

*Załącznik do uchwały nr 1/IV/15*

*Komitetu Monitorującego Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego*

*z dnia 1 grudnia 2015 roku*

# **Strategia Komunikacji**

## **Regionalnego Programu Operacyjnego**

### **Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020**

## Spis treści

<b>WSTĘP .....</b>	<b>4</b>
<b>1. OKREŚLENIE SYTUACJI WYJŚCIOWEJ .....</b>	<b>5</b>
1.1. DIAGNOZA.....	5
1.2. PODSTAWY PRAWNE .....	8
1.3. OPIS PRAC NAD DOKUMENTEM .....	8
1.4. INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA OPRACOWANIE I WDROŻENIE STRATEGII.....	8
<b>2. CEL GŁÓWNY I CELE SZCZEGÓŁOWE KOMUNIKACJI REGIONALNEGO PROGRAMU OPERACYJNEGO WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO NA LATA 2014-2020.....</b>	<b>9</b>
<b>3. GŁÓWNY KOMUNIKAT.....</b>	<b>10</b>
<b>4. STOSOWANIE GŁÓWNEGO KOMUNIKATU W DZIAŁANIACH INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH 11</b>	
4.1. KOMUNIKATY UZUPEŁNIAJĄCE REGIONALNEGO PROGRAMU OPERACYJNEGO WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO NA LATA 2014-2020 .....	11
4.2. PERSPEKTYWY PREZENTACJI KORZYŚCI ORAZ STYL KOMUNIKACJI .....	12
<b>5. GRUPY DOCELOWE I SPOSOBY KOMUNIKACJI Z NIMI.....</b>	<b>12</b>
5.1. SEGMENTY GRUP DOCELOWYCH.....	12
5.2. GRUPY DOCELOWE PROGRAMU .....	13
5.3. MECHANIZM KOMUNIKACJI .....	15
5.4. ZAPEWNIENIE SZEROKIEGO, WIELOKANAŁOWEGO I UŻYTECZNEGO DOSTĘPU DO INFORMACJI I POMOCY.....	15
5.4.1 OPIS SYSTEMU WSPARCIA POTENCJALNYCH BENEFICJENTÓW .....	20
5.4.2. OPIS SYSTEMU WSPARCIA BENEFICJENTÓW .....	20
<b>5.5. PODSTAWOWE KANAŁY INFORMACJI .....</b>	<b>21</b>
5.5.1. SIEĆ PUNKTÓW INFORMACYJNYCH FUNDUSZY EUROPEJSKICH (PIFE).....	21
5.5.2. STRONA INTERNETOWA RPO WP 2014-2020 .....	21
5.5.3. KOMUNIKACJA Z OSOBAMI Z RÓŻNYMI NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIAMI .....	22
<b>6. KOORDYNACJA KOMUNIKACJI FUNDUSZY EUROPEJSKICH .....</b>	<b>25</b>
6.1. WSPÓŁPRACA PRZY DZIAŁANIACH KOMUNIKACYJNYCH OBEJMUJĄCYCH WSZYSTKIE FUNDUSZE UWZGLĘDNIONE W UMOWIE PARTNERSTWA.....	25
6.2. KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA MIĘDZY INSTYTUCJAMI WDRAŻAJĄCYMI REGIONALNY PROGRAM OPERACYJNY WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO NA LATA 2014-2020 .....	25
6.3. ZASADY PROWADZENIA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH .....	25
<b>7. REALIZACJA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH W PARTNERSTWIE .....</b>	<b>26</b>
7.1. WSPIERANIE POTENCJALNYCH BENEFICJENTÓW I BENEFICJENTÓW W DZIAŁANIACH INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH.....	26
7.2. WSPÓŁPRACA Z PARTNERAMI .....	28
7.3. KOMUNIKACJA Z MEDIAMI .....	29
7.4. KOMUNIKACJA Z LIDERAMI OPINII .....	30

