

Informacja o planowanych działaniach informacyjnych i komunikacyjnych na rok 2023

Z przepisów załącznika XII rozporządzenia ogólnego¹ wynika obowiązek rocznej aktualizacji strategii komunikacji określającej działania informacyjne i komunikacyjne, które mają być przeprowadzone w kolejnym roku. Zgodnie z ww. wymogiem Instytucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020 prezentuje poniżej planowane działania informacyjne i komunikacyjne na rok 2023.

1. Cele strategii komunikacji

Cel strategiczny RPO WL na lata 2014-2020:

- podniesienie konkurencyjności regionu w oparciu o wewnętrzne potencjały sprzyjające zwiększeniu spójności społecznej i terytorialnej.

Cel nadrzędny i cele szczegółowe SK:

- wsparcie wykorzystania środków z regionalnego programu województwa lubelskiego dla realizacji celów rozwojowych regionu poprzez:
 - aktywizację mieszkańców województwa lubelskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach programu;
 - wspieranie beneficjentów programu w realizacji projektów;
 - zapewnienie mieszkańcom województwa lubelskiego informacji na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich;
 - zapewnienie szerokiej akceptacji mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie lubelskim.

Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2023:

W związku z tym, że 2023 rok będzie przełomowym dla komunikowania o Funduszach Europejskich, będzie wymagał informowania o rozpoczęciu perspektywy finansowej 2021-2027 oraz prezentowania efektów działań z okresu 2014-2020. Priorytetem będzie prowadzenie komunikacji poświęconej możliwościom związanym z nowym programem regionalnym. Niezbędne będzie zintensyfikowanie i podjęcie wielu działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych poświęconych prezentacji nowego programu. W mniejszym zakresie kontynuowane będą działania promujące efekty i korzyści Funduszy Europejskich 2014-2020. Działania te powinny stanowić element uwierzytelniający i obrazujący w komunikacji środków UE na lata 2021-2027.

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

- a) działania informacyjno-promocyjne dla opinii publicznej/odbiorców rezultatów, które koncentrować się będą na zwiększaniu widoczności efektów polityki spójności i RPO WL, a także na prezentacji założeń programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027.

¹ Zał. XII pkt 4 lit. i rozporządzenia ogólnego.

Ww. działania będą realizowane głównie poprzez organizację działań o szerokim zasięgu (kampanii).

Ponadto, IZ RPO WL i IP promować będą Fundusze Europejskie i politykę spójności poprzez organizację Dni Otwartych Funduszy Europejskich w województwie lubelskim, w ramach cyklicznej akcji informacyjno-promocyjnej realizowanej we współpracy z IK UP i Beneficjentami.

- b) prowadzenie działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych dla potencjalnych beneficjentów, które związane będą z prowadzonymi naborami wniosków o dofinansowanie w ramach nowego programu regionalnego.

Wszystkie ww. cele będą realizowane poprzez Portal nowego programu regionalnego, działania o szerokim zasięgu w lokalnych i regionalnych mediach, w Internecie (w tym głównie w mediach społecznościowych), poprzez organizację konferencji i różnego rodzaju spotkań, udział w targach branżowych oraz dalszą realizację szkoleń/webinariów dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów.

Komunikaty zamieszczane na stronie internetowej programu, informacje do mediów, a także infografiki na potrzeby fanpage'a na portalu społecznościowym Facebook, przygotowywane będą każdorazowo po ogłoszeniu konkursu.

Ponadto w 2023 roku wszystkie podmioty ogłaszające konkursy będą organizowały spotkania/szkolenia dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów, w których prelegentami będą osoby merytorycznie odpowiadające za poszczególne konkursy/projekty. Na stronie internetowej programu będą udostępniane nagrania lub materiały z odbytych spotkań/szkoleń.

- c) prowadzenie działań informacyjnych dla potencjalnych uczestników projektów, które koncentrować się będą na informowaniu o możliwościach, jakie dla nich istnieją w ramach realizowanych projektów oraz na aktywnym zachęcaniu do udziału w nich.
- d) prowadzenie działań edukacyjnych dla beneficjentów, które koncentrować się będą na wspieraniu ich w prawidłowej i skutecznej realizacji i zamykaniu projektów.

Instytucje zaangażowane w realizację programu w ramach prowadzonych przez siebie działań informacyjno-promocyjnych, każdorazowo będą analizować specjalne potrzeby osób z różnymi niepełnosprawnościami i podejmować uzasadnione i racjonalne kosztowo działania dostosowujące narzędzia wymienione w tabeli nr 1 do potrzeb osób z niepełnosprawnościami 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.*

