka 3b
e-mail: defrr@lubelskie.pl
tel. +48 81 44 16 575

Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego
Oddział Koordynacji Wdrażania EFS
ul. Czechowska 20,
e-mail: defs@lubelskie.pl
tel. +48 81 44 16 850

Lubelska Agencja Wspierania Przedsiębiorczości w Lublinie
Oddział Komunikacji RPO
ul. Wojciechowska 9a
e-mail: lawp@lubelskie.pl
tel. +48 81 46 23 800

Wojewódzki Urząd Pracy w Lublinie
Oddział Oceny i Pomocy Technicznej
ul. Obywatelska 4
e-mail: sekretariat@wup.lublin.pl
tel. +48 81 463 53 00

W instytucjach zaangażowanych we wdrażanie programu wyodrębniono również komórki, które przyczyniają się do sprawnego funkcjonowania systemu wdrażania i realizacji programu poprzez m.in. opracowywanie dokumentów aplikacyjnych i wdrożeniowych (regulaminy, instrukcje) oraz sprawowanie bezpośredniej opieki nad beneficjentami (wsparcie bezpośrednie itd.).

Oprócz w/w podmiotów w ramach RPO WL funkcjonuje również Biuro Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych w Urzędzie Miasta Lublin, pełniące funkcję Instytucji Pośredniczącej w zakresie zadań związanych z realizacją wybranych działań współfinansowanych z EFRR. ZIT będzie realizować działania komunikacyjne jedynie o charakterze informacyjnym. Promocja projektów realizowanych przez ZIT będzie po stronie IZ RPO. ZIT i IZ RPO będą współpracować

przy planowaniu i realizacji zadań z zakresu informacji oraz promocji projektów ZIT w ramach RPO, w celu zachowania spójności komunikacji.

Urząd Miasta Lublin
Biuro Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych
ul. Leszczyńskiego 14
e-mail: zit@lublin.eu
tel. +48 81 466 16 20

Szczegółowe zapisy w zakresie procedur oraz relacji pomiędzy departamentami, jednostkami podległymi i funkcjonującymi w ich ramach komórkami znajdują się w *Opisie Funkcji i Procedur RPO WL na lata 2014-2020* oraz *Instrukcji Wykonawczej Instytucji Zarządzającej RPO WL na lata 2014-2020*.

2. CEL GŁÓWNY I CELE SZCZEGÓŁOWE KOMUNIKACJI PROGRAMU

Cele komunikacji są spójne ze zmianami gospodarczymi, społecznymi i kulturowymi, jakie dokonują się w województwie lubelskim w latach 2014-2020.

Kluczowym zadaniem komunikacji Funduszy Europejskich wynikającym z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020 jest wspieranie wykorzystania środków europejskich dla realizacji celów rozwojowych województwa tj. dalszego podniesienia konkurencyjności regionu w oparciu o wewnętrzne potencjały sprzyjające zwiększeniu spójności społecznej i terytorialnej. Komunikacja aktywnie wspiera realizację tych celów.

Cel nadrzędny *Strategii komunikacji RPO WL*:

Komunikacja Funduszy Europejskich wspomaga wykorzystanie środków z regionalnego programu województwa lubelskiego dla realizacji celów rozwojowych regionu.

Wynikające z niego cele szczegółowe:

Komunikacja na temat Funduszy Europejskich w ramach programu:

1. aktywizuje mieszkańców województwa lubelskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach programu,
2. wspiera beneficjentów programu w realizacji projektów,
3. zapewnia mieszkańcom województwa lubelskiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich,
4. zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie lubelskim.

3. GŁÓWNY KOMUNIKAT

Główny komunikat *Strategii komunikacji RPO WL* stanowi punkt odniesienia dla wszystkich działań informacyjno-promocyjnych podejmowanych w latach 2014-2020 przez wszystkie instytucje. Każdy temat działania informacyjno-promocyjnego i każda idea kreatywna niezależnie od instytucji realizującej działania oraz poziomu realizacji działań będzie zgodna z poniższym komunikatem:

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

Podstawą głównego komunikatu jest poniższy model²⁷. Model ten przedstawia kluczowe elementy komunikatu.

Rys. 1. Główny komunikat *Strategii komunikacji RPO WL*



- Punktem wyjścia są **Fundusze Europejskie** w województwie lubelskim - są one początkiem procesu, jego napędem i nadają mu założony kierunek. Fundusze Europejskie stwarzają możliwości oraz pobudzają współpracę, od której zaczyna się proces zmiany.
- **Liderzy zmian** (potencjalni i faktyczni beneficjenci) są to wszystkie osoby i podmioty, które mają pomysły na zmiany i które potrzebują wsparcia Funduszy Europejskich do ich realizacji. Liderzy zmian są czynnikiem sprawczym zmian oraz promotorami Funduszy Europejskich.
- **Zmiany** w otoczeniu są wynikiem współdziałania liderów zmian oraz Funduszy Europejskich. Zmiany są efektem projektów realizowanych przez liderów.
- Efekt to wszechstronny rozwój regionu, który jednak nie jest abstrakcyjnym hasłem, ale **zbiorem korzyści wszystkich mieszkańców województwa lubelskiego**. Jego podstawowym wyznacznikiem jest wzrost możliwości i poprawa jakości życia każdego mieszkańca regionu.

Aby osiągnąć maksymalną skuteczność komunikacji, promowaną marką są Fundusze Europejskie. Oznacza to, że do marki tej odnoszą się wszystkie komunikaty, bądź też marka ta jest obecna w kontekście każdego komunikatu. Takie rozwiązanie nadaje komunikacji podmiotów odpowiedzialnych za promocję programu i projektów wspólne ramy i wprowadzi do niej porządek, co sprzyja skuteczniejszemu dotarciu z przekazem do szerokiego grona odbiorców.

²⁷ Jest to schemat do formułowania hasła, a nie hasło do bezpośredniego stosowania.

Nazwa i symbolika programu, nazwy funduszy oraz instytucji funkcjonują na poziomie szczegółowej informacji, dokumentacji, oznaczeń i wizualizacji, analogicznie do okresu 2007-2013 i stanowią doprecyzowanie i uzupełnienie komunikacji nt. Funduszy Europejskich.

4. STOSOWANIE GŁÓWNEGO KOMUNIKATU PROGRAMU W DZIAŁANIACH INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH

Szczegółowe zasady stosowania głównego komunikatu w działaniach informacyjno-promocyjnych zostały opisane w *Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020*.

Rola Funduszy Europejskich:

Zgodnie ze *Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014 - 2020* Fundusze Europejskie są prezentowane w następujących rolach:

- Fundusze Europejskie wspierają osoby i organizacje, które chcą rozwijać Polskę, w tym jej regiony,
- Fundusze Europejskie są katalizatorami zmian (przyspieszają je i wzmacniają),
- Fundusze Europejskie są wszechstronnym mechanizmem pomocy, a nie wyłącznie środkami finansowymi,
- Fundusze Europejskie wspierają zarówno wielkie zmiany w skali kraju, regionu, jak i zmiany lokalne oraz zmiany w życiu osobistym,
- Fundusze Europejskie zachęcają mieszkańców Polski, do współpracy.

4.1 Komunikaty uzupełniające Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020

Jednym z kluczowych elementów procesu komunikacji jest „zmiana” zapisana w głównym komunikacie. Zachodzące zmiany odzwierciedlają specyfikę programu i odwołują się do zmian w dziedzinach dla niego charakterystycznych. Nie są to gotowe tematy działań informacyjno-promocyjnych, a ogólne obszary, w jakich dokonuje się zmiana dzięki Funduszom Europejskim.

Fundusze Europejskie dostępne w ramach programu m.in.:

- wspierają obszary o największym potencjale rozwoju, nagradzają wizję i dobre pomysły prowadzące do pozytywnej zmiany,
- zwiększają możliwości mieszkańców województwa i stwarzają im nowe szanse rozwoju,
- wspierają rozwój przedsiębiorczości przyczyniając się do zwiększenia miejsc pracy na regionalnym rynku pracy,
- wspierają zdobywanie nowych doświadczeń pozwalających mieszkańcom regionu i regionalnym przedsiębiorstwom na konkurowanie na rynku regionalnym, krajowym, europejskim i globalnym,

- wspomagają tworzenie warunków do rozwoju innowacyjności i gospodarki regionu opartej na wiedzy,
- wprowadzają województwo w nową erę rozwoju poprzez wsparcie inteligentnych specjalizacji,
- zmniejszają obszary wykluczenia społecznego, włączają wykluczonych do głównego nurtu twórczego i produktywnego życia,
- wspierają efektywny system kształcenia na terenie województwa lubelskiego,
- wspomagają integrację mieszkańców województwa i ich wspólne działanie,
- poprawiają bezpieczeństwo mieszkańców regionu w wielu dziedzinach codziennego życia,
- zmieniają otoczenie mieszkańców województwa na bardziej przyjazne, czyste i przyczyniające się do ich dobrego samopoczucia i zdrowia,
- przyczyniają się do poprawy efektywności energetycznej województwa lubelskiego oraz zwiększenia udziału odnawialnych źródeł energii,
- wspomagają rozwój i poprawę stanu infrastruktury komunikacyjnej regionu,
- wspierają dbałość o dziedzictwo i wyrażanie tożsamości regionu oraz jego mieszkańców,
- wspierają sprawną i przyjazną dla obywatela administrację publiczną.

4.2 Perspektywy prezentacji korzyści oraz styl komunikacji

Zgodnie ze *Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020* instytucje podejmujące działania informacyjno-promocyjne świadomie wybierają perspektywę prezentacji Funduszy Europejskich (JA, MY lub REGION) w celu wzmocnienia efektywności komunikacji. Instytucje biorą pod uwagę zalety i wady każdej z perspektyw. W przypadku możliwości zastosowania różnych wariantów przyjmowana jest następująca kolejność rozpatrywania perspektyw komunikacji:

1. perspektywy indywidualnej (JA),
2. perspektywy społeczności (MY),
3. perspektywy zewnętrznego otoczenia (REGION).

Styl komunikacji Funduszy Europejskich został opisany w *Strategii komunikacji polityki spójności*.

5. GRUPY DOCELOWE I SPOSOBY KOMUNIKACJI Z NIMI

Odbiorcą komunikacji o Funduszach Europejskich jest każdy mieszkaniec województwa lubelskiego. Nie oznacza to jednakowej komunikacji do wszystkich odbiorców. Ich zróżnicowane potrzeby informacyjne narzucają konieczność prowadzenia zróżnicowanej komunikacji.

Podstawowym kryterium podziału docelowych odbiorców jest poziom ich zaangażowania w proces zmian rozwojowych w regionie. Osoby i organizacje silnie zaangażowane w ten proces mają bardziej rozwinięte potrzeby informacyjne od podmiotów bezpośrednio w ten proces niezaangażowanych.

5.1 Segmenty grup docelowych

Zgodnie ze *Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020* odbiorcy komunikacji zostali podzieleni na trzy segmenty z punktu widzenia ich zaangażowania w proces zmian:

- **beneficjenci** (potencjalni i faktyczni) - są to **liderzy zmian** - segment bezpośrednio zaangażowany we wprowadzanie zmian, osoby i organizacje mogące się ubiegać lub ubiegające się o współfinansowanie projektów ze środków europejskich,
- **uczestnicy projektów** (potencjalni lub faktyczni) to osoby aktywnie uczestniczące w projektach wspieranych przez Fundusze Europejskie, wśród których szczególne znaczenie mają członkowie grup społecznych stojących przed wyzwaniami/problemami mogącymi ograniczać ich udział w życiu społecznym i gospodarczym - osoby te mogą skorzystać lub korzystają z efektów projektów realizowanych przez liderów zmian,
- **odbiorcy rezultatów** rozumiani są jako szeroko pojęta opinia publiczna (mieszkańcy województwa lubelskiego), która jest ostatecznym adresatem i obserwatorem wszystkich zmian dokonujących się dzięki Funduszom Europejskim w regionie i która świadomie lub nieświadomie korzysta z efektów tych zmian.

Komunikacja obejmuje wszystkie trzy segmenty. Liderzy zmian są grupą priorytetową z punktu widzenia realizacji celów rozwojowych kraju i jego regionów.