<b>8. OCENA EFEKTÓW STRATEGII .....</b>	<b>30</b>
<b>8.1. OCENA REALIZACJI CELÓW STRATEGII .....</b>	<b>30</b>
<b>8.2. OCENA BIEŻĄCA DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH .....</b>	<b>39</b>
<b>8.3. MONITORING DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH.....</b>	<b>40</b>
<b>8.4. SPRAWOZDAWCZOŚĆ.....</b>	<b>40</b>
<b>9. RAMOWY HARMONOGRAM .....</b>	<b>40</b>
<b>10. ROCZNA AKTUALIZACJA DZIAŁAŃ .....</b>	<b>41</b>
<b>11. WIZUALIZACJA.....</b>	<b>41</b>
<b>12. SZACUNKOWY BUDŻET NA REALIZACJĘ STRATEGII.....</b>	<b>42</b>
<b>13. WYKAZ SKRÓTÓW, SPIS RYSUNKÓW I TABEL .....</b>	<b>42</b>

## Wstęp

U podstaw *Strategii Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020* leży przekonanie, że dobra komunikacja jest konieczna, aby sprawnie i dobrze zrealizować zadania wynikające z Regionalnego programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020.

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

Działania komunikacyjne są sprofilowane zgodnie z potrzebami beneficjentów i potencjalnych beneficjentów. Naczelną zasadą komunikacji jest przekazywanie potencjalnym beneficjentom i beneficjentom w odpowiednim czasie/z odpowiednim wyprzedzeniem rzetelnej i wystarczającej informacji:

- **potencjalni beneficjenci** otrzymują pełną informację dającą dobre podstawy do podjęcia decyzji co do udziału w konkursach, w tym informacje dotyczące kryteriów wyboru projektów oraz informacje o zobowiązaniach wynikających z podpisania umowy o dofinansowanie projektu;
- w trakcie realizacji projektu **beneficjenci** otrzymują kompleksową informację pozwalającą im na sprostanie wymaganiom realizacji projektu oraz informację na temat ewentualnych zmian w tych wymaganiach, jeśli takie zmiany mają miejsce.

Zasada ta obejmuje całość działań instytucji zarządzających oraz wszystkich podległych im instytucji 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<sup>1</sup> jest upowszechnianie wśród obywateli Unii roli i osiągnięć polityki spójności i funduszy polityki spójności. Działania informacyjno-promocyjne skierowane do opinii publicznej zapewniają utrzymanie wysokiego poziomu świadomości na temat Funduszy Europejskich (FE) 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,

---

<sup>1</sup> Ilekroć w *Strategii* przywoływane jest **rozporządzenie ogólne** chodzi o 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).

- 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. DIAGNOZA

Wnioski służące określeniu sytuacji wyjściowej i zaprezentowane poniżej, zostały sformułowane na podstawie wyników badań, metaanalizy efektów działań informacyjno-promocyjnych i całego systemu informacji i promocji oraz doświadczeń z poprzedniego okresu programowania 2007-2013.

- 1) Audyt semiotyczny pojęcia „Fundusze Europejskie” z 2011 roku wskazywał na częsty brak czynnika ludzkiego w dyskursie na temat funduszy europejskich. Były one przedstawiane za pomocą liczb, projektów i efektów, które bywały oderwane od ludzi i ich spraw. Komunikacja dość często rysowała prostą ścieżkę od funduszy do dokonującej się dzięki nim zmiany oraz jej efektów. Taki proces wyglądał jednak na bezosobowy, mechanistyczny, a nawet magiczny.<sup>2</sup> Brakowało w nim uznania pozytywnej roli tych osób i instytucji, które dokonują zmian.

Zdecydowana większość mieszkańców Polski i województwa pomorskiego dostrzega duże zmiany, jakie zaszły w Polsce po wejściu do Unii Europejskiej. Zmiany na poziomie kraju uważa 88% mieszkańców województwa pomorskiego, na poziomie województwa pozytywny wpływ funduszy europejskich dostrzega 78%<sup>3</sup> Pomorzanie. Obydwa wyniki są zbliżone do tych, które zanotowano w innych regionach (odchylenia, uwzględniając błąd statystyczny, nie przekraczają kilku procent). Nieco gorsze wyniki zanotowano w przypadku postrzegania wpływu funduszy europejskich na poziomie osobistym. Zaledwie 52% mieszkańców regionu zadeklarowało taki wpływ i w stosunku do województwa o najwyższym wskaźniku (Świętokrzyskie) różnica wynosi 14 punktów procentowych.

Osobista perspektywa odbiorcy jest ważnym elementem systemu postaw i przekonań Polaków na temat istotnej roli Funduszy Europejskich i powinna zostać wzmocniona w działaniach informacyjno-promocyjnych w okresie programowania 2014-2020.

