

INFORMACJA O PLANOWANYCH

DZIAŁANIACH INFORMACYJNYCH I KOMUNIKACYJNYCH NA ROK 2021

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 2021.

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 2021:

W związku z tym, że w 2021 roku mechanizm komunikacji, wynikający z aktualnego stanu wdrażania RPO WL będzie na etapie „zobacz”, a w większości działań przechodzić będzie w etap „poleć” i „korzystaj”, działania informacyjno-promocyjne podejmowane przez IZ RPO i IP będą służyć przede wszystkim prezentacji efektów wykorzystania Funduszy Europejskich w regionie i tym samym zwiększaniu widoczności polityki spójności, a także zaangażowaniu podmiotów i osób realizujących projekty dofinansowane z FE oraz ich uczestników w działania polegające na dzieleniu się doświadczeniami i tym samym zachęcać do podjęcia konkretnego działania.

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.

Ww. działania będą realizowane głównie poprzez organizację kampanii podsumowującej efekty wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020 – której głównym celem będzie prezentacja przykładów zrealizowanych lub realizowanych projektów oraz ich efektów w celu podniesienia poziomu świadomości

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

społeczeństwa na temat różnorodności obszarów wspieranych z FE, widoczności efektów wdrażania FE w najbliższym otoczeniu oraz wpływu FE na rozwój województwa.

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 edukacyjnych dla beneficjentów, które koncentrować się będą na wspieraniu ich w prawidłowej i skutecznej realizacji projektów;
- 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 informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych dla potencjalnych beneficjentów, które związane będą z prowadzonymi naborami wniosków o dofinansowanie w ramach RPO WL;

Wszystkie ww. cele będą realizowane poprzez Portal RPO WL, działania 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 RPO WL na portalu społecznościowym Facebook, przygotowywane będą każdorazowo po ogłoszeniu konkursu.

Ponadto w 2021 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.

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 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	3,4	<p>Kampania podsumowująca efekty wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020, a także informująca o programie regionalnym na lata 2021-2027.</p> <p>Kampania Regionalnego Programu Operacyjnego 2014-2020 w 2021 roku będzie skupiała się głównie na pokazaniu efektów wdrażania RPO WL 2014-2020 z różnych perspektyw, ze szczególnym uwzględnieniem osobistej korzyści dla konkretnego mieszkańca województwa lubelskiego. Dodatkowo kampania informować będzie o programie regionalnym na lata 2021-2027.</p> <p>IZ RPO WL będzie docierała z komunikatem kampanii do grupy docelowej kampanii przez wykorzystanie różnego rodzaju narzędzi – m.in. audycji telewizyjnych i radiowych, artykułów sponsorowanych i działań w internecie. Dobór tych kanałów gwarantuje dotarcie do grupy docelowej.</p> <p>Informacje o efektach polityki spójności kierowane będą do wielu różnych grup odbiorców, dlatego skuteczne dotarcie do nich jest 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 (kontynuacja zamówienia zawartego w RPD na 2020 roku). IZ RPO WL planuje 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 VII edycji DOFE w województwie lubelskim. • Emisja ww. materiałów filmowych w TVP 3 Lublin (kontynuacja zamówienia zawartego w RPD na 2020 roku) 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 	<p>Kampania będzie adresowana głównie do opinii publicznej i odbiorców rezultatów.</p> <p>Wiek grupy docelowej to 18+, przy czym IZ RPO WL dokona segmentacji tej grupy na kilka podgrup, odpowiadających specyfice grup docelowych poszczególnych działań RPO WL m.in.: osoby młode (18+), osoby starsze (50+), osoby z niepełnosprawnościami, osoby zamieszkałe na obszarach wiejskich.</p>	Styczeń – grudzień 2021 r.