2. Planowane działania

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu	1,3,4	<p>Kampania otwierająca (informująca o uruchomieniu programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027).</p> <p>Głównym celem działania będzie przybliżenie założeń programu mieszkańcom województwa lubelskiego i zachęcenie potencjalnych beneficjentów do aplikowania o środki, a potencjalnych uczestników projektów do korzystania z możliwości jakie dają FE.</p> <p>Dodatkowo, poprzez pokazywanie efektów i korzyści realizowanych projektów z FE, kampania przyczyni się do zwiększenia widoczności efektów polityki spójności wśród mieszkańców województwa lubelskiego.</p> <p>IZ RPO WL będzie docierała z komunikatem kampanii do konkretnych grup docelowy przez wykorzystanie różnego rodzaju narzędzi – m.in. audycji telewizyjnych i radiowych, artykułów sponsorowanych, działań w Internecie i OOH. Dobór tych kanałów gwarantuje dotarcie do szerokiej grupy docelowej.</p> <p>Informacje kierowane będą do różnych grup odbiorców, dlatego skuteczne dotarcie do nich będzie możliwe tylko różnymi kanałami, dostosowanymi do ich preferencji. Inaczej będą dystrybuowane informacje do młodych mieszkańców województwa lubelskiego (głównie Internet), a inaczej do osób starszych (głównie media tradycyjne), zamieszkujących obszary wiejskie. Stąd tak duża potrzeba użycia w kampanii wielu różnych narzędzi, które wpłyną na jej efektywność i realizację zakładanych celów.</p> <p>Najważniejsze narzędzia kampanii:</p> <ul style="list-style-type: none"> • video marketing: produkcja materiałów filmowych promujących efekty wdrażania Polityki Spójności w regionie oraz możliwości wsparcia w ramach programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027. IZ RPO WL planuje 	<p>Kampania będzie adresowana do potencjalnych beneficjentów programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego, opinii publicznej, potencjalnych uczestników i ostatecznych odbiorców projektów.</p> <p>Prowadzone działania będą mieć na celu aktywizację potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o wsparcie z nowej alokacji programu, a także aktywizację</p>	Styczeń – grudzień 2023 r.

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
		<p>wykorzystanie w ww. materiałach tzw. koncepcji „human storytelling experience”, która polegać będzie na pokazywaniu „bohaterów zmian”, prawdziwych historii beneficjentów, którym się udało i tym samym zachęcać innych do sięgnięcia po środki z UE. Emisja materiałów filmowych promujących efekty wdrażania polityki spójności w regionie przede wszystkim w mediach społecznościowych takich jak Facebook, YouTube, podczas różnego rodzaju działań online, a także podczas X edycji DOFE w województwie lubelskim.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Emisja ww. materiałów filmowych w TVP 3 Lublin w godzinach największej oglądalności tj. przed i po głównym wydaniu Panoramy Lubelskiej o godz. 18.25 i 18.55. TVP Lublin gwarantuje dotarcie do odbiorców należących do następujących podgrup TG kampanii, m.in. osób starszych (50+), osób z niepełnosprawnościami, osób zamieszkujących obszary wiejskie lub mniejsze miasta (do innych niż korzystających z mediów społecznościowych). • Produkcja i emisja reportaży telewizyjnych w TVP 3 Lublin dot. działań finansowanych z FE (projektów realizowanych z EFRR i EFS). Materiały filmowe o długości ok. 3 min będą dotyczyły: <ul style="list-style-type: none"> - informacji nt. programu Funduszy Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027, - dobrych praktyk wsparcia z RPO WL na lata 2014 – 2020, - informowania o możliwościach i ułatwieniach wynikających z elastyczności do wdrażania dostępnych FE 2014-2020 wprowadzonej instrumentem CARE EU. • Produkcja i emisja audycji radiowych prezentujących efekty wdrażania FE w 5 regionalnych rozgłośniach radiowych z terenu województwa lubelskiego. Emisje wszystkich premier audycji przewidziane są w tzw. „prime time” danej stacji. 	<p>potencjalnych uczestników projektów do korzystania z możliwości jakie dają FE.</p> <p>Wiek TG to 18+, przy czym DZ RPO dokona segmentacji tej grupy na kilka podgrup, odpowiadających specyfice grup docelowych poszczególnych działań m.in. na: osoby młode (18+), osoby starsze (50+), osoby z niepełnosprawnościami, osoby zamieszkałe na obszarach wiejskich, osoby o</p>	

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
		<p>Emitowane materiały będą miały charakter informacyjno-edukacyjny. Przed wszystkim poświęcone zostaną:</p> <ul style="list-style-type: none"> - promocji efektów wdrażania Funduszy UE w perspektywie 2014-2020, - możliwościom wykorzystania środków z Funduszy Europejskich dla Lubelskiego 2021-2027, - informowaniu o wkładzie Funduszy UE (KPO) w zwalczanie skutków pandemii COVID-19. <p>Dodatkowo, planuje się pokrycie kosztów emisji podcastów na antenie Radia Lublin.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Artykuły sponsorowane o charakterze informacyjno-edukacyjnym zamówienie obejmuje opracowanie i publikację artykułów prasowych o charakterze informacyjno-promocyjnym w 1 dzienniku regionalnym oraz 4 tygodnikach oraz w ich wydaniach internetowych. • Pozostałe narzędzia: <ul style="list-style-type: none"> - <u>Facebook i Instagram</u>: przygotowywanie tygodniowych harmonogramów tematów na potrzeby przygotowywania postów, prowadzenie płatnej promocji postów na FB – (postów wskazanych przez Zamawiającego), przygotowywanie grafik na potrzeby publikacji postów, przygotowywanie płatnych postów (treść i grafika); - <u>Wkładki informacyjne dot. celów i priorytetów oraz naborów programu regionalnego na lata 2021-2027 do gazet regionalnych</u> (tygodniki cechujące się największym nakładem i sprzedażą na terenie województwa lubelskiego); - <u>Podcasty</u> - kontynuacja cyklu podcastów pn. „Lubelskie. Możemy więcej”; 	niskim poziomie o FE.	