- 2) Od roku 2006 do 2009 badania ewaluacyjne pokazywały systematyczny wzrost udziału osób, które znają i rozumieją określenia „Fundusze Europejskie” lub „Fundusze Unijne”, natomiast w latach 2009-2011 deklarowana wiedza mieszkańców Polski pozostawała na zbliżonym poziomie (89% Polaków znało te pojęcia, a 56% je rozumiało<sup>4</sup>). Ponadto, 54% badanych mieszkańców województwa pomorskiego deklaruje, że w przyszłości będzie

---

<sup>2</sup> Wnioski sformułowane na podstawie Audytu semiotycznego pojęcia „Fundusze Europejskie” przeprowadzonego przez Semiotic Solutions Polska w 2011 roku.

<sup>3</sup> „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2014”. Badanie przeprowadzone przez Realizację Sp. z o.o. na zlecenie Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju.

<sup>4</sup> Wnioski sformułowane na podstawie Audytu semiotycznego pojęcia „Fundusze Europejskie” przeprowadzonego przez Semiotic Solutions Polska w 2011 roku.

się interesowało informacjami o realizacji przedsięwzięć finansowanych z Funduszy Europejskich w województwie pomorskim, a co za tym idzie chciałoby mieć dostęp do tego typu informacji<sup>5</sup>.

Oznacza to, że w nowej perspektywie działania komunikacyjne powinny wspierać utrzymanie poziomu świadomości tych pojęć. Należy inwestować we wzbogacenie wiedzy na temat funduszy oraz dostrzeganie przez Polaków osobistych korzyści.

- 3) Według ostatnich badań ewaluacyjnych w skojarzeniach na temat Funduszy Europejskich dominują dotacje, pieniądze z Unii Europejskiej (75%), dotacje dla rolników (38%) oraz wsparcie finansowe na inwestycje (36%). Najczęściej wskazywaną grupą potencjalnych beneficjentów Funduszy Europejskich są firmy prywatne (45%), rolnicy (43%), a w następnej kolejności władze samorządowe (39%)<sup>6</sup>.

Działania informacyjno-promocyjne, wśród których szczególną rolę odgrywają działania edukacyjne, powinny przesuwać w świadomości Polaków granice oddziaływania funduszy na słabiej identyfikowane obszary oraz angażować w dostrzeganie efektów w najbliższym otoczeniu.

- 4) Zdaniem 38% respondentów nie każdy uprawniony ma takie same szanse na uzyskanie dofinansowania w ramach FE, 32% badanych deklaruje, że szanse dla wszystkich są takie same, natomiast nie wie tego 30% obywateli. Oceniając poziom łatwości/trudności w ubieganiu się o dofinansowanie z Unii Europejskiej, według 43% respondentów uzyskanie dofinansowania jest sprawą trudną, a jedna trzecia stoi na stanowisku, że uzyskanie dofinansowania „czasem bywa trudne, a czasem łatwe”. Zdaniem zaledwie 6% mieszkańców dofinansowanie z UE jest łatwe do uzyskania.

Wyniki te wskazują na poważne wyzwanie stojące przed działaniami informacyjno-promocyjnymi. Konieczna jest m.in. eliminacja barier wynikających z postaw i przekonań utrudniających wykorzystywanie szans, jakie stwarzają Fundusze Europejskie.

- 5) 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 liczebności oraz sile oddziaływania mogliby istotnie wzmocnić przekaz na temat Funduszy Europejskich. Działania informacyjno-promocyjne beneficjentów mogą szczególnie wzmocnić dostrzeganie przez Polaków zmian w najbliższym otoczeniu i codziennym życiu. Realizacja tego celu wymaga systemowego wsparcia beneficjentów, a nie jednorazowych działań.
- 6) Komunikacja z beneficjentami powinna wykorzystywać wysoki potencjał sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich oraz stron internetowych instytucji, będących podstawowym przydatnym źródłem informacji, ale wymagających poprawy w zakresie funkcjonalności, wyglądu, nawigacji, zawartości oraz wzajemnych powiązań<sup>7</sup>.

---

<sup>5</sup> Raport z badania ewaluacyjnego „Badanie skuteczności, jakości i użyteczności wybranych narzędzi informacji i promocji Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Pomorskiego na lata 2007 – 2013” przeprowadzonego przez Instytut Badawczy IPC w 2013 roku.