5.2 Grupy docelowe programu

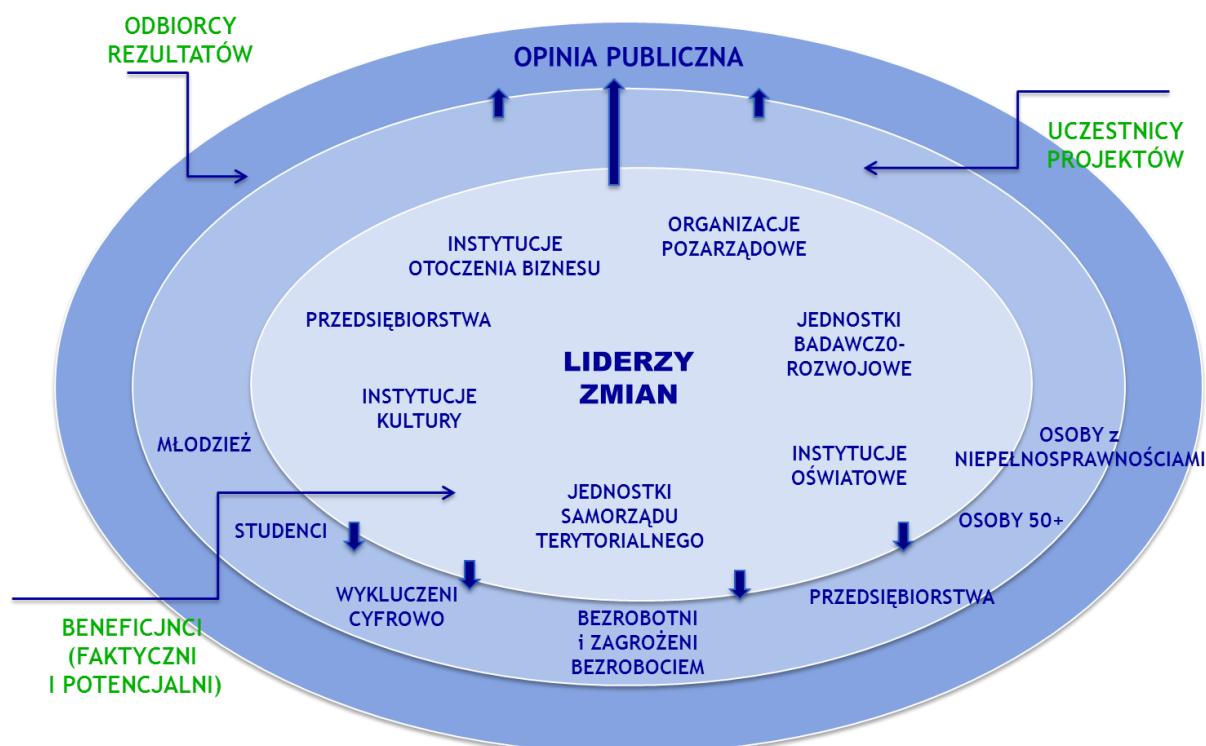
Grupy docelowe Funduszy Europejskich zostały podzielone na trzy segmenty. Każdy segment obejmuje grupy, które mają wspólną charakterystykę pod względem ich zaangażowania w proces zmian:

- potencjalni i faktyczni beneficjenci, czyli liderzy zmian,
- potencjalni i faktyczni uczestnicy projektów,
- odbiorcy rezultatów, czyli opinia publiczna (mieszkańcy województwa lubelskiego).

Nie są to grupy rozłączne. Jedna osoba może być liderem zmian w jednej dziedzinie, w innej uczestniczyć w projektach. Równocześnie wszyscy należymy do szeroko pojmowanej opinii publicznej²⁸.

²⁸ Na przykład przedsiębiorca może być zarówno beneficjentem i realizować projekt, jak i być uczestnikiem projektu skierowanego do firm np. szkolenia etc.

Rys. 2. Segmenty odbiorców i przykładowe grupy docelowe komunikacji



W schemacie tym zostało wpisane założenie o przekazywaniu informacji o Funduszach Europejskich od podmiotów z wewnętrznego kręgu do tych w kręgach zewnętrznych - od liderów zmian w kierunku uczestników projektów i opinii publicznej. Wspieranie tego przepływu jest jednym z zadań działań informacyjno-promocyjnych.

Odbiorcą komunikacji o FE jest każdy mieszkaniec województwa lubelskiego. Nie oznacza to jednak, kierowania identycznych komunikatów do wszystkich odbiorców. Ich zróżnicowane potrzeby informacyjne narzucają konieczność prowadzenia zróżnicowanej komunikacji.

Podstawowym kryterium podziału docelowych odbiorców jest poziom ich zaangażowania w proces zmian rozwojowych w województwie lubelskim.

Osoby i organizacje silniej zaangażowane w proces zmian rozwojowych w województwie mają bardziej rozwinięte potrzeby informacyjne od podmiotów, które w ten proces nie są zaangażowane. Liderzy zmian odgrywają zatem centralną rolę podmiotów promujących Fundusze Europejskie.

W związku z powyższym grupy docelowe zostały przypisane do poszczególnych segmentów. Cechą charakterystyczną każdej grupy jest ich zróżnicowany poziom zaangażowania w proces zmian:

- 1) potencjalni, a w miarę postępów we wdrażaniu programu także faktyczni, beneficjenci RPO WL/liderzy zmian - podmioty będące inicjatorami oraz realizatorami projektów współfinansowanych z FE w ramach RPO WL. Jest to grupa priorytetowa z punktu widzenia realizacji

celów rozwojowych województwa lubelskiego (ze względu na silne zaangażowanie w proces zmian rozwojowych), która ma szczególne wymagania. To właśnie do liderów zmian przekazywane są najbardziej zindywidualizowane komunikaty i informacje dotyczące m.in. naborów wniosków oraz wymaganych dokumentów.

Potencjalni/faktyczni beneficjenci RPO WL (liderzy zmian) to przede wszystkim:

- jednostki samorządu terytorialnego²⁹ (JST) ich związki, stowarzyszenia i porozumienia,
- jednostki organizacyjne JST posiadające osobowość prawną,
- przedsiębiorcy, w tym z sektora MŚP,
- instytucje otoczenia biznesu,
- spółki typu spin-off i spin-out, powstałe przy uczelniach i jednostkach naukowych,
- partnerzy społeczno-gospodarczy,
- jednostki badawczo-rozwojowe,
- podmioty wdrażające instrument finansowy,
- jednostki naukowe,
- uczelnie/szkoły wyższe,
- podmioty świadczące usługi transportu publicznego na zlecenie jednostek samorządu terytorialnego i związków na terenie wybranych miast regionu w ramach ZIT,
- spółki wodne,
- parki narodowe i krajobrazowe,
- PGL Lasy Państwowe i jego jednostki organizacyjne,
- Regionalna Dyrekcja Ochrony Środowiska,
- ośrodki edukacji ekologicznej,
- kościoły i związki wyznaniowe oraz osoby prawne kościołów i związków wyznaniowych,
- organizacje pozarządowe,
- spółdzielnie i wspólnoty mieszkaniowe,
- służby ratownicze i bezpieczeństwa publicznego,
- zarządcy infrastruktury kolejowej,
- instytucje kultury,
- urzędy pracy,
- instytucje rynku pracy i pomocy społecznej,
- niepubliczne agencje zatrudnienia,
- instytucje pomocy i integracji społecznej,
- instytucje szkoleniowe,
- centra aktywności lokalnej,
- instytucje dialogu społecznego,
- podmioty ekonomii społecznej,
- ochotnicze hufce pracy i ich jednostki organizacyjne,
- szkoły, przedszkola i placówki (w rozumieniu ustawy o systemie oświaty) i ich organy prowadzące.

²⁹ W tym samorząd województwa lubelskiego.

- 2) potencjalni, a w miarę postępów we wdrażaniu programu także faktyczni, uczestnicy projektów realizowanych w ramach RPO WL - podmioty biorące udział w projektach realizowanych przez liderów zmian. To właśnie głównie liderzy zmian przekazują komunikaty i informacje dotyczące możliwości skorzystania przez poniższe podmioty z Funduszy Europejskich.

Potencjalni/faktyczni uczestnicy projektów realizowanych w ramach RPO WL to przede wszystkim:

- osoby bezrobotne, bierne zawodowo i poszukujące pracy,
 - osoby znajdujące się w najbardziej niekorzystnej sytuacji na rynku pracy tj. osoby starsze, po 50 roku życia, kobiety, osoby z niepełnosprawnościami, osoby długotrwale bezrobotne, osoby niskowyzkwalifikowane,
 - osoby fizyczne prowadzące działalność gospodarczą,
 - osoby lub rodziny zagrożone ubóstwem lub wykluczeniem społecznym oraz ich otoczenie,
 - dzieci w wieku przedszkolnym i ich rodzice,
 - uczniowie i wychowankowie szkół i placówek oświatowych prowadzących kształcenie ogólne/specjalne/zawodowe,
 - nauczyciele,
 - mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa oraz ich pracownicy.
- 3) odbiorcy rezultatów czyli opinia publiczna (ogół mieszkańców województwa lubelskiego) - osoby korzystające bezpośrednio i pośrednio z efektów projektów realizowanych w ramach RPO WL. Jest to najszersza grupa, której przekazywane są ogólne komunikaty i informacje dotyczące m.in. zmian jakie zaszły w województwie lubelskim dzięki FE.

Odbiorcy rezultatów to przede wszystkim:

- mieszkańcy województwa lubelskiego,
- środowiska opiniotwórcze, w tym lokalni i regionalni liderzy opinii,
- media (lokalne i regionalne).

5.3 Mechanizm komunikacji

Mechanizm komunikacji określa sposób dotarcia do poszczególnych grup docelowych i składa się z czterech etapów: zobacz, zainteresuj się, realizuj (w przypadku beneficjenta) lub korzystaj (w przypadku uczestnika projektu), poleć.

Mechanizm komunikacji określa sposób dotarcia do poszczególnych grup docelowych. Został on opisany w czterech etapach. Każdy etap różni się stopniem zaangażowania odbiorcy w proces zmian, o których mowa w głównym komunikacie.

Rys. 3. Mechanizm komunikacji z docelowym odbiorcą



ZOBACZ

Na tym etapie największe znaczenie ma informacja o dokonującej się zmianie oraz osobiste doświadczenie odbiorcy z efektami działania Funduszy Europejskich.

ZAINTERESUJ SIĘ

Na tym etapie największe znaczenie ma motywacja potencjalnego beneficjenta do zainteresowania się współfinansowaniem ze środków unijnych oraz wsparcie potencjalnego beneficjenta w procesie ubiegania się o współfinansowanie, a także motywacja potencjalnego uczestnika projektu do skorzystania z niego.

REALIZUJ (w przypadku beneficjenta) / **KORZYSTAJ** (w przypadku uczestnika projektu)

Na tym etapie największe znaczenie ma wsparcie beneficjenta w realizacji projektu, a także pomoc uczestnikom projektów w korzystaniu ze wsparcia.

POLEĆ

Na tym etapie największe znaczenie ma zaangażowanie beneficjenta oraz uczestnika projektu jako promotorów Funduszy Europejskich. To te dwa segmenty docelowych odbiorców, ze względu na swoją aktywną rolę w procesie zmian, będą najbardziej zaangażowanymi i wiarygodnymi promotorami funduszy.

Szczegółowo mechanizm komunikacji został opisany w *Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020*.

5.4 Zapewnienie szerokiego, wielokanałowego i użytecznego dostępu do informacji i pomocy

Informacja skierowana do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów jest dostępna **non-stop, wielokanałowa i wielopoziomowa oraz użyteczna**.

Portale: FE i RPO WL zapewniają informację dostępną w trybie ciągłym, czyli przez 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu.


Informacja płynie do beneficjenta za pośrednictwem wielu kanałów komunikacji. W szczególności przez:

- portal www.funduszeuropejskie.gov.pl,
- stronę internetową dotyczącą RPO WL: www.rpo.lubelskie.pl,
- Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich w województwie lubelskim,
- media społecznościowe/aplikacje mobilne,
- Punkty kontaktowe RPO WL,
- kontakt z opiekunem projektu,

- materiały informacyjne instytucji zaangażowanych we wdrażanie RPO WL,
- działania edukacyjne (szkolenia, seminaria, warsztaty itp.),
- konferencje.