		<p>społecznościowych).</p> <ul style="list-style-type: none"> • emisja audycji radiowych prezentujących efekty wdrażania FE w 6 regionalnych rozgłośniach radiowych z terenu województwa lubelskiego oraz emisję spotów radiowych dotyczących DOFE. Emisja audycji radiowych wpisuje się w nowe wytyczne KE dotyczące maksymalnego zwiększenia widoczności polityki spójności, biorąc również pod uwagę etap wdrażania RPO i realizację celów Strategii komunikacji PS i Strategii komunikacji RPO, kładących nacisk na prezentowanie efektów FE, pokazywanie bezpośrednich i osobistych korzyści w celu zwiększenia świadomości mieszkańców województwa w tym zakresie. W audycjach udział wezmą beneficjenci FE ukazujący dobre praktyki w wykorzystywaniu RPO WL. Dodatkowo, w związku z epidemią COVID-19, biorąc pod uwagę wytyczne KE dot. odpowiedniego informowania opinii publicznej nt. wykorzystania środków z FE na walkę z negatywnymi skutkami epidemii, a także odpowiadając na zalecenia oraz zwiększając świadomość mieszkańców województwa, wyemitowane zostaną/zostały audycje, w których udział wezmą/wzięli beneficjenci FE, którzy środki z UE przeznaczą/przeznaczyli m.in. na zakup środków ochrony osobistej czy sprzętu medycznego z przeznaczeniem na walkę z COVID-19. • Artykuły sponsorowane o charakterze informacyjno-edukacyjnym (kontynuacja zamówienia zawartego w RPD na 2020 roku). Artykuły w głównej mierze będą miały na celu zwiększenie widoczności efektów wdrażania Funduszy Europejskich w regionie poprzez prezentację zrealizowanych projektów oraz zmian jakie zaszły w najbliższym otoczeniu mieszkańców danej społeczności. Będą także informować o programie regionalnym na lata 2021-2027. Dodatkowo, w związku z pojawieniem się COVID-19, biorąc pod uwagę wytyczne KE, będą informować o europejskiej solidarności i europejskim wkładzie w regionalną walkę ze skutkami pandemii. Zamówienie w 2021 roku obejmować będzie maksymalnie 14 artykułów w jednym dzienniku regionalnym oraz maksymalnie po 14 artykułów w 4 tytułach tygodników lokalnych (łącznie 36 artykułów). • social media <ul style="list-style-type: none"> - <u>Facebook, Instagram</u>: działania w mediach społecznościowych mają na celu generowanie ruchu na stronach internetowych IZ RPO WL, budowanie pozytywnych relacji z użytkownikami ww. mediów (głównie Facebooka) w formie sprawnej i profesjonalnej obsługi klienta (odpowiedzi na komentarze, moderowanie komentarzy, odpowiedzi na pytania, budowanie świadomości nt. wpływu funduszy europejskich na rozwój województwa lubelskiego) oraz budowanie świadomości fanów nt. wpływu funduszy europejskich na rozwój województwa lubelskiego, głównie grupy 18-65 lata. • reklamy w Internecie: <ul style="list-style-type: none"> - <u>Content marketing</u>: regionalna reklama natywna, publikacja artykułów dziennikarskich na najpoczytniejszych portalach ogólnopolskich z geotargetowaniem na województwo lubelskie, które charakteryzują się największym zasięgiem w grupie docelowej kampanii, przygotowanie bezpłatnych e-booków, w których zawarte będą projekty zrealizowane z RPO WL 2014-2020. E-book zwiększy wiedzę odbiorców nt. zmian w najbliższym otoczeniu. - <u>Reklama w sieci reklamowej Google</u> – celem emisji reklam jest nie tylko informowanie o różnorodnych zmianach, które zaszły dzięki FE, ukazywanie efekty zmian w najbliższym otoczeniu 		
--	--	---	--	--