<sup>6</sup> Jak wyżej.

<sup>7</sup> Wniosek sformułowany na podstawie wyników oceny witryn internetowych instytucji pochodzących z raportu PSDB z września 2012 roku.

- 7) Ograniczenie działań informacyjno-promocyjnych wyłącznie do instytucji systemu i beneficjentów nie wykorzystuje potencjału podmiotów, które są naturalnymi partnerami tych instytucji w informowaniu i edukowaniu społeczeństwa lub jego wybranych grup na temat Funduszy Europejskich. W nowej perspektywie należy kontynuować i rozwijać współpracę z partnerami społeczno-gospodarczymi, mediami oraz liderami opinii.
- 8) Konieczne jest również stosowanie w komunikacji czytelnego i zrozumiałego powszechnie języka. Szczególnie dotyczy to dokumentów skierowanych do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów, a także materiałów przeznaczonych do komunikacji w mediach<sup>8</sup>.
- 9) Wśród potencjalnych beneficjentów w województwie pomorskim aż 58% z nich chętnie wzięłoby udział w szkoleniu, gdyby miało ono charakter e-learningowy. Z kolei 56% badanych skorzystałoby ze szkoleń, gdyby miały one postać telekonferencji<sup>9</sup>. Badani najczęściej wskazywali, że chcieliby otrzymywać informacje nt. funduszy unijnych w województwie pomorskim poprzez artykuły w Internecie (58,7%). *De facto* Internet jest znacznie częściej wskazywanym medium, bowiem 32,7% badanych wskazało dedykowane strony internetowe. Najczęściej wymieniane źródło poszukiwania i otrzymywania informacji na temat możliwości uzyskania finansowania z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego to serwis internetowy instytucji zarządzającej (35,6%). Również mieszkańcy województwa pomorskiego, którzy nie byli zaangażowani w realizację projektów relatywnie najczęściej wskazywali na Internet, jako najbardziej cenne źródło informacji o FE.

Wskazane jest dalsze rozwijanie działań związanych z wykorzystaniem Internetu i nowych mediów. Należy również zwrócić uwagę, że istnieje pozytywna korelacja pomiędzy częstotliwością korzystania z Internetu a czytelnictwem prasy<sup>10</sup>. Ze względu na to, że są to media relatywnie najlepsze do przekazania bardziej skomplikowanych treści, koncentracja na grupie osób korzystających z Internetu jest szczególnie korzystna.

- 10) Przywołane uprzednio badania wskazujące, iż 54% badanych mieszkańców województwa pomorskiego deklaruje, że w przyszłości będzie się interesowało informacjami o realizacji przedsięwzięć finansowanych z Funduszy Europejskich w województwie pomorskim, a co za tym idzie chciałoby mieć dostęp do tego typu informacji<sup>11</sup>, pokazuje również konieczność wyboru priorytetowych segmentów grupy docelowej „ogół społeczeństwa”. Należy zwrócić uwagę, że osoby z wyższym wykształceniem są wyraźnie liczniej

---

<sup>8</sup> „Anioły biznesu we mgle. Analiza języka tekstów o Funduszach Europejskich” prof. dr hab. Jan Miodek (Uniwersytet Wrocławski), dr Marek Maziarz (Politechnika Wrocławska), dr Tomasz Piekot (Uniwersytet Wrocławski), dr Marcin Poprawa (Uniwersytet Wrocławski), mgr Grzegorz Zarzeczny (Uniwersytet Wrocławski), Raport z badań zleconych przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, 2010 r.

<sup>9</sup> Raport z badania ewaluacyjnego „Badanie skuteczności, jakości i użyteczności wybranych narzędzi informacji i promocji Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Pomorskiego na lata 2007 – 2013” przeprowadzonego przez Instytut Badawczy IPC w 2013 roku.

<sup>10</sup> Badania IPSOS z 2010 r.

<sup>11</sup> Raport z badania ewaluacyjnego „Badanie skuteczności, jakości i użyteczności wybranych narzędzi informacji i promocji Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Pomorskiego na lata 2007 – 2013” przeprowadzonego przez Instytut Badawczy IPC w 2013 roku.

reprezentowane w grupie zainteresowanych w przyszłości FE (ponad 65%<sup>12</sup>). Szerzej problem został opisany w rozdziale 5. *Grupy docelowe i sposoby komunikacji z nimi*.