Na różnych etapach ubiegania się o współfinansowanie i realizacji projektu występują różne potrzeby informacyjne. Informacja wielopoziomowa oznacza, że jest ona uporządkowana według stopnia zaawansowania potencjalnego beneficjenta/beneficjenta w tych procesach. Poniższa tabela przedstawia przykładowe narzędzia, jakie mogą być wykorzystane na każdym etapie mechanizmu komunikacji z określonym segmentem grup docelowych (również z odbiorcami rezultatów).



Tabela 1. Przykładowe narzędzia komunikacji

Segment docelowych odbiorców	Mechanizm komunikacji	Przykładowe narzędzia komunikacji
ODBIORCY REZULTATÓW	 ZOBACZ	<p>Dotarcie bezpośrednie³⁰:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imprezy i wydarzenia promocyjne (np. dni otwarte projektów), • Portal Funduszy Europejskich i RPO WL na lata 2014-2020, w tym newsletter, • Konkursy promocyjne, • Aplikacje mobilne, • Marketing w wyszukiwarkach. <p>Działania edukacyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wywiady z ekspertami, • Prezentacje, • Ulotki, przewodniki itp., • Gry i konkursy edukacyjne. <p>Dotarcie pośrednie³¹:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kampanie reklamowe w mediach regionalnych i lokalnych, • Lokowanie idei/projektów w mediach, • Kampanie w mediach społecznościowych, • Gry i konkursy realizowane z mediami regionalnymi i lokalnymi, • Mailingi, • Działania PR w mediach regionalnych/lokalnych, • Reklama szeptana.

³⁰ Dotarcie bezpośrednie obejmuje sposoby komunikacji z docelowymi odbiorcami bez pośrednictwa zewnętrznych mediów.

³¹ Dotarcie pośrednie obejmuje sposoby komunikacji z docelowymi odbiorcami za pomocą zewnętrznych mediów.

Segment docelowych odbiorców	Mechanizm komunikacji	Przykładowe narzędzia komunikacji
	 ZOBACZ	<p>Dotarcie bezpośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Portal Funduszy Europejskich i RPO WL na lata 2014-2020, w tym newsletter, • Marketing w wyszukiwarkach. <p>Dotarcie pośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kampanie reklamowe w mediach regionalnych i lokalnych, • Lokowanie idei/projektów w mediach, • Kampanie w mediach społecznościowych, • Mailingi, • Działania PR w mediach regionalnych/lokalnych, • Reklama szeptana.
<p>POTENCJALNI BENEFICJENCI/ POTENCJALNI UCZESTNICY PROJEKTÓW</p>	 ZAINTERESU SIĘ	<p>Dotarcie bezpośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Portal Funduszy Europejskich i RPO WL na lata 2014-2020, w tym newsletter, • Materiały informacyjne sieciowe (video prezentacje, podcasty), • Informacja w PIFE/punktach kontaktowych RPO WL, • Infolinia dla potencjalnych beneficjentów, • Konferencje, prezentacje i szkolenia, • Drukowane lub elektroniczne materiały informacyjne. <p>Działania edukacyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Przewodniki i instrukcje zamieszczone na stronie internetowej RPO WL na lata 2014-2020, • Informacja i doradztwo w PIFE/punktach kontaktowych RPO WL, • Szkolenia, warsztaty i konferencje, • Publikacje/audycje edukacyjne w mediach regionalnych/lokalnych, • Otwarte prezentacje, • Ulotki, przewodniki itp. <p>Dotarcie pośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kampanie reklamowe w mediach regionalnych i lokalnych, • Kampanie w mediach społecznościowych, • Mailingi, • Działania PR w mediach sprofilowanych, • Reklama szeptana.

Segment docelowych odbiorców	Mechanizm komunikacji	Przykładowe narzędzia komunikacji
BENEFICJENCI/ UCZESTNICY PROJEKTÓW	 REALIZUJ/ KORZYSTAJ	<p>Dotarcie bezpośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strona internetowa RPO WL na lata 2014-2020, • Materiały informacyjne sieciowe (video prezentacje, podcasty), • Informacja i doradztwo w PIFE/punktach kontaktowych RPO WL, • Infolinia dla beneficjentów, • Konferencje, prezentacje i szkolenia, • Drukowane lub elektroniczne materiały informacyjno-promocyjne. <p>Działania edukacyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Przewodniki i instrukcje zamieszczone na stronie internetowej RPO WL na lata 2014-2020, • Kontakt z „opiekunem projektu”, • Informacja i doradztwo w PIFE/punktach kontaktowych RPO WL, • Szkolenia i konferencje, wizyty studyjne, • Publikacje/audycje edukacyjne w mediach regionalnych/lokalnych, • Warsztaty, • Ulotki, przewodniki, materiały drukowane. <p>Dotarcie pośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reklama szeptana, • Narzędzia bezpośredniej współpracy między beneficjentami.
	 POLEĆ	<p>Dotarcie bezpośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strona internetowa RPO WL na lata 2014-2020, • Akcje zachęcające do rekomendowania FE, • Publikacja rekomendacji innych beneficjentów, <p>Dotarcie pośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reklama szeptana, • Narzędzia bezpośredniej współpracy między beneficjentami.

Użyteczność informacji udostępnianych beneficjentowi wynika z uwzględnienia przy jej opracowaniu perspektywy beneficjenta, jego różnych potrzeb i oczekiwań. Podstawowym kryterium użyteczności informacji jest jej sformułowanie klarownym i zrozumiałym językiem oraz utrzymanie komunikacji w możliwie najbardziej zwartej formule. Instytucje zaangażowane we wdrażanie programu będą przykładać wagę do opracowywania dokumentów (w tym instrukcji, regulaminów) i materiałów informacyjnych w przystępny sposób oraz na bieżąco weryfikować

i zwiększać ich użyteczność poprzez ogólnodostępne narzędzia takie jak m.in. indeks dostępności FOG³².

Produkcja i dystrybucja przedmiotów promocyjnych typu gadżety nie jest rekomendowanym narzędziem promocji FE. Wydatki na cele reprezentacyjne, których nie można jednoznacznie uznać za związane z promocją funduszy polityki spójności, są niedozwolone. Przedmiotów o charakterze upominkowym nie można stosować w komunikacji FE.

Strategia komunikacji RPO WL zapewnia realizację działań informacyjno-promocyjnych i edukacyjnych wyłącznie w obszarze Funduszy Europejskich, z wyłączeniem działań mających inny zakres, tj. np. kampanii politycznych. Instytucje zaangażowane we wdrażanie programu zapewniają neutralność prowadzonych działań komunikacyjnych oraz dbają o prawidłowe wydatkowanie środków finansowych w tym zakresie.

5.4.1 Opis systemu wsparcia potencjalnych beneficjentów

Instytucje zaangażowane we wdrażanie programu zobowiązane³³ są do wspierania potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o środki pomocowe. Obowiązki te w znacznej mierze mają charakter informacyjny. Wszyscy, a przede wszystkim potencjalni beneficjenci, powinni uzyskać informacje na temat celów programu i możliwości finansowania.

Szczególna rola w zakresie merytorycznego wspierania potencjalnych beneficjentów programu przypada sieci PIFE w regionie, Punktom kontaktowym RPO WL w instytucji ogłaszającej konkurs oraz Portalowi RPO WL. Istotne jest, aby wiedza o tych źródłach informacji była szeroko rozpowszechniana i utrzymywana się przez całą perspektywę 2014-2020.

Aby umożliwić wnioskodawcom przygotowanie się do konkursów z odpowiednim wyprzedzeniem, IZ RPO do 30 listopada każdego roku zamieszcza na Portalu Funduszy Europejskich i Portalu RPO WL harmonogram naboru wniosków o dofinansowanie na następny rok kalendarzowy.

Dodatkowo, na w/w stronach internetowych będą publikowane ogłoszenia o naborach wniosków o dofinansowanie ze znacznym wyprzedzeniem - tj. co najmniej 30 dni przed planowanym rozpoczęciem naboru.

Regulamin konkursu oraz wszystkie niezbędne informacje dotyczące konkursu będą napisane w sposób zrozumiały, jednoznaczny i precyzyjny. W każdej instytucji

³² Indeks czytelności, który ma na celu określenie stopnia przystępności tekstu. Jego wartość oznacza liczbę lat edukacji potrzebnych do zrozumienia tekstu. Zob. więcej: <http://www.logios.pl/>.

³³ Zobowiązania te wynikają z rozporządzenia ogólnego oraz Ustawy z dnia 11 lipca 2014 r. o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014-2020 oraz z wydanych na jej podstawie wytycznych, w szczególności *Wytycznych Ministra Infrastruktury i Rozwoju w zakresie trybów wyboru projektów na lata 2014-2020* oraz *Wytycznych w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020*.

ogłaszającej konkurs znajdują się osoby udzielające odpowiedzi na pytania dotyczące konkursu. Termin składania wniosków nie będzie krótszy niż 7 dni.

Instytucje zaangażowane we wdrażanie programu, a przede wszystkim instytucje organizujące konkursy, są odpowiedzialne za odpowiednie dopasowanie działań informacyjnych i edukacyjnych gwarantujących dotarcie do potencjalnych beneficjentów oraz ich skuteczne poinformowanie na temat możliwości wsparcia. Służyć temu będą przykładowe działania, które wymienione zostały w Tabeli 1. Działania te są opisywane w *Rocznych planach działań informacyjnych i promocyjnych RPO WL na lata 2014-2020*, opracowywanych przez IZ RPO (DZ RPO) we współpracy z instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie programu.

5.4.2 Opis systemu wsparcia beneficjentów

Rozporządzenie ogólne nakłada na instytucje zaangażowane we wdrażanie programu obowiązek udostępniania informacji beneficjentom, które są istotne dla realizacji projektów. W szczególności beneficjentom zapewniona zostanie informacja w postaci niezbędnych dokumentów określających warunki uzyskanego wsparcia i szczegółowe wymagania dotyczące realizacji projektu.

Bardzo ważnym sposobem współpracy z beneficjentem jest funkcjonowanie instytucji opiekuna projektu - osoby, która pozostaje w bezpośrednim kontakcie z beneficjentem.

Istotne jest, aby beneficjent otrzymał wsparcie od samego początku realizacji projektu, co pozwoli uniknąć błędów na starcie.

Podobnie jak w przypadku potencjalnych beneficjentów, instytucje zaangażowane we wdrażanie programu, a przede wszystkim instytucje organizujące konkursy są odpowiedzialne za odpowiednie dopasowanie działań informacyjnych i edukacyjnych gwarantujących właściwą realizację projektów. Służyć temu będą przykładowe działania, które wymienione zostały w Tabeli 1. Działania te są opisywane w *Rocznych planach działań informacyjnych i promocyjnych RPO WL na lata 2014-2020*, opracowywanych przez IZ RPO (DZ RPO) we współpracy z instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie programu.

5.5 Podstawowe kanały informacji

5.5.1 Portal Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020

Strona internetowa Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020 ma kształt wortalu, w którym obok strony głównej administratora Portalu - Departamentu Zarządzania Regionalnym Programem Operacyjnym (DZ RPO) - własne podstrony posiadają Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (DW EFRR), Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego (DW EFS), Lubelska Agencja Wspierania Przedsiębiorczości (LAWP) oraz Wojewódzki Urząd Pracy w Lublinie (WUP) - tj. instytucje organizujące konkursy.

Portal RPO WL i jego dedykowane podstrony zapewniają spójność informacji o Funduszach Europejskich, posiadają jednolitą architekturę informacji oraz wspólną grafikę ze wszystkimi stronami pozostałych 15. województw i stroną główną Funduszy Europejskich.

Głównymi celami funkcjonowania Portalu RPO WL będzie zapewnienie aktualnych i kompleksowych informacji o możliwościach finansowania w ramach programu dla potencjalnych beneficjentów, na temat realizacji i rozliczania projektów dla beneficjentów oraz o roli i efektach realizacji polityki spójności i programu dla mieszkańców województwa lubelskiego, w tym mediów.