		<p>mieszkańców województwa lubelskiego ale także angażowanie odbiorców w interakcję;</p> <ul style="list-style-type: none"> - <u>Behawioralny remarketing angażujący</u> – adresowany do internautów, którzy spędzili w serwisach internetowych IZ RPO WL powyżej 1 minuty. Remarketing podążający za internautą, będzie zachęcał go do ponownego odwiedzenia serwisów internetowych IZ RPO WL, w szczególności podstron na których znajdują się informacje o efektach wdrażania FE. - <u>You Tube</u> - promocja filmów promocyjnych, które powstają w ramach zamówienia z 2020 r., kontynuowanego w 2021 oraz promocja filmów powstających w formule 360. - <u>Produkcja filmów promocyjnych w formule 360 (technologii VR)</u> – produkcja od 3 do 5 filmów promocyjnych prezentujących zrealizowane projekty w formacie 360, do których obejrzenia widz potrzebował będzie okularów VR. Zostaną także zakupione okulary do oglądania filmów w perspektywie VR (forma gadżetowa – tekturowe), które będą dystrybuowane wśród mieszkańców województwa lubelskiego (np. w formie wysyłki do szkół podstawowych). Filmy będą promowane na kanale You Tube Lubelskie Fundusze Europejskie. - <u>Podcast</u> - kontynuacja cyklu podcastów, które powstały w ramach kampanii podsumowującej DOFE2020. Nagrania pojawiać się będą cyklicznie w okresie realizacji zamówienia. Podcasty stworzone będą w ciekawej, interesującej i angażującej formule. Promocja podcast odbywać się będzie za pomocą narzędzi GDN, dodatkową formą promocji będzie emisja w radiu w ramach zamówienia audycji o charakterze informacyjno – edukacyjnym. <p>Intensywność kampanii (wybrane planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe):</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Artykuły sponsorowane:</u> <ul style="list-style-type: none"> - dzienniki: łączny miesięczny nakład nie mniejszy niż 10 tys. egzemplarzy, - tygodniki: łączny miesięczny nakład nie mniejszy niż 40 tys. egzemplarzy. • <u>Regionalna reklama natywna:</u> min. 4 000 unikalnych użytkowników z województwa lubelskiego na każdy artykuł. • <u>Reklama GDN:</u> 5 000 klików w linię kreatywną na miesiąc. • <u>Behawioralny remarketing angażujący:</u> min. 2 000 klików w reklamę na miesiąc. • <u>Reklama You Tube:</u> <ul style="list-style-type: none"> - min. 10 tys. wyświetleń każdego video - min. 3 tys. z ww. 10 tys. obejrzeń każdej reklamy w 50% - min. 3 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>E-book:</u> min. 1 000 odsłon e-booka, min. 2 minuty spędzone na stronie z e-bookiem przez użytkownika. • <u>Facebook i Instagram:</u> <ul style="list-style-type: none"> - dotarcie do min. 200 tys. osób z grupy docelowej kampanii w każdym miesiącu kampanii. Wskaźnik będzie mierzony co miesiąc. 		
--	--	--	--	--

		<p>- zwiększenie zaangażowania (łącznej liczby polubień, komentarzy i udostępnień pod wszystkimi postami w miesiącu). Wartość bazowa została określona na początku trwania umowy z Wykonawcą. W roku 2021 zaangażowanie mierzone jest od wartości 521 przyjętej na miesiąc sierpień 2020.</p> <p>✓ min. 30% w kolejnych miesiącach trwania kampanii (w stosunku do wartości bazowej). Wskaźnik będzie mierzony co miesiąc.</p> <p>- zwiększenie o minimum 1500 obserwujących konta Lubelskie Fundusze Europejskie na Instagramie (wskaźnik mierzony raz na zakończenie trwania kampanii).</p>		
Koordynacja, w tym badania i ewaluacja, wymiana doświadczeń	Działania wspierające realizację Strategii	<p>Koordinacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji. 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 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 oraz realizacji RPD; 3. koordynacja wdrażania Strategii komunikacji RPO WL 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 (w tym Punktów kontaktowych RPO), a także przygotowania projektów graficznych i wizualizacji, w celu osiągnięcia efektów synergii w komunikacji regionalnej i ogólnokrajowej (realizowanej przez IK UP). 	DW EFRR, DW EFS, LAW P, WUP, BZIT	Cały rok
	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	<p>Portale i serwisy internetowe</p> <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. • Uzupełnianie i aktualizowanie informacji w serwisie Baza Wiedzy; • Stale aktualizowanie bazy projektów na www.mapadotacji.gov.pl; • Stale aktualizowanie treści na www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka. 	Odbiorcy rezultatów (mieszkańcy województwa lubelskiego), beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Cały rok