## **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 polityki spójności* Instytucja Zarządzająca, zgodnie z przepisami art. 116 rozporządzenia ogólnego oraz zgodnie z zapisami rozdz. 5.6 „Informacja i promocja” Umowy Partnerstwa, a także horyzontalnymi *Wytycznymi w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020* (rozdz. 3 podrozdział 3.2), opracowała *Strategię Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020*, będącą podstawą prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych dla programu.

## **1.3. OPIS PRAC NAD DOKUMENTEM**

Dokument został przygotowany przez Instytucję Zarządzającą Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020, m.in. w oparciu o warsztaty organizowane w Urzędzie Marszałkowskim i konsultacje z Instytucją Pośredniczącą w Regionalnym Programie Operacyjnym dla Województwa Pomorskiego na lata 2007-2013. Projekt dokumentu był również prezentowany i omawiany na forum grupy roboczej ds. komunikacji wszystkich funduszy w województwie pomorskim.

## **1.4. INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA OPRACOWANIE I WDROŻENIE STRATEGII**

Instytucją odpowiedzialną za opracowanie oraz wdrożenie *Strategii Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego 2014-2020* jest Instytucja Zarządzająca RPO WP 2014-2020. Koordynację działań Instytucji Zarządzającej w tym zakresie zapewnia Departament Programów Regionalnych Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego, a w jego ramach Referat Informacji (5 etatów dedykowanych *Strategii*), współdziałający z Zespołem ds. informacji i szkoleń (5 etatów) w Departamencie Europejskiego Funduszu Społecznego UMWP.

Komórka odpowiedzialna za opracowanie *Strategii Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020*:

Instytucja Zarządzająca  
Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego  
Departament Programów Regionalnych  
Referat Informacji  
Ul. Okopowa 21/28  
80-810 Gdańsk  
dpr@pomorskie.eu

---

<sup>12</sup> Jak wyżej.



Instytucje pośredniczące:

Instytucja Pośrednicząca  
Stowarzyszenie Obszar Metropolitalny Gdańsk-Gdynia-Sopot  
Biuro Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych  
ul. Długi Targ 39/40  
80-830 Gdańsk

Instytucja Pośrednicząca  
Wojewódzki Urząd Pracy w Gdańsku  
Zespół Komunikacji Społecznej  
ul. Podwale Przedmiejskie 30  
80-824 Gdańsk

## **2. Cel główny i cele szczegółowe komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020**

Kluczowym zadaniem komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020, wynikającym z Umowy Partnerstwa jest wspieranie wykorzystania środków europejskich dla realizacji celów rozwojowych kraju, tj. zwiększenia konkurencyjności gospodarki, poprawy spójności społecznej i terytorialnej, podniesienia sprawności i efektywności państwa. Komunikacja aktywnie wspiera realizację tych celów.

Cele komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 wynikają również z celów dotyczących informacji i promocji zawartych w rozporządzeniu ogólnym. Należą do nich:

- informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach finansowania w ramach Programu oraz sposobach jego pozyskania,
- dostarczanie beneficjentom informacji potrzebnych do realizacji projektów na różnych etapach,
- upowszechnianie wśród obywateli roli oraz osiągnięć polityki spójności i funduszy poprzez działania informacyjne i promocyjne na temat efektów i wpływu Umowy Partnerstwa, programów i poszczególnych projektów.

### **Cel nadrzędny Strategii Komunikacji:**

***Komunikacja Funduszy Europejskich wspomaga wykorzystanie środków z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego dla realizacji celów rozwojowych Pomorza***

Wynikające z niego cele szczegółowe:

### Komunikacja Funduszy Europejskich:

- aktywizuje mieszkańców województwa pomorskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020,
- wspiera w województwie pomorskim beneficjentów RPO WP 2014-2020 w realizacji projektów,
- zapewnia mieszkańcom województwa pomorskiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich,
- zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie pomorskim.

### 3. Główny komunikat

Główny komunikat stanowi punkt odniesienia dla wszystkich działań informacyjno-promocyjnych podejmowanych w latach 2014-2020. Każdy temat kampanii informacyjno-promocyjnej i każda idea kreatywna, powinna być zgodna z tym komunikatem.