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
		<ul style="list-style-type: none"> - <u>Reklama dot. naborów z programu regionalnego na lata 2021-2027 w sieci reklamowej GDN oraz ADs;</u> - Kampania wiralowa/wirusowa na YouTube, podczas której zaprezentowane zostaną projekty wsparte z FE w sposób ciekawymi angażujący widza wraz z krótkimi zwiastunami spotów i ich promocja YouTube; - Animacje pronaborowe - informujące o uruchamianych naborach. Emisja i płatna promocja w kanałach własnych IZ (strona internetowa, YouTube, media społecznościowe); - Animacje pronaborowe - informujące o uruchamianych naborach. Emisja i płatna promocja w kanałach własnych IZ (strona internetowa, YT, media społecznościowe). <p>Intensywność kampanii (wybrane planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe):</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Artykuły sponsorowane w prasie drukowanej i wydaniach internetowych:</u> <ul style="list-style-type: none"> - dzienniki: miesięczny nakład nie mniejszy niż 8 tys. egzemplarzy, - 4 tygodniki: łączny miesięczny nakład nie mniejszy niż 35 tys. egzemplarzy. • <u>Reklama GDN:</u> 8 000 klików w linię kreatywną. • <u>Reklama Ads:</u> 15 000 klików na miesiąc. • <u>Reklama You Tube:</u> <ul style="list-style-type: none"> - min. 10 tys. wyświetleń każdego video - min. 6 tys. z ww. 10 tys. obejrzeń każdej reklamy w 50% 		

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
		<ul style="list-style-type: none"> - min. 4 tys. z ww. 10 tys. obejrzeń każdej reklamy w 90% - wzrost liczby subskrybentów kanału Zamawiającego o minimum 300 subskrybentów (wskaźnik mierzony raz na zakończenie kampanii). • <u>Facebook i Instagram:</u> <ul style="list-style-type: none"> - dotarcie do min. 100 tys. osób z grupy docelowej kampanii w każdym miesiącu kampanii (zasięg płatny). Wskaźnik będzie mierzony co miesiąc. 		
Koordynacja, w tym badania i ewaluacja, wymiana doświadczeń	Działania wspierające realizację Strategii	<p>Koordinacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji.</p> <p>Przykładowe działania koordynacyjne:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. przygotowanie i aktualizacja dokumentów strategicznych, planistycznych i sprawozdawczych na potrzeby systemu informacji i promocji RPO WL i programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027 oraz ich interpretacje – we współpracy z DW EFRR, DW EFS i IP; 2. monitorowanie wypełniania przez poszczególne instytucje zaleceń IK UP i DZ RPO dotyczących prowadzenia działań komunikacyjnych, realizacji RPD, a także obowiązków beneficjentów w zakresie przejrzystości wdrażania Funduszy i komunikacji; 3. koordynacja wdrażania Strategii komunikacji RPO WL i Strategii komunikacji programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027 poprzez analizę, opiniowanie oraz nadzór nad działaniami prowadzonymi przez DW EFRR, DW EFS i IP, a także współpraca w tym zakresie; 4. wyznaczanie kierunków, priorytetów i zasad dotyczących działań informacyjno-promocyjnych w ramach RPO WL i programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027 (w tym Punktów kontaktowych RPO), a także przygotowania projektów 	DW EFRR, DW EFS, LAW P, WUP, BZIT	Cały rok

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
		graficznych i wizualizacji, w celu osiągnięcia efektów synergii w komunikacji regionalnej i ogólnokrajowej (realizowanej przez IK UP).		
	Działania wspierające realizację Strategii	Udział w spotkaniach sieci INFORM EU (sieci zrzeszającej koordynatorów ds. komunikacji na poziomie państw członkowskich, specjalistów ds. komunikacji na poziomie regionów i przedstawicieli KE).	DZ RPO	Spotkania w ciągu całego roku.
	Działania wspierające realizację Strategii	Udział w Grupie Sterującej ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich.	DZ RPO	Spotkania w ciągu całego roku.
	Działania wspierające realizację Strategii	Grupa Robocza ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich Województwa Lubelskiego.	DW EFRR, DW EFS, LAW P, WUP, BZIT oraz inne instytucje oraz podmioty zajmujące się tematyką FE na terenie województwa lubelskiego	Spotkania w ciągu całego roku
Działania informacyjne	-	System informacji – sieć PIFE	-	Cały rok
	-	Informowanie o wydarzeniach, eventach, podpisywaniu umów.	-	Cały rok
	1,2,3,4	Portale i serwisy internetowe	Odbiorcy rezultatów (mieszkańcy	Cały rok

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
		<ul style="list-style-type: none"> • Prowadzenie i bieżąca aktualizacja strony internetowej rpo.lubelskie.pl zawierającej informacje o możliwościach dofinansowania projektów z RPO. W ramach aktualizacji portalu będą zamieszczane przykłady projektów w jęz. polskim i angielskim; • Stworzenie, utrzymanie i administracja portalem dotyczącym programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027; • Uzupełnianie i aktualizowanie informacji w serwisie Baza Wiedzy; • Stałe aktualizowanie bazy projektów na www.mapadotacji.gov.pl; • Stałe aktualizowanie treści na www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka. 	województwa lubelskiego), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	
Działania edukacyjne	1,2	<p>Szkolenia stacjonarne oraz szkolenia online dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027 odpowiednio w zakresie zasad aplikowania o środki oraz w zakresie prawidłowej realizacji projektów (DW EFRR).</p> <p>Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń prowadzonych przez DW EFRR: 700 osób.</p> <p><i>W związku z potencjalnym zagrożeniem COVID-19 zaplanowane szkolenia będą realizowane w formie stacjonarnej lub on-line w zależności od sytuacji epidemicznej.</i></p>	Potencjalni beneficjenci i beneficjenci	Cały rok
	1,2	<p>Szkolenia stacjonarne oraz szkolenia online dla beneficjentów RPO WL na lata 2014-2020 dotyczące prawidłowej realizacji projektów w ramach programu oraz szkolenia dla potencjalnych beneficjentów programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027 (DW EFS).</p> <p>Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń prowadzonych przez DW EFS: 490 osób.</p>	Potencjalni beneficjenci i beneficjenci	Cały rok