Portal RPO WL zapewnia m.in. możliwość uzyskania informacji na temat wszystkich obszarów wsparcia i realizowanych w ich ramach naborów wniosków³⁴. Zgodnie z *Wytycznymi w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020* serwis RPO WL zawiera w szczególności:

- a) informacje na temat RPO, w tym jego krótki opis,
- b) treść RPO i szczegółowy opis priorytetów RPO, a także informacje o zmianach jego treści, wraz z informacjami o terminach, od których są stosowane,
- c) aktualne informacje na temat postępu i efektów realizacji RPO,
- d) sprawozdania z realizacji RPO,
- e) informacje o prowadzonych konsultacjach publicznych,
- f) informacje dotyczące prac Komitetu Monitorującego,
- g) wykaz operacji, w formie arkusza kalkulacyjnego, który umożliwia sortowanie danych, ich przeszukiwanie, wyciąganie, porównywanie i ich łatwe publikowanie w Internecie,
- h) przykłady projektów RPO,
- i) treść wytycznych programowych, a także ich zmiany i terminy, od których wytyczne są stosowane,
- j) roczne harmonogramy naboru wniosków o dofinansowanie w trybie konkursowym i ich aktualizacje w podziale na poszczególne działania/poddziałania,
- k) uproszczone informacje dla beneficjentów opisujące możliwości uzyskania wsparcia z RPO,
- l) ogłoszenia o konkursach, zawierające informacje o naborach,
- m) zmiany regulaminów konkursów i warunków realizacji projektów, ich uzasadnienie oraz termin, od którego zmiany są stosowane,
- n) informacje o projektach wybranych do dofinansowania w trybie konkursowym i pozakonkursowym, a także - w przypadku ich aktualizacji - informację o tym, w jakich okolicznościach dany projekt został wybrany,
- o) przekierowanie do Wyszukiwarki Dotacji (elementu Portalu Funduszy Europejskich) zawierającej informacje o działaniach i naborach wniosków ze wszystkich programów,
- p) informacje o planowanych i organizowanych konferencjach, szkoleniach, działaniach informacyjno-promocyjnych dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów,
- q) listę teled adresową PIFE/Punktów kontaktowych RPO WL w regionie,

³⁴ Na stronie internetowej będzie podany kontakt do pracowników Punktów kontaktowych RPO WL w regionie, które będą m.in. udzielać informacji w zakresie ogłaszanych naborów.

- r) przekierowanie do Portalu FE,
- s) informacje dotyczące związków ZIT/jednostek samorządu terytorialnego realizujących ZIT.

5.5.2 Punkty kontaktowe RPO WL

W ramach systemu informacji i promocji RPO WL funkcjonują 4 punkty kontaktowe umiejscowione przy DW EFRR, DW EFS oraz LAW P i WUP. Głównym zadaniem wymienionych punktów kontaktowych jest przekazywanie szczegółowych informacji na temat ogłaszanych przez instytucje naborów, a także procedur związanych z przygotowaniem, wyborem, oceną, realizacją i kontrolą projektów w ramach programu oraz obowiązków Beneficjentów w zakresie działań informacyjno-promocyjnych RPO WL.

5.5.3 Współpraca z PIFE i Portalem Funduszy Europejskich

Instytucje zaangażowane we wdrażanie programu na bieżąco współpracują z siecią PIFE w regionie m.in. w ramach Grupy Roboczej ds. Informacji i Promocji Funduszy Europejskich UMWL (której funkcjonowanie zostało szerzej opisane w pkt. 6.1. Współpraca przy działaniach komunikacyjnych obejmujących wszystkie fundusze uwzględnione w Umowie Partnerstwa).

Instytucje te również współpracują z Portalem Funduszy Europejskich poprzez m.in. umieszczenie i aktualizowanie informacji zamieszczanych na odpowiednich podstronach Portalu (tworzenie wiadomości, ogłoszeń o szkoleniach i konferencjach, dodawania dokumentów) oraz uzupełnianie Wyszukiwarki Dotacji.

5.6 Komunikacja z osobami z różnymi niepełnosprawnościami

Zgodnie ze *Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020* podstawowym wymogiem komunikacji z osobami z niepełnosprawnościami jest **zapewnienie równego dostępu do informacji** na temat Funduszy Europejskich. Dążyć się będzie do tego, aby skuteczność komunikacji z osobami z różnymi niepełnosprawnościami była taka sama, jak w przypadku komunikacji z pozostałymi grupami.

Wypełnienie tych wymogów będzie wiązać się z zastosowaniem w komunikacji z osobami z niepełnosprawnościami następujących zasad:

1. Przewidywanie potrzeb osób z różnymi niepełnosprawnościami i uwzględnianie ich na etapie planowania danego działania informacyjnego, promocyjnego lub edukacyjnego,
2. Uzupełnienie standardowego sposobu komunikacji o dodatkowe środki, które pomogą osobom z różnymi niepełnosprawnościami w odbiorze komunikatu,
3. Dopasowanie zastosowanych środków oraz kontekstu komunikacji do różnych rodzajów niepełnosprawności.

Powyższe wymogi mają swoje bezpośrednie źródło i podstawę w *Konwencji o prawach osób niepełnosprawnych Organizacji Narodów Zjednoczonych*, w szczególności w artykule 9, w zakresie dostępności informacji i komunikacji oraz artykule 21 w zakresie wolności wypowiedzenia się i wyrażania opinii oraz dostępu do informacji.

Wszystkie instytucje zaangażowane we wdrażanie programu działające w dziedzinie informacji i promocji są zobowiązane do przestrzegania *Wytycznych Ministra Infrastruktury i Rozwoju 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*.

Ad. 1. Przewidywanie potrzeb osób z różnymi niepełnosprawnościami i uwzględnianie ich na etapie planowania danego działania informacyjno-promocyjnego.

Istotnym kryterium w planowaniu działań skierowanych do osób z niepełnosprawnościami będzie zasada uniwersalnego projektowania, której idea polega na szeroko rozumianej *dostępności zaplanowanej od początku*. „Uniwersalne projektowanie” przewiduje udzielenie dodatkowej pomocy technicznej (narzędzi wspomagających) dla poszczególnych grup osób z niepełnosprawnościami, tam gdzie będzie to potrzebne.³⁵

W celu ustalenia preferowanych sposobów komunikacji, na etapie planowania działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych, stosowane będą konsultacje z ich docelowymi odbiorcami, będącymi osobami z różnymi rodzajami niepełnosprawności. Pomocne mogą być tu szczególnie organizacje reprezentujące osoby z niepełnosprawnościami, które powinny być stałym partnerem w polityce informacyjnej z tą grupą odbiorców, a także lokalne grupy, organizacje i środowiska. Wprowadzanie konkretnych rozwiązań będzie, w miarę możliwości, poprzedzane etapem testowania. Dodatkowo, na etapie planowania działań informacyjno-promocyjnych takich jak m.in. organizacja spotkań, konferencji czy szkoleń, instytucje zaangażowane we wdrażanie programu będą identyfikować specjalne potrzeby osób z różnymi niepełnosprawnościami w formularzach zgłoszeniowych i będą gotowe je uwzględnić na podstawie analizy racjonalności kosztowej.

Ad. 2. Uzupelnienie standardowego sposobu komunikacji o dodatkowe środki, które pomogą osobom z różnymi niepełnosprawnościami w odbiorze komunikatu.

Komunikat adresowany *stricte* do osób z różnymi niepełnosprawnościami może być wyposażony w zależności od potrzeb w dodatkowe środki umożliwiające im jego odbiór, takie jak np.:

³⁵ Zgodnie z definicją artykułem 2 *Konwencji o prawach osób niepełnosprawnych Narodów Zjednoczonych* (Dz.U. z dnia 25.10.2012 r. poz. 1169): „Uniwersalne projektowanie” oznacza projektowanie produktów, środowiska, programów i usług w taki sposób, by były użyteczne dla wszystkich, w możliwie największym stopniu, bez potrzeby adaptacji lub specjalistycznego projektowania.

- W przekazie za pośrednictwem mediów:
 - tłumacz języka migowego,
 - napisy na ekranie towarzyszące przekazowi głosowemu,
 - wspomagane komputerowo tłumaczenie komunikatu głosowego w czasie rzeczywistym prezentowane w postaci tekstu - w programach nadawanych na żywo oraz w materiałach audiowizualnych przeznaczonych do rozpowszechniania - np. prezentacje na płytach CD/DVD
 - powiększona czcionka oraz możliwość regulacji jej wielkości,
 - wielokanałowa emisja komunikatu,
 - zgodność projektowanych stron internetowych ze standardami przyjętymi w polskim prawie,
 - komunikaty w polskim języku uproszczonym.
- W kontakcie osobistym:
 - tłumacz języka migowego oraz inne osoby przeszkolone w zakresie zasad i metod komunikacji z osobami z różnymi niepełnosprawnościami (np. tłumacze-przewodnicy osób głuchoniewidomych stosujący alternatywne, dotykowe metody komunikacji),
 - oprogramowanie do tłumaczenia języka migowego,
 - dodatkowe materiały drukowane w różnych formatach (np. z powiększoną czcionką, opracowane w alfabecie Braille'a, z wykorzystaniem piktogramów),
 - materiały w postaci elektronicznej pozwalającej na zastosowanie rozwiązań umożliwiających odczyt przez osoby z różnymi rodzajami niepełnosprawności,
 - synteza mowy,
 - tablice z wyświetlanymi komunikatami,
 - nośniki pozwalające na wielokanałową emisję komunikatu,
 - sprzęt wspomagający słyszenie - okienkowe pętle indukcyjne, systemy FM, pętle indukcyjne instalowane w salach, w których będą odbywały się spotkania i szkolenia grupowe.

Ad. 3. Dopasowanie zastosowanych środków oraz kontekstu komunikacji do różnych typów niepełnosprawności.

Zastosowane środki będą adekwatne do różnych typów niepełnosprawności oraz będą uwzględniały ich specyficzne potrzeby. Może to oznaczać wykorzystanie więcej niż jednego środka w jednym działaniu informacyjno-promocyjnym, z zachowaniem zasady racjonalnego usprawnienia³⁶.

Obok dostosowania samego środka komunikacji uwzględniane będą ograniczenia osób z niepełnosprawnościami w samym dotarciu do informacji. Będzie mieć to

³⁶ Zgodnie z artykułem 2 *Konwencji o prawach osób niepełnosprawnych Narodów Zjednoczonych* (Dz.U. z dnia 25.10.2012 r. poz. 1169) „racjonalne usprawnienie” oznacza konieczne i odpowiednie zmiany i dostosowania, nie nakładające nieproporcjonalnego lub nadmiernego obciążenia, jeśli jest to potrzebne w konkretnym przypadku, w celu zapewnienia osobom niepełnosprawnym możliwości korzystania z wszelkich praw człowieka i podstawowych wolności oraz ich wykonywania na zasadzie równości z innymi osobami.

szczególne znaczenie w bezpośredniej komunikacji, która wymagać będzie następujących rozwiązań:

- dostosowanie ciągów komunikacyjnych dojazdowych i wewnątrz miejsca komunikacji do potrzeb osób z różnymi ograniczeniami ruchowymi,
- umieszczenie materiałów informacyjnych w łatwo dostępnych miejscach, np. na wysokości dostosowanej do osób poruszających się na wózkach inwalidzkich,
- przygotowanie przyjaznych miejsc obsługi klienta, tak aby spełniały wymogi łatwego, pozbawionego barier dostępu,
- uwzględnienie możliwości skorzystania przez osoby niewidome, głuchoniewidome lub z innymi niepełnosprawnościami ze wsparcia asystenta/przewodnika/tłumacza-przewodnika.

W przypadku powyższych rozwiązań szczególnie istotna będzie zasada uniwersalnego projektowania.

Personel mający kontakt z osobami zainteresowanymi FE będzie systematycznie przechodzić odpowiednie przeszkolenie w zakresie obsługi klientów ze specjalnymi potrzebami, natomiast osoby odpowiedzialne za informację i promocję będą przechodzić systematyczne szkolenia skoncentrowane na przekazywaniu wiedzy nt. możliwych i pożądanых sposobów komunikacji oraz rozwiązaniach stosowanych w celu zapewnienia jak najlepszej dostępności do informacji zarówno w materiałach informacyjnych, jak i w komunikacji bezpośredniej, a także skoncentrowane na nauce konkretnych umiejętności (np. języki migowe, savoir-vivre wobec osób z niepełnosprawnościami) oraz działaniach, które nie powielają stereotypów ze względu na jakiegokolwiek przestanki.