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

Rys. 1. Główny komunikat perspektywy 2014-2020



- Fundusze Europejskie wspierają tych, którzy realizując dobre pomysły, zwiększają możliwości i poprawiają jakość życia mieszkańców województwa pomorskiego. Punktem wyjścia są Fundusze Europejskie - są one początkiem procesu, jego inicjatorem i napędem. Fundusze Europejskie stwarzają możliwości oraz stymulują współpracę, od której zaczyna się proces zmiany.
- Liderzy zmian są to te wszystkie 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 wynikają z projektów realizowanych przez liderów, które przyczyniają się do realizacji celów rozwojowych.
- Ze zmian wynikających z działania liderów zmian oraz Funduszy Europejskich mogą korzystać wszyscy, zwłaszcza ludzie z aspiracjami<sup>13</sup>. Ludzie z aspiracjami mogą w każdej chwili podjąć działania i wykorzystać FE na realizację własnych planów.

---

<sup>13</sup> W odniesieniu do segmentacji 4CS. Grupa *Aspirujący*, wraz z *Średnia Krajowa* stanowi najliczniejszą grupę behawioralną w Polsce. Stanowi również ważną grupę docelową komunikacji RPO WP 2014-2020.

- Efektem zmian jest wszechstronny rozwój województwa, który jednak nie jest abstrakcyjnym hasłem, ale zbiorem korzyści dla wszystkich mieszkańców Pomorza. 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 Funduszy Europejskich wspólne ramy i wprowadza do niej porządek, co sprzyja skuteczniejszemu dotarciu z przekazem do szerokiego grona odbiorców. Nazwy i symbolika programów, nazwy funduszy oraz instytucji funkcjonują na poziomie szczegółowej informacji, dokumentacji, oznaczeń i wizualizacji, tak jak w okresie 2007-2013 i stanowią doprecyzowanie i uzupełnienie komunikacji na temat Funduszy Europejskich.

#### **4. Stosowanie głównego komunikatu w działaniach informacyjno-promocyjnych**

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

Zgodnie ze *Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020* Fundusze Europejskie prezentowane są 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 POMORSKIEGO NA LATA 2014-2020**

Komunikaty dla Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 są uzupełnieniem *Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020*, uwzględniają również specyficzne cele Programu:

- Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 wspiera osoby i organizacje, które chcą rozwijać region,
- Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 jest katalizatorem zmian (przyspiesza je i wzmacnia),
- Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 jest wszechstronnym mechanizmem pomocy, a nie wyłącznie środkami finansowymi,

- Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 wspiera zarówno wielkie zmiany w skali regionu, jak i zmiany lokalne oraz zmiany w życiu osobistym,
- Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 zachęca mieszkańców województwa pomorskiego do współpracy, przełamując bariery braku zaufania,
- Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 wspiera zmiany, szczególnie w sferze gospodarczej, edukacji, aktywności zawodowej i społecznej, ochronie zdrowia, wykorzystaniu specyficznych potencjałów poszczególnych obszarów, a także w systemie transportowym oraz korzystaniu z energii i środowiska.

#### 4.2. PERSPEKTYWY PREZENTACJI KORZYŚCI ORAZ STYL KOMUNIKACJI

Zgodnie ze *Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020* instytucje podejmujące działania informacyjno-promocyjne powinny świadomie wybierać perspektywę prezentacji Funduszy Europejskich (JA, MY lub REGION) w celu wzmacniania efektywności komunikacji. Należy brać pod uwagę zalety i wady każdej z perspektyw. W przypadku możliwości zastosowania różnych wariantów należy przyjąć następującą kolejność rozpatrywania perspektyw komunikacji:

- 1) Perspektywa indywidualna (JA)
- 2) Perspektywa społeczności (MY)
- 3) Perspektywa zewnętrznego otoczenia (REGION).

Styl komunikacji Funduszy Europejskich został opisany w *Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020*.

## 5. Grupy docelowe i sposoby komunikacji z nimi

### 5.1. SEGMENTY GRUP DOCELOWYCH

Odbiorcą komunikacji o Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 jest każdy mieszkaniec województwa pomorskiego. Nikt nie jest wykluczony z zasięgu komunikacji. Niemniej nie oznacza to jednakowej komunikacji do wszystkich odbiorców. Ich zróżnicowane potrzeby informacyjne narzucają konieczność prowadzenia zróżnicowanej komunikacji.