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
		<i>W związku z potencjalnym zagrożeniem COVID-19 zaplanowane szkolenia będą realizowane w formie stacjonarnej lub on-line w zależności od sytuacji epidemicznej.</i>		
	1,2	<p>Szkolenia stacjonarne oraz szkolenia online dla beneficjentów RPO WL na lata 2014-2020 dotyczące prawidłowej realizacji projektów w ramach programu oraz szkolenia dla potencjalnych beneficjentów programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027 (LAWP).</p> <p>Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń prowadzonych przez LAW P: 380 osób.</p> <p><i>W związku z potencjalnym zagrożeniem COVID-19 zaplanowane szkolenia będą realizowane w formie stacjonarnej lub on-line w zależności od sytuacji epidemicznej.</i></p>	Potencjalni beneficjenci i beneficjenci	Cały rok
	1,2	<p>Szkolenia stacjonarne oraz szkolenia online dla potencjalnych beneficjentów RPO WL na lata 2021-2027 oraz szkolenia dla beneficjentów dotyczące prawidłowej realizacji projektów w ramach programu (WUP).</p> <p>Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń prowadzonych przez WUP: 200 osoby.</p> <p><i>W związku z potencjalnym zagrożeniem COVID-19 zaplanowane szkolenia będą realizowane w formie stacjonarnej lub on-line w zależności od sytuacji epidemicznej.</i></p>	Potencjalni beneficjenci i beneficjenci	Cały rok
	1,2,3,4	<p>Inne działania o charakterze informacyjno-edukacyjnym:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organizacja konferencji, w tym konferencji hybrydowych dot. programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027 (m.in. organizacja przez DZ RPO ok. 3 konferencji poświęconych programowi Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027. Ich celem będzie przybliżenie założeń programu mieszkańcom województwa lubelskiego i zachęcenie potencjalnych beneficjentów do aplikowania o środki, a potencjalnych uczestników projektów do korzystania z 	Potencjalni beneficjenci i beneficjenci, media, partnerzy społeczno-gospodarczy, środowiska opiniotwórcze	Cały rok

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
		<p>możliwości jakie dają FE). Przewiduje się, że w każdej konferencji udział weźmie ok. 150 osób w formie stacjonarnej (oraz ok. 300 w formie zdalnej);</p> <ul style="list-style-type: none"> • Spotkania monitorujące stan realizacji projektów w ramach RPO WL na lata 2014-2020, w trakcie których zostaną przeanalizowane zagrożenia i problemy pojawiające się podczas realizacji projektu (realizacja przez DW EFRR). Przewidywana liczba uczestników: ok. 150 osób; • Finałowa Gala Przedsiębiorczości – Ambasadorzy Lubelskich Funduszy Europejskich wraz z Konkursem pt. „Lider Innowacji” (realizacja przez LAWP). Podczas wydarzenia promowane będą dobre praktyki beneficjentów LAWP w Lublinie pod względem innowacyjności projektów, na które zostało przyznane dofinansowanie z RPO WL 2014-2020. LAWP będzie promować Regionalną Strategię Innowacji i wykorzystanie FE zgodnie z zasadą inteligentnych specjalizacji. • Konferencja podsumowująca wdrażane działania w ramach RPO WL na lata 2014-2020 oraz informująca o programie Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027 (realizacja przez WUP). Działanie te będzie angażować beneficjentów w promowanie efektów polityki spójności, wpisze się również w obszar związany ze współpracą z liderami opinii (ekspertami), w tym publicznych i prywatnych nadawców radiowych i telewizyjnych oraz wydawców prasy. Przewidywana liczba uczestników: ok. 200 osób; 		
Działania informacyjno-promocyjne: współpraca z	1	<p>Pakiet działań pronaborowych:</p> <p>Dla każdego naboru przygotowane zostaną następujące działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - publikacja ogłoszenia o konkursie na PFE (w tym w wyszukiwarce dotacji); 	Potencjalni beneficjenci	-

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
mediami i działania w Internecie		<ul style="list-style-type: none"> - publikacja ogłoszenia o konkursie na stronie internetowej RPO WL i stronie funduszeUE.lubelskie.pl; - publikacja w mediach społecznościowych; - wysłanie informacji o konkursie do PIFE; - wysłanie newslettera z informacją o konkursie; - wysłanie notatki prasowej na temat ogłaszanego konkursu. <p>Nabory/konkursy na trudniejsze/mało popularne działania objęte zostaną rozszerzonym pakietem działań promocyjnych, na który składać się będzie dodatkowo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input checked="" type="checkbox"/> organizacja spotkania/szkolenia informacyjnego, <input checked="" type="checkbox"/> publikacja ogłoszenia o konkursie w prasie lokalnej/regionalnej, <input checked="" type="checkbox"/> organizacja szkolenia z właściwego przygotowania wniosków, <input checked="" type="checkbox"/> emisja audycji radiowych w stacjach o zasięgu regionalnym, <input checked="" type="checkbox"/> publikacja informacji o konkursie w mediach społecznościowych. <input checked="" type="checkbox"/> reklama w sieci reklamowej Google. 		
	1,2	<p>Działania dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów z sektora MŚP, które będą polegały na:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. opracowaniu i dystrybucji informacji o zrealizowanych konkursach, naborach w formie ulotki, broszury; 2. kompleksowej organizacji spotkań informacyjnych/webinarów; 3. organizacji konkursu Lider Innowacji dla MŚP; 	Potencjalni beneficjenci i beneficjenci	-