Powyższe zasady wyznaczają ogólny kierunek działań. Instytucje zaangażowane w realizację RPO WL na lata 2014-2020 w ramach prowadzonych przez siebie działań informacyjno-promocyjnych, każdorazowo będą analizować specjalne potrzeby osób z różnymi niepełnosprawnościami i podejmować uzasadnione i racjonalne kosztowo narzędzia zgodnie z zapisami *Wytycznych w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020*.

6. KOORDYNACJA KOMUNIKACJI FUNDUSZY EUROPEJSKICH

6.1 Współpraca przy działaniach komunikacyjnych obejmujących wszystkie fundusze uwzględnione w Umowie Partnerstwa

Instytucje wdrażające program współpracują z instytucjami odpowiedzialnymi za wdrażanie Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego, a także instytucjami wdrażającymi pozostałe programy w ramach polityki spójności, zgodnie z zasadami

wskazanymi w Umowie Partnerstwa i w ramach prac Komitetu ds. Umowy Partnerstwa, w szczególności dbając o:

- bieżącą wymianę informacji na temat podejmowanych działań w dziedzinie komunikacji,
- poszukiwanie możliwości prowadzenia wspólnych działań informacyjnych i promocyjnych,
- tam gdzie to wskazane, informowanie potencjalnych beneficjentów i uczestników projektów o możliwościach uzyskania wsparcia także w ramach Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz pozostałych programów w ramach polityki spójności,
- udostępnianie informacji na temat programu instytucjom wdrażającym programy w ramach Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz pozostałych programów polityki spójności.

Przedstawiciele instytucji wdrażających programy biorą udział w pracach grup roboczych powołanych przez Instytucję Koordynującą UP w zakresie informacji i promocji.

IZ działa na rzecz utworzenia wspólnej platformy wymiany informacji i współpracy na terenie województwa w celu skoordynowania działań informacyjno-promocyjnych pięciu funduszy: Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności, Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego. W tym celu powołana została **Grupa Robocza ds. Informacji i Promocji Funduszy Europejskich UMWL**, w pracach której (oprócz przedstawicieli instytucji zaangażowanych we wdrażanie programu) mogą uczestniczyć również reprezentanci Departamentu Koordynacji Projektów Europejskich, Departamentu Polityki Regionalnej oraz innych podmiotów zajmujących się tematyką FE w regionie.

6.2 Komunikacja wewnętrzna między instytucjami wdrażającymi program

Dobra komunikacja oraz współpraca między instytucjami wdrażającymi program jest niezbędnym warunkiem realizacji Strategii i jej odpowiedniej koordynacji.

Instytucje wdrażające program pełnią w stosunku do siebie funkcję klienta wewnętrznego. Komunikacja między instytucjami opiera się na dostrzeganiu potrzeb adresata i pomaganiu mu w wykonywaniu jego zadań.

Korzyści wynikające z dobrej komunikacji wewnętrznej to większa sprawność działania, transfer wiedzy i doświadczeń oraz większa efektywność i skuteczność działań informacyjno-promocyjnych.

Największym kapitałem w komunikacji wewnętrznej są merytoryczne kompetencje pracowników instytucji w zakresie wiedzy o programie oraz mechanizmach komunikacji.

Komunikacja wewnętrzna obejmuje dzielenie się informacjami, wzajemną edukację oraz współpracę przy realizacji działań informacyjno-promocyjnych.

Realizacja współpracy wymaga korzystania z efektywnych narzędzi komunikacji między instytucjami. Głównym narzędziem przyczyniającym się do realizacji w/w celu jest funkcjonowanie **Grupy Roboczej ds. Informacji i Promocji RPO WL**. Pozostałymi narzędziami są m.in.:

- spotkania robocze - regularne lub zwoływane *ad hoc* w celu omówienia bieżących spraw,
- Baza Wiedzy Funduszy Europejskich - zbiór informacji, a także forum wymiany informacji pomiędzy wszystkimi instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie programu,
- szkolenia i prezentacje.

Szczegółowe zapisy w zakresie komunikacji wewnętrznej znajdują się w *Instrukcji Wykonawczej Instytucji Zarządzającej RPO WL na lata 2014-2020*.

6.3 Zasady prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych

Zgodnie z zapisami *Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020* określono sześć zasad, które regulują zakres oraz przedmiot komunikacji, a także kryteria wyboru narzędzi:

- 1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej komunikacji z grupą docelową programu, działania lub projektu**
Grupa docelowa przyjęta do działań komunikacyjnych będzie jak najwierniej odzwierciedlać grupę docelową programu, działania lub projektu, który będzie przedmiotem komunikacji. W szczególności unikać się będzie poszerzania komunikacyjnej grupy docelowej w celu zastosowania mediów masowych o szerokim zasięgu, które są zarezerwowane dla działań informacyjno - promocyjnych adresowanych do masowego odbiorcy.
- 2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji**
Narzędzia komunikacji stosowane przez dany podmiot będą odpowiadać zasięgowi promowanego działania lub projektu, tj. instytucja zarządzająca programem regionalnym będzie komunikować za pośrednictwem mediów o zasięgu regionalnym lub lokalnym³⁷.
- 3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej**

³⁷ W szczególnym przypadku, gdy medium o największym zasięgu w regionie ma zasięg ogólnopolski, akceptację wykorzystania tego medium podejmuje IK na podstawie własnych danych oraz przedstawionych przez wnioskujące instytucje, zgodnie z odpowiednimi zapisami *Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020* oraz *Wytycznymi w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020*.

Wybierając spośród wielu alternatywnych narzędzi komunikacji będą wybierane te o możliwie najniższym koszcie dotarcia do grupy docelowej.

4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej

Indeks reprezentatywności danego narzędzia w grupie docelowej opisuje poziom jego dopasowania do tej grupy (indeks reprezentatywności określa zasięg danego medium w grupie docelowej w stosunku do zasięgu tego medium w całej populacji pomnożony przez 100). Określa on stopień, w jakim dane narzędzie jest chętniej wykorzystywane przez grupę docelową niż przez całą populację. Indeks powyżej 100 oznacza, że wybrana grupa docelowa chętniej korzysta z danego narzędzia niż cała populacja. Indeks poniżej 100 oznacza sytuację odwrotną. Spośród alternatywnych narzędzi komunikacji wybierane będą te o najwyższym indeksie reprezentatywności.

5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego

Narzędzia komunikacji będą umożliwiać świadomą realizację określonego etapu mechanizmu komunikacji z grupą docelową lub pomagać przejść do następnego etapu. Komunikacja będzie mieć charakter procesu, a nie powtarzanych tych samych treści adresowanych do tych samych docelowych odbiorców tymi samymi narzędziami.

6. Zasada uzupełniania się komunikatów

Komunikaty nie będą się powielać, nawet jeśli będą pochodzić od różnych instytucji. Będą się wzajemnie uzupełniać, aby odbiorca otrzymywał spójny przekaz i miał spójną wizję Funduszy Europejskich. Dążyć się będzie do efektu synergii, czyli sytuacji, w której komunikaty będą się wzmacniać i wspólnie tworzyć nową jakość, np. dając głębsze zrozumienie danego programu.

Zasady te są uwzględniane m.in. w następujących okolicznościach:

- podczas planowania własnych działań informacyjno-promocyjnych i oceny ich realizacji,
- podczas oceny planowanych i zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych podległych podmiotów/instytucji,
- w miarę możliwości i w odpowiednim zakresie jako narzędzie optymalizacji wyboru ofert zewnętrznych dostawców usług marketingowych.

Działania informacyjne i promocyjne dotyczące projektu prowadzone przez beneficjentów powinny odpowiadać wielkości przedsięwzięcia oraz brać pod uwagę jego cel i charakter. Beneficjenci realizujący projekty wymagające promocji powinni uwzględniać w swoich działaniach ww. zasady.

Zasady 3 i 4 mają zastosowanie tylko w sytuacji rozpatrywania alternatywnych sposobów dotarcia do grupy docelowej. Pomagają one w podjęciu decyzji o wyborze optymalnej alternatywy.

Instytucje zaangażowane we wdrażanie programu będą wymagać podania szacunkowych kosztów dotarcia, a także - tam gdzie to możliwe - wartości indeksu reprezentatywności dla działań proponowanych przez zewnętrznych dostawców

usług marketingowych oraz wyliczać koszt dotarcia i indeks reprezentatywności dla własnych działań.

W sytuacjach, gdy wyliczenie kosztu dotarcia do grupy docelowej lub indeksu reprezentatywności nie jest możliwe lub jest nadmiernie kosztowne, możliwe jest odniesienie się do tych zasad w sposób opisowy i analiza opracowywanych rozwiązań bez szacunków liczbowych.

7. REALIZACJA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH W PARTNERSTWIE

7.1 Wspieranie potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w działaniach informacyjno-promocyjnych

Instytucje zaangażowane we wdrażanie programu, zobowiązane są do poinformowania potencjalnych beneficjentów, że jeśli ich projekt uzyska dofinansowanie, będzie na nich spoczywał obowiązek informowania opinii publicznej o celu realizowanego projektu oraz uzyskanym z funduszy wsparciu.

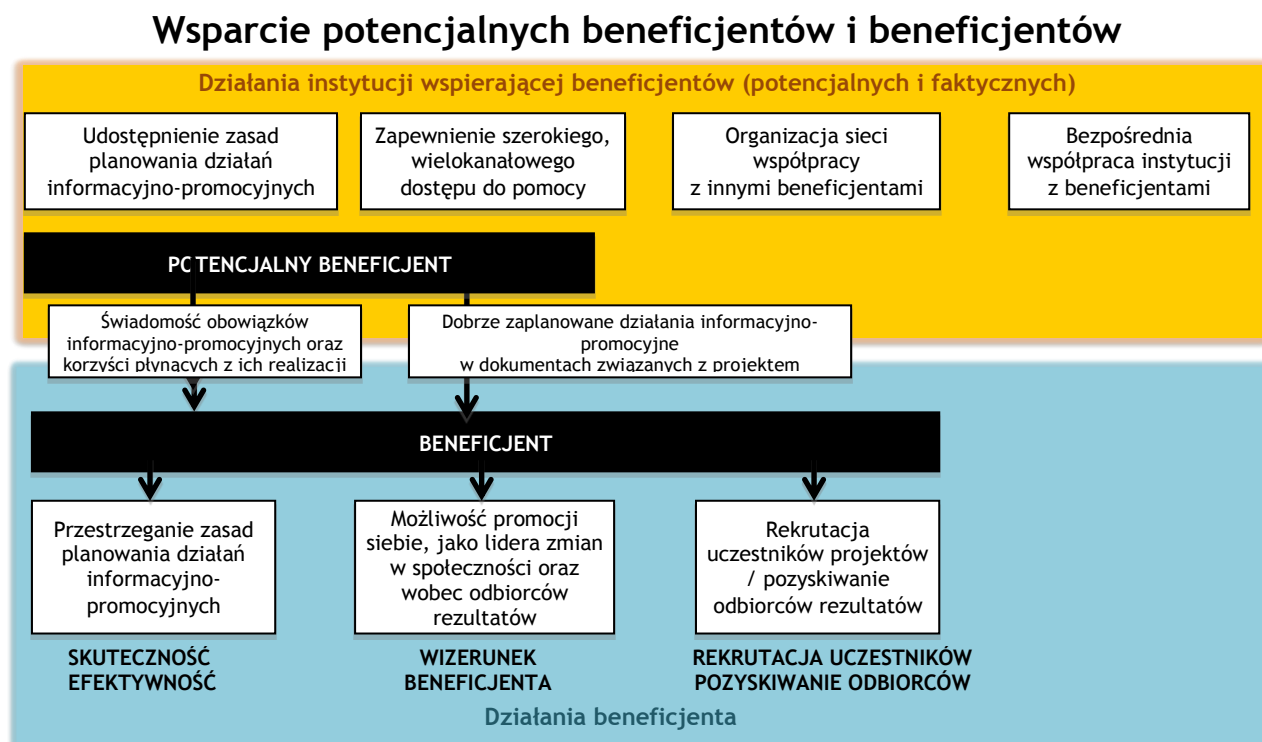
Beneficjenci RPO WL na lata 2014-2020 będą zobligowani do wypełniania obowiązków informacyjnych zgodnie z zapisami rozporządzenia ogólnego. Szczegółowo wymagania związane z informowaniem o projekcie zawarte są w „Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji”, a odpowiedzi na pytania pojawiające się w trakcie wdrażania programu będą na bieżąco zamieszczane na Portalu RPO WL.