Działania edukacyjne	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 (DW EFRR).</p> <p>Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń prowadzonych przez DW EFRR: 550 osób. <i>W związku z rozprzestrzenianiem się COVID-19 i niepewną sytuacją związaną z dalszym trwaniem stanu pandemii zakłada się możliwość przeprowadzenia zamiennie szkoleń stacjonarnych ze szkoleniami on-line (tj. przechodzenie z formy stacjonarnej na on-line lub na odwrot).</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 (DW EFS).</p> <p>Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń prowadzonych przez DW EFS: 335 osób. <i>W związku z obowiązującymi ograniczeniami wprowadzonymi w związku z epidemią COVID-19 zaplanowane szkolenia będą realizowane w formie stacjonarnej lub on-line w zależności od sytuacji epidemicznej oraz zapotrzebowania zgłaszanego przez beneficjentów. Potrzeby szkoleniowe będą badane w ankietach przeprowadzanych podczas poszczególnych szkoleń.</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 (LAWP).</p> <p>Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń prowadzonych przez LAW P: 620 osób. <i>W związku z obowiązującymi ograniczeniami wprowadzonymi w związku z epidemią COVID-19 zaplanowane szkolenia będą realizowane w formie stacjonarnej lub on-line w zależności od sytuacji epidemicznej oraz zapotrzebowania zgłaszanego przez beneficjentów. Potrzeby szkoleniowe będą badane w ankietach przeprowadzanych podczas poszczególnych szkoleń.</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: 252 osoby. <i>W związku z obowiązującymi ograniczeniami wprowadzonymi w związku z epidemią COVID-19 zaplanowane szkolenia będą realizowane w formie stacjonarnej lub on-line w zależności od sytuacji epidemicznej oraz zapotrzebowania zgłaszanego przez beneficjentów. Potrzeby szkoleniowe będą badane w ankietach przeprowadzanych podczas poszczególnych szkoleń.</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"> • Udział i organizacja konferencji/debat regionalnych, seminariów i innych rodzajów spotkań informacyjnych dotyczących RPO WL (w tym we współpracy z partnerami społeczno-gospodarczymi, jednostkami samorządu terytorialnego, publicznymi i prywatnymi nadawcami radiowych i telewizyjnymi oraz wydawcami prasy). W ramach działania planuje się zorganizować konferencję podsumowującą wdrażanie RPO WL na lata 2014-2020 oraz informującą o programie regionalnym na lata 2021-2027. Przewidywana liczba uczestników jednej konferencji: ok. 200 osób (realizacja przez DZ RPO); • Spotkania monitorujące stan realizacji projektów w ramach RPO WL na lata 2014-2020, w 	Potencjalni beneficjenci i beneficjenci, media, partnerzy społeczno-gospodarczy, środowiska opiniotwórcze	Cały rok

		<p>trakcie których zostaną przeanalizowane zagrożenia i problemy pojawiające się podczas realizacji projektu (realizacja przez DW EFRR). Przewidywana liczba uczestników: ok 300 osób;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Udział i organizacja konferencji, seminariów i innych rodzajach spotkań informacyjnych dotyczących RPO WL. W ramach działania planuje się zorganizować Podsumowanie wdrażania projektów współfinansowanych z EFS w ramach RPO WL na lata 2014-2020 oraz prezentację przykładów zrealizowanych projektów (realizacja przez DW EFS). Szacunkowa ilość osób: 350; • Gala Przedsiębiorczości – Ambasadorzy Lubelskich Funduszy Europejskich wraz z Konkursem Lider Innowacji dla MŚP (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. Planowana liczba uczestników: ok. 100 osób. 		
Działania informacyjno-promocyjne: współpraca z mediami i działania w Internecie	1	<p>Pakiet działań pronaborowych: 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); - publikacja ogłoszenia o konkursie na stronie internetowej RPO WL; - wysłanie informacji o konkursie do PIFE; - wysłanie newslettera z informacją o konkursie; - wysłanie notatki prasowej na temat ogłaszanego konkursu. <p>Nabory/konkursy na trudniejsze/moło 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. 	Potencjalni beneficjenci	-
	1,2	<p>Działania dla 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. kompleksowa organizacja spotkań informacyjnych/webinarów; 3. organizacja konkursu Lider Innowacji dla MŚP; 4. publikacja informacji o zrealizowanych konkursach, naborach w Internecie; 5. produkcja filmów promocyjnych do wykorzystania w Internecie na FB i YT Lubelskie Fundusze Europejskie. 6. organizacja konkursu Lider Innowacji dla MŚP; 7. organizacja szkoleń informacyjnych/webinarów. 	Potencjalni beneficjenci i beneficjenci	-
	3,4	<p>Produkcja i emisja reportaży telewizyjnych w TVP 3 Lublin dot. działań finansowanych z FE mających na celu przeciwdziałanie negatywnym skutkom COVID-19 na terenie województwa lubelskiego. Materiały filmowe o długości ok. 5 min będą głównie dotyczyły tematyki wsparcia z Regionalnego Programu</p>	Media, partnerzy społeczno-gospodarczy, środowiska opiniotwórcze, ogół	Cały rok