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
		4. publikacji informacji o zrealizowanych konkursach, naborach w Internecie; 5. produkcji filmów promocyjnych do wykorzystania w Internecie na FB i YT Lubelskie Fundusze Europejskie.		
	1,3,4	<p>Realizacja i emisja audycji telewizyjnych w TVP 3 Lublin dot. działań pronaborowych prowadzonych przez WUP w ramach programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021- 2027.</p> <p>Audycje telewizyjne o długości ok. 5 min będą dotyczyły:</p> <ul style="list-style-type: none"> informacji nt. ogłoszonych/prowadzonych naborów w ramach Funduszy Europejskich dla Lubelskiego 2021- 2027. <p>W ciągu roku zaplanowano realizację i emisję 3-4 audycji. Działanie będzie dostosowane do harmonogramu naborów wniosków w 2023 r.</p>	Media, partnerzy społeczno-gospodarczy, środowiska opiniotwórcze, ogół społeczeństwa	Cały rok
	3,4	<p>Działania promocyjne w radio wspierające kampanię promocyjną prowadzoną przez DZ RPO:</p> <ul style="list-style-type: none"> Audycje radiowe na potrzeby DW EFS: „Europejskie Lubelskie” - audycje radiowe w zakresie EFS w ramach RPO WL na lata 2014 - 2020 oraz w ramach programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021 – 2027. Przewidziano emisję ok. 10 audycji obejmujących między innymi: <ul style="list-style-type: none"> reportaże prezentujące dobre praktyki we wdrażaniu RPO WL – dotyczące projektów współfinansowanych z EFS w perspektywie finansowej 2014 – 2020, 	Media, partnerzy społeczno-gospodarczy, środowiska opiniotwórcze, ogół społeczeństwa	Cały rok

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
		<ul style="list-style-type: none"> - rozmowy w studio z udziałem ekspertów, potencjalnych wnioskodawców i beneficjentów w celu zachęcenia do uczestnictwa w projektach, w tym wskazanych przez DW EFS, - reportaże dot. założeń programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021 – 2027 w zakresie wsparcia w ramach EFS+. <ul style="list-style-type: none"> • Realizacja i emisja audycji radiowych dot. działań pronaborowych prowadzonych w ramach programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021- 2027 (WUP). Celem audycji jest poinformowanie o planowanych/ogłaszanych konkursach przez WUP w ramach programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021- 2027 oraz zachęcanie do sięgania po środki z UE. Audycje realizowane będą zgodnie z kierunkami i priorytetami działań informacyjnych i promocyjnych przyjętych na 2023 r. 		
	1,2,3,4	<p>Działania informacyjno-promocyjne w prasie wspierające kampanię promocyjną prowadzoną przez DZ RPO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Działania w prasie, prowadzone przez LAW P. Treści informacji przedstawiane w prasie będą dotyczyły programu regionalnego Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027 oraz powiązane będą z ogłaszaniem naborów wniosków. Będą pełnić także funkcję informacyjną, wskazując na dobre praktyki przedsiębiorstw, które osiągnęły wysoki rozwój dzięki dofinansowaniu z FE np. Ambasadorzy FE. Działania będą spójne z działaniami realizowanymi w ramach kampanii DZ RPO. Zamówienie obejmuje publikację artykułów prasowych o charakterze informacyjno-promocyjnym w 2 dziennikach regionalnych cechujących się największym nakładem i sprzedażą na terenie województwa lubelskiego. 	Potencjalni beneficjenci, beneficjenci, uczestnicy i potencjalni uczestnicy projektów, opinia publiczna (mieszkańcy regionu)	Cały rok

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
		<p>Zamówienie obejmować będzie maksymalnie 2-3 artykuły w 2 dziennikach regionalnych. Łącznie 4-6 artykułów.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Działania w prasie, prowadzone przez WUP. Treści informacji przedstawiane w prasie będą dotyczyły ogłoszonych/prowadzonych naborów w ramach programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021- 2027. Wyłoniony wydawca, objęcie zasięgiem województwo lubelskie z dostępnością na terenie lokalnych społeczności (w rankingu czytelnictwa oraz w odniesieniu do wielkości nakładu będzie w czołówce gazet wydawanych na terenie woj. lubelskiego). Działania będą spójne z działaniami realizowanymi w ramach kampanii DZ RPO. 		
	1,2,3,4	<p>Działania promocyjne w Internecie wspierające kampanię promocyjną prowadzoną przez DZ RPO:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Szereg działań w Internecie prowadzonych przez LAWP, w tym m.in. artykuły prasowe na portalach internetowych, artykuły natywne na portalach internetowych prasy regionalnej, a także produkcja filmów promocyjnych do wykorzystania w Internecie - na FB i YT Lubelskie Fundusze Europejskie. Działania prowadzone przez LAWP w Internecie będą realizowały mechanizm komunikacji pt. "zobacz" i „zainteresuj się”. Treści informacji przedstawiane w Internecie będą dotyczyły programu regionalnego Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027 oraz powiązane będą z ogłaszaniem naborów wniosków. Będą pełnić także funkcję informacyjną, wskazując na dobre praktyki przedsiębiorstw, które osiągnęły wysoki rozwój dzięki dofinansowaniu z FE np. Ambasadorzy FE. 	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, media, partnerzy społeczno-gospodarczy, środowiska opiniotwórcze, ogół społeczeństwa	Cały rok