Instytucje zaangażowane we wdrażanie programu będą wspierać beneficjentów w działaniach informacyjno-promocyjnych.

Z punktu widzenia Strategii komunikacji szczególnie istotna jest zasada, że beneficjent jest traktowany jako partner w działaniach komunikacyjnych. Beneficjenci, którzy zechcą przyjąć na siebie rolę przedstawicieli Funduszy Europejskich, będą mogli wzmocnić przekaz na temat zasad korzystania ze wsparcia, pokazać jego efekty i wymieniać się doświadczeniami.

Poniższy rysunek przedstawia sposób wspierania potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w ich działaniach informacyjnych i promocyjnych. Obejmuje on perspektywę instytucji wspierającej oraz perspektywę beneficjentów.

Rys. 4. Wsparcie potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w działaniach informacyjno-promocyjnych



Działania instytucji wspierającej potencjalnego beneficjenta i beneficjenta w zakresie informacji i promocji:

1) Udostępnienie zasad planowania działań informacyjno-promocyjnych

Głównym materiałem wspierającym działania informacyjno-promocyjne potencjalnych beneficjentów i beneficjentów jest pakiet informacji, który obejmuje najważniejsze informacje przydatne beneficjentom (potencjalnym i faktycznym) w zaplanowaniu i prowadzeniu promocji projektu. Składa się on m.in. z *Podręcznika wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji* oraz wzorów i szablonów, które udostępnione zostały w postaci elektronicznej na stronach internetowych Funduszy Europejskich i RPO WL.

W/w pakiet informacji w szczególności zawiera:

- informacje o wymogach w zakresie informacji i promocji, jakim podlegają beneficjenci w trakcie realizacji projektu i po jego zakończeniu,
- opis zasad planowania działań informacyjno-promocyjnych istotnych z punktu widzenia wymogów realizacji projektów na etapie aplikowania o środki,
- wskazanie kanałów komunikacji wspierających potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w realizacji wymogów informacyjno-promocyjnych i wymianie doświadczeń,
- prezentację korzyści beneficjenta wynikających z właściwej promocji projektu,

- linki do istotnych informacji dotyczących informacji i promocji, w tym:
 - wzorów plakatów i tablic informacyjnych,
 - odpowiedzi na najczęściej zadawane przez beneficjentów pytania dotyczące obszaru informacji i promocji (FAQ),
 - ewentualnie możliwości wymiany informacji między beneficjentami.

Oprócz informacji zawartych w w/w *Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji* potencjalni i faktyczni beneficjenci RPO WL w ramach otrzymanej pomocy w zakresie obowiązków informacyjno-promocyjnych na nich spoczywających będą mogli skorzystać m.in. z:

- portalu www.funduszeuropejskie.gov.pl,
- strony internetowej dotyczącej RPO WL: www.rpo.lubelskie.pl,
- informacji przekazywanych za pośrednictwem mediów społecznościowych,
- wsparcia Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich w województwie lubelskim,
- wsparcia Punktów kontaktowych RPO WL,
- wsparcia i konsultacji z opiekunem projektu,
- materiałów informacyjnych instytucji zaangażowanych we wdrażanie RPO WL,
- działań edukacyjnych (szkoleń, seminariów, warsztatów itp.).

2) Organizacja sieci współpracy z innymi beneficjentami

Instytucje zaangażowane we wdrażanie programu zachęcają beneficjentów do współpracy i wzajemnej pomocy poprzez zorganizowanie odpowiedniej przestrzeni m.in. w formach wymienionych w pkt. 3.

3) Bezpośrednia współpraca instytucji z beneficjentami

Wsparcie beneficjentów w bezpośredniej współpracy odbywa się również przez instytucje w ramach prowadzonych przez nie działań informacyjno-promocyjnych takich jak między innymi:

- zaproszenia do występowania na konferencjach m.in. w roli prelegentów,
- prezentacje projektów podczas targów, na pokazach, wyjazdach studyjnych organizowanych przez instytucje systemu RPO WL,
- zapraszanie do udziału w audycjach telewizyjnych i radiowych,
- zapraszanie do wypowiedzi dla prasy,
- prezentacje przykładów projektów na stronie internetowej RPO WL, Mapie projektów RPO WL, materiałach promocyjnych itp.,
- udostępnianie linków do stron projektów przedstawiających dobre praktyki.

7.2 Współpraca z partnerami

Współpraca z partnerami odbywa się w ramach systemu wewnątrzinstytucjonalnego poprzez m.in. działanie Grup Roboczych o których mowa w pkt. 6.1 i 6.2 niniejszego dokumentu.

Oprócz tego stałą realizację zasady partnerstwa zapewnia KM RPO, w którego składzie uczestniczą przedstawiciele reprezentujący organy regionalne, lokalne, miejskie, inne władze publiczne, partnerzy społeczno-gospodarczy³⁸, podmioty reprezentujące społeczeństwo obywatelskie (w tym organizacje pozarządowe, np. zajmujące się ochroną środowiska, promujące włączenie społeczne, równość płci i brak dyskryminacji), a także instytucje edukacyjne i badawcze, przedstawicielstwo Komisji Europejskiej, centra informacji europejskiej i biuro informacji Parlamentu Europejskiego.

Zgodnie z zapisami *Wytycznych w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020* partnerzy uczestniczący w pracach KM RPO mają prawo do m.in.:

- opiniowania i wprowadzania uwag do *Strategii komunikacji RPO WL* i jej aktualizacji,
- opiniowania działań informacyjno-promocyjnych na podstawie przekazywanych przez IZ RPO informacji o postępach w realizacji *Strategii komunikacji RPO WL* oraz o działaniach, planowanych do przeprowadzenia w następnym roku³⁹.

Innymi formami współpracy z partnerami są np.:

- uczestnictwo przedstawicieli podmiotów i partnerów społeczno-gospodarczych w spotkaniach, konferencjach (w tym również w roli prelegentów), a także w szkoleniach organizowanych przez instytucje zaangażowane we wdrażanie programu,
- uczestnictwo przedstawicieli instytucji zaangażowanych we wdrażanie programu w różnego rodzaju spotkaniach organizowanych przez podmioty i partnerów społeczno-gospodarczych,
- czynny udział partnerów w tworzeniu materiałów informacyjno-promocyjnych (w tym zamieszczaniu artykułów, wypowiedzi, opinii, wywiadów).

Komunikacja we współpracy z partnerami, w tym szczególnie partnerami społeczno-gospodarczymi, jest czynnikiem wpływającym na skuteczność realizacji zadań nałożonych na instytucje, szczególnie w zakresie informacji, w tym edukacji. W/w formy współpracy z partnerami w zakresie informacji i promocji są dowodem na wysoką świadomość konieczności łączenia wsparcia w celu zapewnienia efektywnej i skutecznej realizacji programu.

Współpraca z partnerami może nieść za sobą wiele korzyści:

- może zwiększać zasięg komunikacji w określonych grupach docelowych oraz zwiększać jej skuteczność i efektywność kosztową,
- może zapewnić zaangażowanie, wsparcie i współpracę określonych grup docelowych dzięki zaufaniu, jakim cieszą się w danej grupie,
- może dostarczać instytucjom informacji o określonych grupach docelowych, w tym o ich potrzebach informacyjnych oraz o barierach, jakie napotykają w staraniu się o wsparcie i w trakcie realizacji projektów,

³⁸ Partnerzy społeczno-gospodarczy w rozumieniu art. 5, pkt 7 ustawy z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju obejmują: organizacje pracodawców i organizacje związkowe, samorządy zawodowe, izby gospodarcze, organizacje pozarządowe, jednostki naukowe.

³⁹ Opinia KM RPO może stanowić podstawę do aktualizacji Rocznych planów działań informacyjnych i promocyjnych.

- może oferować dostęp do sieci dystrybucji informacji, z których korzystają członkowie danej grupy,
- może służyć instytucjom doradztwem i wsparciem w procesie planowania sposobów dotarcia do określonych grup docelowych,
- może wzmacniać siłę podejmowanych działań edukacyjnych oraz prowadzić takie działania we własnym zakresie,
- może pośredniczyć w stałym dialogu między instytucjami a określonymi grupami docelowymi,
- może współdziałać z instytucjami w celu planowania, realizacji, koordynacji i monitoringu wspólnych działań informacyjnych i promocyjnych, w tym szczególnie edukacyjnych.

Tam gdzie jest to możliwe instytucje zaangażowane we wdrażanie programu będą włączać partnerów w obieg informacji na temat Funduszy Europejskich i udzielać im pomocy informacyjnej, tak aby mogli oni przekazywać bieżące, odpowiednio sprofilowane informacje interesariuszom w ramach swojej działalności statutowej.

Przedstawiciele instytucji zaangażowanych we wdrażanie programu będą mogli brać udział w spotkaniach poświęconych tematyce Funduszy Europejskich organizowanych przez partnerów, niemających charakteru komercyjnego.

Poszczególne instytucje będą w tym celu w porozumieniu z partnerami dążyć do wdrożenia praktycznych i funkcjonalnych rozwiązań w tym zakresie.

7.3 Komunikacja z mediami

Strategia komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 nakłada na komórki zajmujące się promocją Funduszy Europejskich obowiązek prowadzenia aktywnej polityki informacyjno-promocyjnej na temat Funduszy Europejskich w mediach we współpracy lub za pośrednictwem komórek odpowiedzialnych za relacje z mediami, w szczególności z biurami prasowymi instytucji wdrażających FE. Współpraca ta powinna przyjąć formę aktywnej promocji tematyki związanej z Funduszami Europejskimi.

Zgodnie ze *Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020* model pracy komórki odpowiedzialnej za działania informacyjno-promocyjne Funduszy Europejskich powinien odpowiadać następującemu schematowi:

Rys. 5. Model pracy komórki odpowiedzialnej za działania informacyjno-promocyjne RPO WL



Obowiązkiem instytucji zaangażowanych we wdrażanie programu jest prowadzenie aktywnej polityki informacyjno-promocyjnej na temat Funduszy Europejskich w ramach programu, przede wszystkim za pośrednictwem biura prasowego UMWL.

Proces ten rozpoczyna się od kreowania tematów komunikatów i planowania harmonogramu ich dystrybucji do mediów. Następnym etapem jest aktywne gromadzenie informacji od innych instytucji oraz od beneficjentów, które posłużą do opracowania komunikatu na dany temat.

Kolejny etap polega na opracowaniu komunikatów tak, aby były dostosowane do wymogów i oczekiwań mediów. Instytucja opracowuje komunikaty z wyprzedzeniem pozwalającym na realizację przyjętego harmonogramu dystrybucji informacji do mediów.

Ostatnim etapem procesu jest dystrybucja komunikatów do mediów, zgodnie z przyjętym harmonogramem. Dystrybucja odbywa się w sposób aktywny, to znaczy z inicjatywy instytucji, a nie tylko w odpowiedzi na prośbę mediów.

Biuro prasowe jest w tym procesie partnerem, które dzięki swojej kompetencji w obszarze *public relations* może zwiększyć jego efektywność, szczególnie na etapie dystrybucji komunikatów.

Skuteczna komunikacja z mediami wymaga stałej współpracy polegającej na aktywnym, stałym dostarczaniu mediom informacji o Funduszach Europejskich w ramach programu.

Narzędzia współpracy z mediami obejmują m.in.:

- opracowane gotowe do wykorzystania informacje - zgodnie z formatami stosowanymi przez dane medium,
- konferencje prasowe i briefingi prasowe,
- wywiady,
- cykliczne spotkania z dziennikarzami,
- wizytacje projektów,
- zaproszenia dziennikarzy na uroczystości,
- mailingi,
- newslettery,
- dział dla mediów na stronie internetowej RPO WL.

Komórki odpowiedzialne za działania informacyjno-promocyjne instytucji zaangażowanych we wdrażanie programu gromadzą przykłady dobrych praktyk, opisy projektów, a także zdjęcia i inne materiały graficzne mogące uatrakcyjnić przekaz, przeglądowe dane statystyczne, podsumowania i infografiki dotyczące realizacji programów, priorytetów i działań. Zgromadzone zasoby przekazują DZ RPO (OK RPO) celem dalszego udostępniania dla potrzeb działań promujących RPO WL.