		<p>Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020 projektów mających na celu przeciwdziałanie negatywnym skutkom pandemii COVID-19. Głównym celem reportaży jest ukazanie i podkreślenie faktycznego wkładu Funduszy Europejskich w walce z pandemią COVID-19 w związku z opinią KE dot. narastającej w Polsce akcji dezinformacyjnej i negatywnej narracji nt. wsparcia UE w walce z pandemią. Ponadto jej celem będzie informowanie mieszkańców o działaniach mających na celu:</p> <ul style="list-style-type: none"> - zatrzymanie rozprzestrzeniania się COVID-19, - zatrzymanie negatywnych skutków pandemii COVID-19. <p>Planuje się, że audycje będą zawierać:</p> <ul style="list-style-type: none"> - osobiste historie osób zaangażowanych w reakcję UE na kryzys związany z koronawirusem lub osób, które skorzystały ze wsparcia UE w związku z kryzysem. Będą uwzględniać aspekt ludzki oraz informacje o działaniach, które mają lub będą miały namacalny wpływ na życie obywateli mieszkańców regionu, - historie, które będą miały związek z UE - świadectwa osób otrzymujących wsparcie, którzy świadczą o lokalnym lub krajowym wysiłku solidarności w walce z COVID-19, z podkreśleniem wkładu UE. <p>Zaplanowano do produkcji i emisji:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 5 audycji, - 3 audycje opcjonalnie w przypadku wdrożenia nowych lub rozszerzeniu obecnych pakietów pomocowych. 	społeczeństwa	
3,4		<p>Działania promocyjne w radio wspierające kampanię promocyjną dot. RPO WL:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Audycje radiowe poświęcone możliwościom wsparcia oraz efektem w ramach RPO WL na potrzeby EFS: „Kalejdoskop regionalny” - audycje radiowe w zakresie EFS w ramach RPO WL na lata 2014 - 2020 oraz 2021 - 2027. Przewidziano emisję 12 audycji, 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; - Rozmowa w studio z udziałem ekspertów, potencjalnych wnioskodawców i beneficjentów w celu zachęcenia do uczestnictwa w projektach, w tym wskazanych przez DW EFS; - Audycje poruszające kwestie wsparcia EFS podczas pandemii COVID-19; - Reportaże dot. założeń RPO WL w zakresie wsparcia w ramach EFS+. 	Media, partnerzy społeczno-gospodarczy, środowiska opiniotwórcze, ogół społeczeństwa	Cały rok
1,2,3,4		<p>Działania informacyjno-promocyjne w prasie wspierające kampanię promocyjną dot. RPO WL:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Działania w prasie prowadzone przez DW EFS. Artykuły sponsorowane w prasie o zasięgu wojewódzkim. Poruszone zostaną kwestie: <ul style="list-style-type: none"> - wsparcia EFS podczas pandemii COVID-19; - założeń RPO WL w zakresie wsparcia w ramach EFS+ w przyszłej perspektywie finansowej; - informacji o planowanych/ogłaszanych naborach w ramach konkursów organizowanych przez DW EFS; - zachęcanie potencjalnych beneficjentów do korzystania ze środków unijnych oraz aktywnego uczestnictwa w projektach DW EFS. Planowana liczba artykułów: 7 • Działania w prasie, prowadzone przez WUP. Działania te będą związane z uruchomieniem naborów wniosków i będą pomocne również w prawidłowej realizacji projektów (będą mieć charakter uzupełniający do działań prowadzonych przez DZ RPO w ramach kampanii RPO WL 2014-2020). Wyłoniony wydawca, obejmie zasięgiem województwo lubelskie z dostępnością na terenie lokalnych 	Potencjalni beneficjenci, beneficjenci, uczestnicy i potencjalni uczestnicy projektów, opinia publiczna (mieszkańcy regionu)	Cały rok