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
Imprezy otwarte i inne	1,3,4	<p>Pikniki europejskie prezentujące efekty wdrażania polityki spójności, popularyzujące funkcjonowanie Unii Europejskiej, a także przekazujące informacje dot. programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027.</p> <p>Minimum 3 pikniki rodzinne zlokalizowane w miastach województwa lubelskiego. Pikniki zaplanowane na okres maj-wrzesień i zlokalizowane w miejscach dofinansowanych z Funduszy Europejskich. Głównym celem pikników będzie zwiększenie widoczności efektów wdrażania polityki spójności w województwie lubelskim, a także kompleksowe przekazanie informacji o programie Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027. W ramach pikników zostaną zlokalizowane otwarte stoiska informacyjne (m.in. PIFE i Europe Direct), które umożliwią mieszkańcom łatwy dostęp do informacji na temat Funduszy Europejskich i Unii Europejskiej.</p> <p><i>Działanie zrealizowane w przypadku braku obostrzeń epidemicznych związanych z trwaniem pandemii COVID-19.</i></p>	Potencjalni beneficjenci, media, partnerzy społeczno-gospodarczy, środowiska opiniotwórcze, ogół społeczeństwa	Maj-Wrzesień 2023 r.
	1,2,3,4	<p>Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazdy prasowe, uroczyste podpisanie umowy itp.</p> <p>W ramach działania przez DZ RPO, DW EFRR, DW EFS, LAW P i WUP planuje się prowadzić na bieżąco krótkie, merytoryczne konferencje prasowe na bieżące istotne tematy (np. na temat wykorzystania środków z RPO WL, prezentacji efektów wdrażania polityki spójności w województwie lubelskim, informacji nt. programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027). Dodatkowo, planuje się kompleksową organizację spotkań dot. uroczystego podpisywania umów, podczas których wręczane będą okolicznościowe vouchery informujące o otrzymanym dofinansowaniu.</p>	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, media, partnerzy społeczno-gospodarczy, środowiska opiniotwórcze	Cały rok

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
	1,2,3,4	<p>Dni Otwarte Funduszy Europejskich (DOFE) 2023 w województwie lubelskim – dziesiąta jubileuszowa edycja ogólnopolskiej akcji promującej efekty wdrażania Funduszy Europejskich w poszczególnych regionach, organizowanej we współpracy z beneficjentami, a także Instytucją Koordynującą UP, Instytucjami Zarządzającymi Programami Operacyjnymi oraz Instytucjami Pośredniczącymi.</p> <p>DZ RPO będzie odpowiedzialny za organizację <i>Dni Otwartych Funduszy Europejskich</i> (w formie wydarzeń plenerowych), Dni Otwartych w siedzibach beneficjentów, zapewnienie dodatkowych atrakcji towarzyszących, nagranie materiałów filmowych u wybranych beneficjentów, regionalną promocję DOFE (m.in. radio, prasa). a także zakup voucherów/wejściówek na potrzeby konkursów i celem przekazania Beneficjentom otwierającym projekty (jako wsparcie i zachęcenie ich w udostępnianiu uczestnikom wydarzenia projektów).</p>	Ogół społeczeństwa	II-III kwartał 2023 r.
Konkursy	-	-	-	-
Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych	1,2,3,4	<p>Publikacje (drukowane i elektroniczne):</p> <ul style="list-style-type: none"> • opracowanie i wydanie przez DZ RPO Lubelskiego Informatora Unijnego „Puls Regionu” (kwartalnik w wersji elektronicznej). Biuletyn będzie publikacją merytoryczną, zapewniającą odbiorcom niezbędne wsparcie w realizacji ich projektów, publikacją z prezentowaniem efektów realizacji dotychczasowych projektów, a także przekazującą informacje dot. programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027. Dodatkowo, biorąc pod uwagę sytuację w Ukrainie artykuły dotyczyć będą informowania o możliwościach i ułatwieniach wynikających z elastyczności do wdrażania dostępnych FE 2014-2020 wprowadzonej instrumentem CARE EU; 	Odbiorcy rezultatów (mieszkańcy województwa lubelskiego), potencjalni beneficjenci, beneficjenci, decydenci, liderzy opinii publicznej, partnerzy społeczni i gospodarczy, instytucje systemu	Cały rok