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** (faktyczni i potencjalni) - są to liderzy zmian,
- **uczestnicy projektów** (faktyczni i potencjalni),
- **odbiorcy rezultatów** rozumiani jako szeroko pojęta opinia publiczna (mieszkańcy województwa).

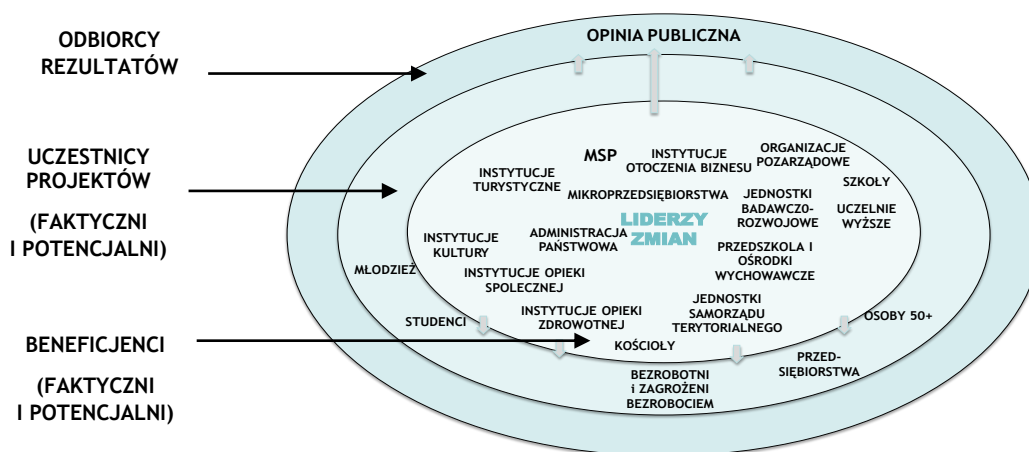
Komunikacja obejmuje wszystkie trzy segmenty. Liderzy zmian są grupą priorytetową z punktu widzenia realizacji celów rozwojowych kraju i jego regionów.

Ponieważ istotna część Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 będzie wdrażana poprzez Instrumenty Finansowe (w szczególności pożyczki i poręczenia), zatem w stosownych przypadkach komunikacja będzie uwzględniać specyfikę pośredników finansowych i ostatecznych odbiorców wsparcia.

## 5.2. GRUPY DOCELOWE PROGRAMU

Główne segmenty grup odbiorców komunikacji o Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 zostały przedstawione na poniższym schemacie.

Rys. 2. Segmenty grup docelowych



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 publicznej<sup>14</sup>. Należy jednak zwrócić uwagę, że w przypadku opinii publicznej, kluczową rolę odgrywają osoby z wykształceniem wyższym<sup>15</sup>, oraz te, które można przypisać do grupy behawioralnej „aspirujący”<sup>16</sup>.

<sup>14</sup> Na przykład przedsiębiorca może być zarówno beneficjentem i realizować projekt, jak i być uczestnikiem projektu skierowanego do firm, np. oferującego szkolenia.

<sup>15</sup> Osoby z wykształceniem wyższym zdecydowanie częściej niż pozostałe osoby deklarowały przyszłe zainteresowanie informacjami o realizacji przedsięwzięć finansowanych z Funduszy Europejskich w województwie pomorskim (65,1%) przy średniej 54% (Raport z badania ewaluacyjnego „Badanie skuteczności, jakości i użyteczności wybranych narzędzi informacji i promocji Regionalnego Programu Operacyjnego dla Województwa Pomorskiego na lata 2007 – 2013” przeprowadzonego przez Instytut Badawczy IPC w 2013 roku).

<sup>16</sup> W odniesieniu do segmentacji 4CS. Grupa *Aspirujący*, wraz z *Średnia Krajowa* stanowi najliczniejszą grupę behawioralną w Polsce.

Najważniejsze grupy docelowe w podziale na segmenty:

1. Liderzy zmian: MŚP (małe i średnie przedsiębiorstwa), IOB (instytucje otoczenia biznesu), organizacje pozarządowe, jednostki samorządu terytorialnego, jednostki badawczo – rozwojowe, uczelnie wyższe, szkoły, instytucje opieki zdrowotnej, kościoły i związki wyznaniowe.
2. Uczestnicy projektów: uczniowie, studenci, bezrobotni, osoby 50+.
3. Odbiorcy rezultatów – „opinia publiczna” (mieszkańcy województwa).