		<p>społeczności (w rankingu czytelnictwa oraz w odniesieniu do wielkości nakładu będzie w czołówce gazet wydawanych na terenie woj. lubelskiego). Treść artykułów sponsorowanych będzie dotyczyć w szczególności zagadnień pomocy i integracji społecznej najuboższych mieszkańców woj. lubelskiego oraz wsparcia beneficjentów w prawidłowej realizacji projektów. Jednocześnie, założone działania mają na celu promowanie efektów wdrażanych działań w ramach RPO WL oraz informowanie o aktualnych naborach prowadzonych przez WUP w Lublinie, a tym samym ich zadaniem będzie zachęcanie do uczestnictwa potencjalnych uczestników.</p> <p><i>Tożsame z wersją papierową artykuły pojawią się w wydaniach elektronicznych gazet.</i></p>		
	1,2,3,4	<p>Działania promocyjne w Internecie wspierające kampanię promocyjną dot. RPO WL:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Szereg działań w Internecie prowadzonych przez LAWP, w tym m.in. artykuły prasowe na portalach internetowych, 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 "Poleć". Treści informacji przedstawianych w Internecie towarzyszyć będą także ewentualnym naborom wniosków oraz będą związane ze wsparciem beneficjentów w prawidłowej realizacji projektów. 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 RPO. Działania będą dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami. 	<p>Potencjalni beneficjenci, beneficjenci, decydenci, liderzy opinii publicznej, partnerzy społeczni i gospodarczy, instytucje systemu informacji i promocji RPO WL, (mieszkańcy województwa lubelskiego),</p>	Cały rok
Imprezy otwarte i inne	1,2,3,4	<p>Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy itp. W ramach działania przez DZ RPO, DW EFRR, DW EFS, LAWP i WUP planuje się prowadzić na bieżąco krótkie, merytoryczne konferencje prasowe na bieżące istotne tematy (np. na temat nadchodzących i trwających naborów, wykorzystania środków z RPO WL, prezentacji efektów wdrażania polityki spójności w województwie lubelskim, informacji nt. programu regionalnego na lata 2021-2027). Dodatkowo, planuje się kompleksową organizację spotkań dot. uroczystego podpisywania umów, podczas których wręczane będą okolicznościowe vouchery informujące o otrzymanym dofinansowaniu.</p>	<p>Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, media, partnerzy społeczno-gospodarczy, środowiska opiniotwórcze</p>	Cały rok
	3,4	<p>Dni Otwarte Funduszy Europejskich (DOFE) 2021 w województwie lubelskim – ósma 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 odpowiedzialna za organizację <i>Lubelskiego Dnia Funduszy Europejskich</i> w Lublinie (w formie np. rodzinnego pikniku), Dni Otwartych w siedzibach beneficjentów, zapewnienie dodatkowych atrakcji towarzyszących oraz za regionalną promocję DOFE.</p>	Ogół społeczeństwa	II kwartał 2021 r.
Konkursy	-	-	-	-
Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych	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 papierowej i elektronicznej). Dystrybucja do ponad 700 adresatów, w tym potencjalnych beneficjentów i beneficjentów Funduszy Europejskich w województwie lubelskim. Ponadto kolportaż periodyku odbywał się będzie podczas licznych wydarzeń organizowanych przez 	<p>Odbiorcy rezultatów (mieszkańcy województwa lubelskiego), potencjalni beneficjenci, beneficjenci, decydenci, liderzy opinii publicznej, partnerzy społeczni</p>	Cały rok