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
		<ul style="list-style-type: none"> • opracowanie i wydanie publikacji informujących o programie Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027 m.in. ulotki, broszury, foldery w wersji drukowanej oraz elektronicznej dostosowane również do potrzeb osób z niepełnosprawnościami. Publikacje dystrybuowane będą przez IZ RPO i IP, Punkty Kontaktowe RPO oraz Biuro Rzecznika FE na terenie województwa lubelskiego podczas spotkań/szkoleń/konferencji itp. Szacunkowy nakład publikacji: 5 000 szt.; • druk i dystrybucja przez LAWP publikacji informacyjnych dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027. Szacunkowy nakład: ok. 500 sztuk. 	informacji i promocji RPO WL, media	
Zdjęcia i materiały video	1,2,3,4	<ul style="list-style-type: none"> • Bieżące gromadzenie zdjęć, plików video i innych materiałów multimedialnych dokumentujących projekty i wydarzenia, wraz z prawami autorskimi i zależnymi, również na potrzeby działań horyzontalnych prowadzonych m.in. przez IK UP oraz KE; • Zamówienie profesjonalnej usługi wykonania fotografii na potrzeby prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych RPO WL – zamówienie obejmuje wykonanie zdjęć projektów, a także m.in. wydarzeń, konferencji, spotkań realizowanych przez IZ RPO. Zamówienie obejmuje także sesje z lotu ptaka (zdjęcia i panoramy lotnicze przy użyciu urządzenia typu dron); • Zamówienie usługi fotograficznej na potrzeby działań promocyjnych LAW P takich jak m.in. wykonanie zdjęć projektów, różnego rodzaju spotkań, konferencji, wydarzeń np. uroczyste podpisywanie i wręczenie umów. Zamówienie obejmuje także sesje z lotu ptaka (zdjęcia przy użyciu urządzenia typu dron). 	Potencjalni beneficjenci, beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, uczestnicy projektów, odbiorcy rezultatów (mieszkańcy województwa lubelskiego)	Cały rok

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
Materiały promocyjne typu gadżety oraz materiały brandingowe i wystawiennicze	1,2,3,4	<p>W ramach przedmiotowego działania planuje się:</p> <ul style="list-style-type: none"> zamówienie materiałów konferencyjnych i materiałów brandingowych na potrzeby DZ RPO, DW EFRR, DW EFS. W ramach działania przewiduje się zamówienie m.in. <u>materiałów konferencyjnych</u> (m.in. notesy, długopisy, teczki). Materiały dystrybuowane będą w 2023 roku i częściowo w 2024 roku m.in. podczas różnego rodzaju konferencji/spotkań i innych działań informacyjno-edukacyjnych dotyczących programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027. W ramach działania zostaną zamówione także <u>materiały brandingowe</u> m.in. roll-upy: ścianki promocyjne typu pop-up, tablica identyfikująca Punkt Kontaktowy programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027, a także inne materiały zapewniające identyfikację wizualną (np. siatki/materiał na air-wall) programu (w związku z wizualizacją perspektywy finansowej 2021-2027); zamówienie materiałów konferencyjnych i materiałów brandingowych przez LAWP. W ramach działania przewiduje się zamówienie <u>materiałów konferencyjnych</u> (m.in.: notesy, długopisy, teczki, pendrive). Materiały dystrybuowane będą m.in. podczas konferencji/spotkań i innych działań informacyjno-promocyjnych dotyczących programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027 organizowanych przez LAWP. W ramach działania zostaną zamówione także <u>materiały brandingowe</u> m.in. wyposażenie na potrzeby wystawiennicze Punktu Informacyjnego (np. materiał na ściankę) oraz do przeprowadzania webinarów – w związku z wizualizacją perspektywy finansowej 2021-2027; 	Potencjalni beneficjenci, beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, uczestnicy projektów, odbiorcy rezultatów (mieszkańcy województwa lubelskiego)	Cały rok
Inne	Działania wspierające	<p>W ramach pozostałych działań realizowanych przez DZ RPO zrealizowany zostanie m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> monitoring mediów; 	Instytucje systemu informacji i promocji RPO WL	Cały rok

Typ działań	który cel ze strategii realizuje to działanie (numer)	Główne działania wraz ze skrótowym opisem	Grupy docelowe	Termin (kwartał)
	realizację Strategii	<ul style="list-style-type: none"> • usługa najmu gruntu pod tablicę informacyjną dot. RPO WL oraz pylonu/totemu informacyjnego dot. programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027; <p>W ramach pozostałych działań WUP planuje zrealizować m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • inne działania komunikacyjne, które dostosowane będą do bieżących/ aktualnych potrzeb dot. programu Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027 w 2023 r. 		

Budżet działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2023 wynosi **3 864 552,00 PLN**.