Mając na uwadze przeciwdziałanie potencjalnym sytuacjom kryzysowym został opracowany zbiór zasad postępowania w kryzysie. Niniejszy dokument stanowi integralną część *Instrukcji Wykonawczej Instytucji Zarządzającej RPO WL na lata 2014-2020*.

7.4 Komunikacja z liderami opinii

Każda grupa docelowa posiada swoich liderów opinii⁴⁰. Są to jednostki, które rozumieją daną grupę i które charakteryzują się szczególnym na nią wpływem. Liderzy opinii mają zróżnicowaną charakterystykę oraz przybierają różną postać, w tym:

- osób zarządzających danym środowiskiem i określających reguły jego funkcjonowania (np. decydenci),
- osób spajających daną społeczność lub środowisko (np. nieformalni liderzy),
- osób szczególnego zaufania, do których inni zwracają się po radę (np. osoby duchowne),
- osób aktywizujących daną społeczność lub środowisko (np. lokalni działacze społeczni),
- osób skutecznie promujących określone postawy i zachowania wewnątrz grup docelowych (np. liderzy trendów),
- osób mających wizję przyszłości i rozwoju (np. kreatywni twórcy, innowatorzy).

Z punktu widzenia komunikacji RPO WL, biorąc pod uwagę obszary wsparcia w ramach programu, głównymi liderami opinii są/powinni być m.in. zewnętrzni eksperci (znani z mediów), przedstawiciele organizacji pozarządowych, właściciele firm, które osiągnęły sukces dzięki wsparciu z funduszy europejskich w ramach poprzedniej perspektywy.

Aby zintensyfikować komunikację w ramach RPO WL, instytucje zaangażowane we wdrażanie programu będą na bieżąco współpracować z liderami opinii poprzez m.in.:

- stworzenie bazy liderów opinii,
- uczestnictwo liderów opinii w spotkaniach Grupy Roboczej ds. Informacji i Promocji Funduszy Europejskich UMWL,
- uczestnictwo liderów opinii w spotkaniach, konferencjach (w tym również w roli prelegentów), a także w szkoleniach organizowanych przez instytucje zaangażowane we wdrażanie programu,
- uczestnictwo liderów opinii w różnego rodzaju spotkaniach organizowanych przez podmioty i partnerów społeczno-gospodarczych, a także beneficjentów programu,
- czynny udział liderów opinii w tworzeniu materiałów informacyjno-promocyjnych (w tym zamieszczaniu artykułów, wypowiedzi, opinii, wywiadów),
- angażowanie liderów opinii do celów promocyjno-informacyjnych, m.in. poprzez ich udział w kampaniach medialnych,
- udział liderów opinii w badaniach ewaluacyjnych dotyczących samego programu lub elementów jego marketingowego otoczenia.

Liderzy opinii, ze względu na siłę swojego oddziaływania i szczególną rolę w społecznościach mogą zapewnić efektywne dotarcie do danej grupy docelowej.

⁴⁰ W polskim tłumaczeniu rozporządzenia ogólnego stosowany jest termin „osoby opiniotwórcze”, natomiast w ang. wersji występuje słowo: „multipliers”, co można też tłumaczyć jako organizacje, instytucje, środowiska pozwalające na przekazywanie dalej informacji dużej liczbie osób.

Czasem dotarcie do takiej grupy bez pośrednictwa liderów opinii jest bardzo trudne, np. dotarcie do młodzieży.

Liderzy opinii mogą wspomóc instytucje w systemie informacji i promocji w następujący sposób:

- mogą zapewnić zaangażowanie, wsparcie i współpracę kluczowych osób w ramach grup docelowych,
- mogą pozwolić zrozumieć wewnętrzne mechanizmy i zależności wewnątrz grup docelowych,
- mogą dystrybuować materiały informacyjne i prowadzić edukację w ramach grup docelowych, w tym wśród osób, z którymi komunikacja jest szczególnie trudna,
- mogą być rzecznikami i promotorami określonych treści, postaw i zachowań,
- mogą rekrutować oraz szkolić kolejnych liderów opinii, wzmacniając siłę komunikacji.

8. OCENA EFEKTÓW STRATEGII

Monitoring i bieżąca ocena działań odgrywają kluczową rolę w planowaniu i realizacji działań informacyjnych i promocyjnych. Informacje uzyskane z wyników badań i bieżącego monitoringu umożliwiają modyfikację planów i działań w taki sposób, aby zapewnić ich skuteczność i efektywność, a tym samym osiągnąć cele zakładane w Strategii.

8.1 Ocena realizacji celów Strategii

Ocena realizacji celu głównego Strategii komunikacji jest możliwa przy wykorzystaniu informacji nt. stopnia realizacji celów szczegółowych. Każdemu ze szczegółowych celów komunikacyjnych przypisano wskaźniki, których osiągnięcie stanowi podstawę do oceny stopnia realizacji danego celu. Wskaźniki dobrano w taki sposób, aby pokazywały postęp w realizacji celów Strategii komunikacji.

Realizacja celów nie jest zależna wyłącznie od działań komunikacyjnych prowadzonych przez instytucje zaangażowane we wdrażanie programu, ale również przez instytucje wdrażające programy krajowe (w tym sieć PIFE) w regionie oraz dodatkowo stanowi wypadkową innych elementów wdrażania FE.

Dane dla wskaźników rezultatu strategicznego - w zakresie wskazanym przez Strategię komunikacji polityki spójności - w latach 2016, 2018 oraz na potrzeby sprawozdania końcowego zostaną przekazane IZ przez IK UP na podstawie przeprowadzanych przez IK UP badań na próbie mieszkańców województwa. Dane dotyczące liczby konsultacji dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w sieci PIFE pochodzą z Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju.

Efekty *Strategii komunikacji RPO WL* są oceniane w oparciu o:

- **sprawozdania** z rocznych planów działań informacyjnych i promocyjnych RPO WL na lata 2014-2020. Na potrzeby sprawozdań instytucje

zaangażowane we wdrażanie programu zbierają dane monitoringowe i przekazują je do IK UP.

- **badania społeczne** prowadzone przez IK UP⁴¹ i IZ RPO.

Instytucje zaangażowane we wdrażanie programu prowadzą również bieżącą ocenę jakości, użyteczności i skuteczności realizowanych działań.

Tabela na następnej stronie prezentuje powiązanie wskaźników z celami oraz zawiera informację nt. sposobu ich pomiaru.

⁴¹ IK UP prowadzi badania corocznie na próbie mieszkańców Polski, natomiast trzykrotnie w trakcie trwania perspektywy, na potrzeby sprawozdań w latach 2017 i 2019 oraz sprawozdania końcowego badania obejmują próbę mieszkańców województw. IZ RPO współpracuje z IK UP przy realizacji badań oraz wykorzystuje ich wyniki (obejmujące próbę mieszkańców województwa lubelskiego) na potrzeby sprawozdań w latach 2017 i 2019 oraz sprawozdania końcowego.

Tabela 2. System wskaźników oceniających stopień realizacji *Strategii komunikacji RPO WL*

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Instytucja odpowiedzialna	Wartość bazowa ⁴²	Wartość docelowa w 2023 r.
Komunikacja Funduszy Europejskich wspomaga wykorzystanie środków z regionalnego programu województwa lubelskiego dla realizacji celów rozwojowych regionu.	Realizacja celu nadrzędnego strategii jest mierzona poziomem realizacji celów szczegółowych wynikających z celu nadrzędnego				Zbiorcza analiza poziomu wskaźników opisujących realizację celów szczegółowych	Corocznie	IZ RPO		
Komunikacja Funduszy Europejskich aktywizuje mieszkańców województwa lubelskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach programu	Liczba odwiedzin portalu informacyjnego/serwisu internetowego	Do wartości wskaźnika wliczana jest liczba odwiedzin portalu/serwisu internetowego poświęconego programowi w danym przedziale czasowym. Odwiedziny są rozumiane jako grupa interakcji zachodzących w witrynie w danym przedziale czasowym. Odwiedziny	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	IZ RPO (DZ RPO)	0	6 800 000

⁴² Dane bazowe dla wskaźników rezultatu strategicznego określone zostały na podstawie wyników raportu z badania Realizacja Sp. z o.o. dla Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju z października 2014 roku pn. *Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2014 - załącznika regionalnego dot. województwa lubelskiego.*

		<p>mogą obejmować wiele odstępów stron, zdarzeń i mogą trwać od sekundy do 24 godzin. Pojedynczy użytkownik może zainicjować wiele odwiedzin. Wygasają one po 30 minutach bezczynności użytkownika oraz o północy. Na potrzeby monitoringu odpowiedzialności strony danej instytucji, statystyki odnoszą się do wszystkich podstron/instancji dot. danej instytucji, a nie do całości portalu</p>							
	<p>Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania w województwie lubelskim</p>	<p>Liczba zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania (w rozumieniu rozporządzenia ogólnego, zał. XII pkt 2.1.2 b - „jedno szeroko zakrojone działanie informacyjne rocznie”), promujących część lub cały program operacyjny, skierowanych do minimum 2 grup docelowych i wykorzystujących minimum 3 narzędzia</p>	Sztuka	Produktu	System monitorowania	Corocznie	IZ RPO (DZ RPO)	0	6

		komunikacji, przy czym wszystkie te działania są realizowane pod wspólnym komunikatem							
	Znajomość w województwie lubelskim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich	Odsetek mieszkańców województwa lubelskiego znających co najmniej trzy przykładowe grupy potencjalnych beneficjentów FE w ramach polityki spójności	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (mieszkańcy województwa lubelskiego)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 oraz sprawozdania końcowego	IZ RPO (DZ RPO) na podstawie danych przekazanych przez IK UP	32%	45 %
	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w województwie lubelskim w ramach programu	Do wartości wskaźnika wliczana jest suma wszystkich uczestników wszystkich form szkoleniowych dla potencjalnych beneficjentów (tj. szkoleń, warsztatów, seminariów, kursów itp.). Dana osoba zostanie policzona tyle razy, w ilu szkoleniach wzięła udział	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	IZ RPO (DZ RPO)	0	11 000
	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych dot. możliwości dofinansowania i procesu	Liczba konsultacji udzielonych w punktach informacyjnych, z wyłączeniem spotkań informacyjnych i szkoleń. Jako konsultacja rozumiane jest zasięgnięcie	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	IK UP	0	59 000 ⁴³

⁴³ Wartość docelowa w 2020 roku.

	aplikacyjnego	informacji u pracownika punktu informacyjnego w zakresie: możliwości uzyskania wsparcia z Funduszy Europejskich oraz generalnych zasad funkcjonowania FE							
Komunikacja Funduszy Europejskich w województwie lubelskim wspiera beneficjentów programu w realizacji projektów	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa lubelskiego dot. realizacji projektów	Liczba konsultacji udzielonych w punktach informacyjnych, z wyłączeniem spotkań informacyjnych i szkoleń. Jako konsultacja rozumiane jest zasięgnięcie informacji u pracownika punktu informacyjnego w zakresie zagadnień związanych z realizacją projektów finansowanych z FE	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	IK UP	0	780 ⁴⁴
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w województwie lubelskim	Do wartości wskaźnika wliczana jest suma wszystkich uczestników form wszystkich szkoleniowych dla beneficjentów (tj. szkoleń, warsztatów, seminariów, kursów itp.). Dana osoba zostanie policzona tyle razy, w ilu szkoleniach wzięła udział	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	IZ RPO (DZ RPO)	0	6 000

⁴⁴ Tamże.

Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa lubelskiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego w województwie lubelskim	Liczba zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu (w rozumieniu rozporządzenia ogólnego, zał. XII pkt 2.1.2 b - „jedno szeroko zakrojone działanie informacyjne rocznie”), promujących część lub cały program operacyjny, skierowanych do minimum 2 grup docelowych i wykorzystujących minimum 3 narzędzia komunikacji, przy czym wszystkie te działania są realizowane pod wspólnym komunikatem	Sztuka	Produktu	System monitorowania	Corocznie	IZ RPO (DZ RPO)	0	8
	Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w województwie lubelskim	Odsetek mieszkańców województwa lubelskiego, deklarujących znajomość pojęcia "Fundusze Europejskie" lub "Fundusze Unijne"	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (mieszkańcy województwa lubelskiego)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 oraz sprawozdania końcowego	IZ RPO (DZ RPO) na podstawie danych przekazanych przez IK UP	86%	90%
	Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczane są FE w województwie lubelskim	Odsetek mieszkańców województwa lubelskiego znających co najmniej trzy przykładowe cele, obszary lub działania, na które przeznaczane są FE w regionie w ramach polityki spójności	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (mieszkańcy województwa lubelskiego)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 oraz sprawozdania końcowego	IZ RPO (DZ RPO) na podstawie danych przekazanych przez IK UP	31%	45%

	Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa lubelskiego	Odsetek mieszkańców województwa lubelskiego, deklarujących dostrzeganie w swym najbliższym otoczeniu obszarów lub projektów wspieranych z FE w ramach polityki spójności	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (mieszkańcy województwa lubelskiego)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 oraz sprawozdania końcowego	IZ RPO (DZ RPO) na podstawie danych przekazanych przez IK UP	66%	75%
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców województwa lubelskiego dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie lubelskim	Odsetek mieszkańców województwa dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa lubelskiego	Odsetek mieszkańców województwa dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa lubelskiego	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (mieszkańcy województwa lubelskiego)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 oraz sprawozdania końcowego	IZ RPO (DZ RPO) na podstawie danych przekazanych przez IK UP	82%	90%
	Odsetek mieszkańców województwa lubelskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich lub ze zmian jakie zachodzą dzięki nim	Odsetek mieszkańców województwa lubelskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich lub ze zmian jakie zachodzą dzięki nim	Odsetek mieszkańców województwa lubelskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich lub ze zmian jakie zachodzą dzięki nim	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (mieszkańcy województwa lubelskiego)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 oraz sprawozdania końcowego	IZ RPO (DZ RPO) na podstawie danych przekazanych przez IK UP	53%

8.2 Ocena bieżąca działań informacyjnych i promocyjnych

W celu zachowania trafności (adekwatności), jakości, użyteczności, skuteczności i efektywności realizowanych działań wszystkie instytucje zaangażowane we wdrażanie programu dokonują ich bieżącej oceny. Pozwala to w odpowiednim czasie na ich skorygowanie i ewentualną modyfikację oraz zminimalizowane ryzyka powtarzania błędów i powtórnej realizacji nietrafionych działań. Wyniki oceny stanowią również ważny element wymiany doświadczeń pomiędzy instytucjami.

Przykładowe kryteria oceny trafności (adekwatności), jakości, użyteczności, skuteczności i efektywności:

Szkolenia i działania edukacyjne

- ocena jakości szkoleń i potrzeb szkoleniowych⁴⁵ potencjalnych i faktycznych beneficjentów (a także potencjalnych i faktycznych uczestników projektów), mierzone poprzez ankietę po zakończeniu szkolenia wśród uczestników;

Publikacje drukowane, elektroniczne i treści na stronach internetowych

- wskaźnik FOG przystępności tekstu w narzędziach informacyjno-promocyjnych typu publikacje, broszury, ulotki skierowanych poszczególnych grup docelowych;
- poziom dostępności strony internetowej RPO WL i jej poszczególnych podstron (m.in. zgodnie z zasadami WCAG);
- ocena przydatności informacji zamieszczanych na stronie internetowej i jej poszczególnych podstron;

Wsparcie procesu aplikowania i realizacji projektu

- odsetek potencjalnych i faktycznych beneficjentów (a także potencjalnych i faktycznych uczestników projektów), którzy przynajmniej dobrze oceniają udzieloną im pomoc w ubieganiu się o środki oraz realizacji projektów, mierzone poprzez ankietę, która dostępna jest m.in. na Portalu RPO WL;

Strony internetowe i media społecznościowe

- liczba odwiedzin portalu informacyjnego/serwisu internetowego i jej poszczególnych podstron;
- liczba wyświetleń materiałów multimedialnych na profilu RPO WL na kanale YouTube;

Działania w mediach i kampanie informacyjno-promocyjne⁴⁶

- ilość i charakter (wydźwięk) publikacji dot. FE w regionie, badana na podstawie analizy monitoringu mediów;
- zasięg audycji radiowych;
- koszt dotarcia działań o szerokim zasięgu (oraz działań je wspierających) do grupy docelowej;

⁴⁵ Badanie potrzeb szkoleniowych potencjalnych i faktycznych beneficjentów analizowane jest również na podstawie ankiet, które umieszczone są na Portalu RPO WL.

⁴⁶ Dotyczy wyłącznie działań, które są mierzalne w regionie.

Ocena jakościowa realizowanych działań w ramach programu przekazywana jest przez IZ RPO corocznie do IK UP w ramach sprawozdania, a także jest przedmiotem wymiany doświadczeń z innymi instytucjami funkcjonującymi w systemie wdrażania FE.

8.3 Monitoring działań informacyjnych i promocyjnych

Monitoring oznacza systematyczne zbieranie i analizowanie danych w zakresie realizacji działań informacyjno-promocyjnych. Jest narzędziem weryfikacji postępu realizacji planów działań, ale również stanowi źródło informacji do późniejszej oceny i ewaluacji działań.

System monitoringu *Strategii komunikacji RPO WL* obejmuje wybrane wskaźniki na temat podejmowanych działań informacyjno-promocyjnych.

Wskaźniki monitoringowe zbierają dane przydatne do analiz i ewentualnych modyfikacji kierunków komunikacji. Są one zbierane cyklicznie, aby możliwa była obserwacja postępu realizacji działań. Dane z monitoringu są również przekazywane przez IZ do IK UP.

8.4 Sprawozdawczość

IZ we współpracy z instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie programu opracowuje sprawozdania z przeprowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych w poprzednim roku zgodnie z *Wytycznymi w zakresie sprawozdawczości na lata 2014-2020*. Sprawozdania są przekazywane do IK UP w celu uzyskania opinii na temat ich zgodności ze *Strategią komunikacji polityki spójności* i *Strategią komunikacji RPO WL* oraz pod kątem wykonania rocznego planu działań informacyjnych i promocyjnych.

Na podstawie sprawozdania IZ corocznie informuje Komitet Monitorujący o:

- postępach we wdrażaniu strategii komunikacji,
- analizie efektów działań informacyjnych i promocyjnych.

Sprawozdania roczne w 2017 r. i 2019 r. z realizacji programów obejmują ocenę realizacji *Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020*. Na koniec okresu programowania IZ opracowuje sprawozdanie z realizacji *Strategii komunikacji RPO WL* w ramach sprawozdania końcowego z realizacji programu.

9. RAMOWY HARMONOGRAM

Harmonogram przedstawiony poniżej ma charakter orientacyjny. Działania instytucji zaangażowanych we wdrażanie programu będą szczegółowo planowane w Rocznych planach działań informacyjnych i promocyjnych.

Tabela 3. Ramowy harmonogram Strategii komunikacji RPO WL

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Komunikacja wewnętrzna										
Koordinacja działań komunikacyjnych										
Informowanie opinii publicznej o uruchomieniu programu na lata 2014-2020										
Informowanie opinii publicznej o uruchomieniu programu na lata 2021-2027										
Aktywizacja społeczeństwa w ubieganiu się o wsparcie z FE w ramach programu										
Wsparcie beneficjentów w realizacji projektów w ramach programu										
Informacja na temat projektów współfinansowanych z FE w ramach programu										
Prezentowanie efektów wdrażania FE okresu 2007-2013										
Prezentowanie efektów wdrażania FE okresu 2014-2020										
Monitoring i ocena										

10. ROCZNA AKTUALIZACJA DZIAŁAŃ

Z przepisów załącznika XII rozporządzenia ogólnego wynika obowiązek rocznej aktualizacji części Strategii dotyczącej działań z zakresu informacji i promocji, które mają być przeprowadzone w kolejnym roku. Działania te stanowią załączniki do Strategii komunikacji.

11. WIZUALIZACJA

Wizualizacja marki Fundusze Europejskie stanowi kontynuację linii graficznej przyjętej dla Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013. Znak (logo) marki Fundusze Europejskie stanowią łącznie:

- znak graficzny (sygnet) oraz
- graficzna forma nazwy „Fundusze Europejskie” (logotyp).



W przypadku Programu logotyp zawiera nazwę Program Regionalny.



Wizualizację Programu uzupełnia symbol promocyjny województwa.



Szczegółowa charakterystyka systemu identyfikacji wizualnej oraz zasady stosowania oznaczeń obowiązujących podmioty i beneficjentów zaangażowanych w realizację polityki spójności zawiera *Księga identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020*, stanowiąca odrębny dokument. Została ona opracowana przez Instytucję Koordynującą Umowę Partnerstwa w zakresie informacji i promocji dla wszystkich programów polityki spójności. Jest zgodna z zapisami Rozporządzenia wykonawczego Komisji (UE) nr 821/2014 z dnia 28 lipca 2014 r. ustanawiającego zasady stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013 w zakresie szczegółowych uregulowań dotyczących transferu wkładów z programów i zarządzania nimi, przekazywania sprawozdań z wdrażania instrumentów finansowych, charakterystyki technicznej działań informacyjnych i komunikacyjnych w odniesieniu do operacji oraz systemu rejestracji i przechowywania danych.

12. SZACUNKOWY BUDŻET NA REALIZACJĘ STRATEGII

Szacunkowy budżet na realizację działań informacyjno-promocyjnych przez instytucje zaangażowane we wdrażanie programu na lata 2014-2023 wynosi ok. **8 168 235 EUR**, w tym **6 943 000 EUR** wsparcia z Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego oraz **1 225 235 EUR** z budżetu województwa lubelskiego. Kwoty przeznaczone na ten cel w podziale na poszczególne działania są podawane w Rocznych planach działań informacyjnych i promocyjnych.

13. WYKAZ STOSOWANYCH SKRÓTÓW

CT- Cel Tematyczny,
DW EFRR - Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego,
DW EFS - Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego,
DZ RPO - Departament Zarządzania Regionalnym Programem Operacyjnym,
EFR - Europejski Fundusz Rybacki,
EFROW - Europejski Fundusz Rozwoju Obszarów Wiejskich,
EFRR - Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego,
EFS - Europejski Fundusz Społeczny,
FE - Fundusze Europejskie,
FS - Fundusz Spójności,
IK - instytucja koordynująca,
IP - instytucja pośrednicząca,
IZ - instytucja zarządzająca,
IZ RPO - instytucja zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Lubelskiego,
KE - Komisja Europejska,
KM RPO - Komitet Monitorujący Regionalny Program Operacyjny,
LAWP - Lubelska Agencja Wspierania Przedsiębiorczości w Lublinie,
MIR - Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju,
MŚP - Małe i średnie przedsiębiorstwa,
NSS - Narodowa Strategia Spójności,
PGL - Państwowe Gospodarstwo Leśne,
PI - Priorytet Inwestycyjny,
PIFE - Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich albo Punkt Informacyjny Funduszy Europejskich,
PS - polityka spójności,
PT - pomoc techniczna,
Rozporządzenie ogólne - Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. ustanawiające wspólne przepisy dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności, Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz ustanawiające przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności i Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006 (Dz. Urz. UE L 347 z 20.12.2013, str. 320).
RPD - Roczne plany działań informacyjno-promocyjnych,
RPO - Regionalny Program Operacyjny,
SK RPO - Strategia komunikacji RPO WL,
SKPS - Strategia komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020,
UE - Unia Europejska,
UMWL - Urząd Marszałkowski Województwa Lubelskiego w Lublinie,
UP - Umowa Partnerstwa,
WCAG - Web Content Accessibility Guidelines (wytyczne dotyczące ułatwień w dostępie do treści publikowanych w Internecie),
WUP - Wojewódzki Urząd Pracy w Lublinie,
ZIT - Zintegrowane Inwestycje Terytorialne.

14. SPIS ILUSTRACJI

Rys. 1. Główny komunikat Strategii komunikacji RPO WL	18
Rys. 2. Segmenty odbiorców i przykładowe grupy docelowe komunikacji.....	22
Rys. 3. Mechanizm komunikacji z docelowym odbiorcą.....	25
Rys. 4. Wsparcie potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w działaniach informacyjno-promocyjnych.....	40
Rys. 5. Model pracy komórki odpowiedzialnej za działania informacyjno-promocyjne RPO WL	43

15. SPIS TABEL

Tabela 1. Przykładowe narzędzia komunikacji	26
Tabela 2. System wskaźników oceniających stopień realizacji Strategii komunikacji RPO WL	48
Tabela 3. Ramowy harmonogram Strategii komunikacji RPO WL	56