i promocyjnych		<p>różne komórki, odpowiedzialne za wdrażanie funduszy unijnych w województwie lubelskim. Szacunkowy łączny nakład: 16 000 szt. opracowanie i wydanie przez DZ RPO publikacji ukazujących efekty wdrażania FE w regionie, a także informujących o programie regionalnym na lata 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: 10 000 szt. druk i dystrybucja przez LAWP publikacji informacyjnych dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów RPO WL. Publikacje informacyjne typu ulotka, broszura informować o działaniach zrealizowanych przez LAWP w perspektywie 2014-2020 (podsumowanie działań, efektów LAWP do tej pory zrealizowanych) oraz zawierać informacje merytoryczne nt. celów i działań skierowanych w perspektywie finansowej 2021-2027. Szacunkowy nakład: ok. 1 000 – 1 500 sztuk.</p>	i gospodarczy, instytucje systemu informacji i promocji RPO WL, media	
Zdjęcia i materiały video	1,2,3,4	<ul style="list-style-type: none"> • Bieżące gromadzeniu 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 (stan „przed” i stan „po” realizacji), 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). • Zamówieniu usługi fotograficznej na potrzeby działań promocyjnych LAWP takich jak m.in. różnego rodzaju spotkania, konferencje, wydarzenia, uroczyste podpisywanie umów. 	Potencjalni beneficjenci, beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, uczestnicy projektów, odbiorcy rezultatów (mieszkańcy województwa lubelskiego)	Cały rok
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 2021 roku i częściowo w 2022 roku m.in. podczas konferencji/spotkań i innych działań informacyjno-promocyjnych dotyczących Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020 oraz programu regionalnego na lata 2021-2027. Dodatkowo, aby zwiększyć świadomość marki Lubelskie Fundusze Europejskie oraz zrealizować cel dot. przeciwdziałania rozprzestrzenienia się pandemii COVID-19, w ramach działania przewiduje się zakup i odpowiednie oznakowanie środków ochrony osobistej (m.in. maseczek dla dzieci i dorosłych, kominów, płynów do dezynfekcji, chusteczek antybakteryjnych, rękawiczek jednorazowych). W ramach działania zostaną zamówione <u>materiały brandingowe</u> m.in. roll-upy: ścianki promocyjne typu pop-up, tablica identyfikująca Punkt Kontaktowy RPO, a także inne materiały zapewniające identyfikację wizualną (np. siatki/materiał na air-wall) programu. • zamówienie materiałów konferencyjnych i materiałów brandingowych przez LAWP (m.in.: notesy, długopisy, teczki, pendrive). Materiały dystrybuowane będą m.in. podczas konferencji/spotkań i innych działań informacyjno-promocyjnych dotyczących Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2014-2020 oraz programu regionalnego na lata 2021-2027 	Potencjalni beneficjenci, beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, uczestnicy projektów, odbiorcy rezultatów (mieszkańcy województwa lubelskiego)	Cały rok

		organizowanych przez LAWP. Materiały białe m.in. wyposażenie na potrzeby wystawiennicze Punktu Informacyjnego (np. ścianka) oraz do przeprowadzania webinarów (m.in. stół pop up, niezbędne materiały do przeprowadzenia profesjonalnych webinarów).		
Inne	Działania wspierające realizację Strategii	<p>W ramach pozostałych działań realizowanych przez DZ RPO zrealizowany zostanie m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • monitoring mediów; • usługa najmu gruntu pod tablicę informacyjną dot. RPO WL; • kalendarze na 2022 rok (na potrzeby działań informacyjno-promocyjnych oraz jako wyposażenie biura pracowników DZ RPO, DW EFRR, DW EFS – materiały będą zawierały podstawowe informacje o programie oraz dane kontaktowe do instytucji zajmujących się wdrażaniem programu. Szacowana ilość kalendarzy (razem ok 3 000 szt.). <p>W ramach pozostałych działań LAWP planuje zrealizować m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zamówienie dot. opracowania i druku kalendarzy na 2022 r., na potrzeby działań informacyjno-promocyjnych oraz jako wyposażenie biura pracowników LAWP. Publikacje będą dystrybuowane pod koniec 2021 r. oraz na początku 2022 r. Szacowana ilość kalendarzy: 400 szt; • zamówienie dot. przygotowania i produkcji dwóch filmów o charakterze edukacyjnym. Tematyka filmów dotyczyć będzie prawidłowej realizacji projektów. Filmy zamieszczone będą na stronie rpo.lubelskie.pl, YT Lubelskie Fundusze Europejskie. <p>W ramach pozostałych działań WUP planuje zrealizować m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • zamówienie dot. opracowania i druku kalendarzy na 2022 rok. Będą zawierały podstawowe informacje o Programie (działania wdrażane przez WUP Lublin) oraz o dotychczasowym stanie wdrażania programu (np. ilość wniosków, podpisanych umów, osiągnięte główne wskaźniki realizacji celu). Szacowana ilość kalendarzy: 360 szt. 	Instytucje systemu informacji i promocji RPO WL	Cały rok

Budżet działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2021 wynosi **3 917 000,00 PLN**.