3. Sposoby zwiększenia skuteczności działań komunikacyjnych skierowanych do społeczeństwa w 2023 roku²

1. Kontynuacja pokazywania efektów wdrażania Funduszy Europejskich w regionie poprzez wykorzystywanie prawdziwych historii beneficjentów/uczestników projektu z wykorzystaniem techniki narracyjnej – tzw. storytellingu. Wykorzystanie tej metody w kanałach, w których przynosi on odpowiedni efekt (m.in. Facebook, YouTube, telewizja regionalna, regionalne rozgłośnie radiowe).
2. Kontynuacja założeń i elementów kampanii z 2022 roku poprzez wzmocnienie najefektywniejszych dotychczas działań i położenie nacisku na najsukcesowne kanały komunikacji m.in. Google Adwords, reklama display, materiały filmowe krótkie i długie (angażujące Beneficjentów, którzy dodatkowo promują swój projekt i FE na swoich stronach internetowych i kanałach SM), wzywające do działania animacje, akcje ambientowe, konkursy z nagrodami (np. plastyczne, które angażują uczestników do pokazania zmian w ich otoczeniu dzięki FE).
3. Położenie nacisku na dostarczanie osobom zainteresowanym (w tym potencjalnym i faktycznym beneficjentom) jak największej ilości praktycznych informacji przekazanych prostym językiem (np. na stronie internetowej, w mediach społecznościowych, elektronicznym biuletynie Puls Regionu, a także za pośrednictwem reklamy GDN).
4. Działania w mediach społecznościowych będą koncentrować się na przekazaniu konkretnych, rzeczowych i praktycznych informacji.
5. Prowadzenie efektywnej komunikacji w mediach społecznościowych i skupienie się na pisaniu „językiem korzyści” z naciskiem na prosty i czytelny przekaz; na wyraźnym wskazaniu powtarzalnej tematyki, określeniu jednolitej wizualizacji, w tym używanie hashtagów #funduszeUE #FunduszeEuropejskie oraz tagowanie się nawzajem z Komisją Europejską na FB.
6. Szerokie wykorzystanie materiałów video w komunikacji na Facebook, które stanowią atrakcyjną i efektywną formę przekazu.
7. Kontynuacja działań o charakterze plenerowym (pikniki rodzinne, koncerty) z dedykowanymi atrakcjami dla rodzin z dziećmi (na podstawie opinii uczestników Dni Otwartych Funduszy Europejskich 2022 zebrane w ankietach oceny skuteczności wydarzenia).
8. Wykorzystanie nowoczesnych form marketingu wirusowego np. viralowej reklamy produktu jakim są Fundusze Europejskie, polegającej na zainicjowaniu reakcji odbiorcy i tym samym udostępniania treści bez dodatkowych nakładów (wykorzystanie krótkich filmów video o wciągającej treści).
9. Kontynuacja wykorzystania dystrybucji własnych materiałów w działaniach realizowanych przez IZ RPO i IP (np. emisja materiałów filmowych na organizowanych

² Opracowano na podstawie *Kierunków i priorytetów działań informacyjno-promocyjnych IZ RPO w 2023 r.*, rekomendacji Komisji Europejskiej (*pismo z dnia 24 czerwca 2022 r.*) oraz rekomendacji firm marketingowych realizujących działania promocyjne IZ RPO WL w 2022 roku (m.in. *kampanii internetowej promującej efekty wdrażania RPO WL oraz informującej o perspektywie finansowej na lata 2021-2027, IX edycji Dni Otwartych Funduszy Europejskich 2021 w województwie lubelskim*).

szkoleniach, spotkaniach z beneficjentami/potencjalnymi beneficjentami, na konferencjach i eventach w województwie lubelskim).

10. Zmaksymalizowanie i znalezienie nowych sposobów na zmobilizowanie niewykorzystanego potencjału beneficjentów jako lokalnych ambasadorów UE pełniących funkcję pośredników komunikacji o FE poprzez np. wykorzystanie ich kanałów komunikacji w Internecie i mediach społecznościowych (zaangażowanie poprzez oznaczanie beneficjentów/miejsc, hasztagi, zachęcanie do udostępniania i interakcji), a także poprzez zapraszanie do występowania na konferencjach, prezentacji projektów podczas różnego rodzaju targów i imprez (np. Dniach Otwartych Funduszy Europejskich), do udziału w audycjach/spotach telewizyjnych i radiowych/artykułach sponsorowanych w prasie.
11. Utworzenie strony internetowej funduszeUE.lubelskie.pl dotyczącej programu *Fundusze Europejskie dla Lubelskiego 2021-2027*, w której zastosowane zostaną nowoczesne formy komunikacji elektronicznej z potencjalnymi beneficjentami i beneficjentami (newsletter, formularze, itp.).
12. Gromadzenie danych i przekazywanie na bieżąco informacji o planowanych uroczystościach dot. otwarcia projektów do Komisji Europejskiej (tak aby przedstawiciel KE mógł uczestniczyć w wydarzeniu otwierającym) w celu zwiększenia widoczności źródła finansowania projektów.
13. Wzmocnienie współpracy wszystkich podmiotów w regionie zajmujących się komunikacją o FE, zwłaszcza ścisłą współpracę z Centrami Informacji Europe Direct.
14. Pokazywanie w komunikacji o FE trwałych efektów unijnej polityki spójności oraz europejskiego wymiaru projektów i reprezentowanych wartości (np. czyste powietrze, lepsze zdrowie). Będzie to miało na celu uniknięcie komunikatów, w których korzyści płynące z UE są postrzegane jedynie przez pryzmat wkładu finansowego w projekty wpływające rozwój tylko województwa lubelskiego.
15. Stosowanie zasady DNSH (do not significant harm) w działaniach komunikacyjnych przez stosowanie komunikacji cyfrowej i ekologicznej:
 - zdecydowane ograniczenie wydruku publikacji i zastąpienie druku formatami cyfrowymi;
 - tworzenie kodów QR do informacji online;
 - zaprzestanie produkcji masowej gadżetów promocyjnych. Jeśli nie można zrezygnować, należy ograniczyć ich liczbę i zlecać produkcję tylko i wyłącznie z materiałów z recyklingu, u producentów lokalnych, którzy chcą są również zrównoważeni i wdrażają kryteria zielonych zamówień (m.in. kryterium efektywności energetycznej) oraz społecznych zamówień publicznych, które głównie polegają na zatrudnieniu przedsiębiorstw społecznych;
 - zastąpienie materialnych nagród w konkursach inną formą np.: biletem/wejściem do teatru, kina, parku narodowego, parku rozrywki.