3. SPOSOBY ZWIĘKSZENIA SKUTECZNOŚCI DZIAŁAŃ KOMUNIKACYJNYCH SKIEROWANYCH DO SPOŁECZEŃSTWA W 2021 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, Instagram, telewizja regionalna, regionalne rozgłośnie radiowe).
2. Kontynuacja założeń i elementów kampanii z 2020 roku poprzez wzmocnienie najefektywniejszych dotychczas działań i położenie nacisku na najsukuteczniejsze kanały komunikacji m. in. podcasty, e-book, Google Adwords, reklama display, reklama natywna materiały filmowe krótkie i długie (angażujące Beneficjentów, którzy dodatkowo promują swój projekt i FE na swoich stronach internetowych i kanałach SM), webinaria, panoramy sferyczne, akcje ambientowe (np. podświetlenie reklamą charakterystycznych budynków w przestrzeni miejskiej), citylighty, konkursy z nagrodami (np. plastyczne, które angażują uczestników do pokazania zmian w ich otoczeniu dzięki FE).
3. Położenie nacisku na dostarczanie osobom zainteresowanym jak największej ilości praktycznych informacji przekazanych prostym językiem (np. na stronie internetowej, Social Mediach, w ebook, biuletynie Puls Regionu).
4. Działania w Social Mediach powinny koncentrować się na przekazaniu konkretnych, rzeczowych i praktycznych informacji poprzez wykorzystanie np. case study; opinii mieszkańców, Beneficjentów.
5. Prowadzenie efektywnej komunikacji w Social Mediach i skupienie się na pisaniu „językiem korzyści” z naciskiem na prosty i czytelny przekaz; na wyraźnym wskazaniu powtarzalnej tematyki, określeniu stałych interwałów (cykl + hashtag); crossposting mający na celu zainteresowanie użytkowników jednego serwisu odwiedzeniem drugiego; nawiązanie współpracy z wybranymi partnerami, beneficjentami itp.
6. Większe wykorzystanie dystrybucji własnych materiałów w działaniach realizowanych przez IZ RPO i IP (np. emisja materiałów filmowych na organizowanych szkoleniach, spotkaniach z beneficjentami/potencjalnymi beneficjentami, na konferencjach i eventach w województwie lubelskim czy udostępnianie biuletynu *Puls Regionu* uczestnikom ww. wydarzeń, zwiększenie zasięgu dystrybucji biuletynu).
7. Większe wykorzystanie potencjału komunikacyjnego beneficjentów RPO WL i partnerów społeczno-gospodarczych poprzez np. wykorzystanie ich kanałów komunikacji w Internecie i Social Mediach (zaangażowanie poprzez oznaczanie beneficjentów/osób/miejsc, hashtagi, zachęcanie do udostępniania i interakcji), a także poprzez zapraszanie do występowania na konferencjach, prezentacji projektów podczas różnego rodzaju targów i prezentacji (np. Dniach Otwartych Funduszy Europejskich), do udziału w audycjach/spotach telewizyjnych i radiowych/artykułach sponsorowanych w prasie.
8. Intensyfikacja działań informujących opinię publiczną o zaangażowaniu środków europejskich na rzecz przeciwdziałania COVID-19 oraz łagodzenia skutków społeczno-gospodarczych pandemii (np. realizacja reportaży w telewizji regionalnej pokazujące zaangażowanie środków

² Opracowano na podstawie *Kierunków i priorytetów działań informacyjno-promocyjnych IZ RPO w 2021 r.* oraz rekomendacji firm marketingowych realizujących działania promocyjne IZ RPO WL w 2020 roku (m.in. kampanię podsumowującą efekty wdrażania RPO WL w ramach DOFE 2020, produkcję filmów o charakterze promocyjnym w koncepcji storytellingowej oraz kompleksową obsługę Social Media (So Me) – Facebook i Instagram).

unijnych w ograniczeniu negatywnych skutków pandemii koronawirusa i ich promocja w Social Mediach).

9. Ze względu na doświadczenia spowodowane rozprzestrzenieniem się COVID-19 w 2020 r. i niepewną sytuacją związaną z dalszym trwaniem stanu pandemii, IZ RPO i IP planować będą działania w oparciu o założenie, że będą musiały być one dostosowane do bieżącej sytuacji i obowiązujących w danym czasie zaleceń. IZ RPO i IP będą uwzględniać możliwość wykorzystania w działaniach na szerszą skalę internetu (tam gdzie to możliwe) oraz projektować działania w sposób, który umożliwi elastyczne reagowanie (np. przechodzenie z formy stacjonarnej na on-line lub na odwrót).