Należy również wskazać grupy z segmentu „liderów zmian” oraz „uczestników projektów”, które posiadają największy potencjał komunikacyjny (ich opinia o Funduszach Europejskich może znacząco wpływać na postrzeganie FE opinii publicznej oraz decydować o realizacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020) oraz grupy, których pozyskanie do projektów jako uczestników decydować będzie o realizacji kluczowych celów Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020.

Liderzy zmian:

- a. MŚP (wśród nich tzw. „startupy”) – w odróżnieniu od wszystkich najbardziej rozwiniętych gospodarczo (oraz najbardziej innowacyjnych) gospodarek światowych, w których większość wydatków na badania kierowana jest do sektora high-tech, w Polsce ponad 2/3 nakładów na badania trafia do sektorów tradycyjnych<sup>17</sup>. Startupy koncentrujące się w branży high-tech generują wysoką wartość dodaną, zmieniając jednocześnie charakterystykę polskiej gospodarki z odtwórczej, opierającej się na niskich kosztach pracy i produkcji na bardziej innowacyjną.

Komunikacja ze startupami będzie odbywać się głównie poprzez konferencje, spotkania branżowe i konkursy dla startupów. Należy również podkreślić olbrzymią rolę działań networkingowych, które stwarzają okazję do wzmacniania kultury dzielenia się wiedzą (niski kapitał społeczny stanowi w Polsce jedną z fundamentalnych przeszkód w rozwoju innowacyjności i przemysłów kreatywnych).

- b. Organizacje pozarządowe - współczesna administracja nie jest w stanie objąć swym działaniem coraz to nowych obszarów, a rosące oczekiwania społeczne nieuchronnie prowadzą do konieczności włączania podmiotów spoza administracji publicznej do wykonywania wielu ważnych zadań. Komunikacja z organizacjami pozarządowymi opierać się będzie przede wszystkim na bezpośrednich kontaktach (spotkaniach) dotyczących poszczególnych zadań (np. działań społecznych w ramach rewitalizacji) lub wsparciu działań Instytucji Zarządzającej (np. współdziałanie z osobami z niepełnościami).

Uczestnicy projektów:

- a. Bezrobotni – grupa, która odgrywa istotną rolę w realizacji projektów (jako uczestnicy). Osoby bezrobotne często pozostają mniej aktywne społecznie. Co do zasady, w

---

<sup>17</sup> Witold Orłowski. *Komercjalizacja badań naukowych w Polsce. Bariery i możliwości ich przełamania*. PWC 2013.

mniejszym stopniu korzystają z mediów (wyjątkiem jest telewizja). Kluczową rolę w komunikacji z osobami bezrobotnymi będą odgrywali beneficjenci, poprzez poszukiwanie bezpośredniego kontaktu z grupą docelową. Instytucja Zarządzająca poprzez programy telewizyjne będzie starała się wskazać możliwości wynikające z uczestnictwa w projekcie. Wskazany format w komunikacji z osobami bezrobotnymi będzie testymonial.

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

**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.

### 5.4. ZAPEWNIENIE SZEROKIEGO, WIELOKANAŁOWEGO I UŻYTECZNEGO DOSTĘPU DO INFORMACJI I POMOCY

Poszczególne grupy docelowe wymagają zastosowania odmiennych kanałów komunikacji. Odbiorcy rezultatów, jako najmniej aktywna kategoria docelowych odbiorców komunikacji, poznają Fundusze Europejskie przez pryzmat przykładów realizowanych i zrealizowanych projektów. Przykłady te są prezentowane w pierwszej kolejności z perspektywy indywidualnej (JA), a w dalszej kolejności z perspektywy społeczności (MY) oraz perspektywy zewnętrz-

nego otoczenia (REGION). Jednym z podstawowych gatunków dziennikarskich, które zostaną zastosowane dla w/w grupy jest testimonial.



**Przykładowe narzędzia komunikacji:**



Segment docelowych odbiorców	Mechanizm komunikacji	Przykładowe narzędzia komunikacji
<p><b>ODBIORCY REZULTATÓW</b></p>		<p><b>Dotarcie pośrednie<sup>18</sup>:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kampanie reklamowe w mediach masowych,</li> <li>• Lokowanie idei/projektów w mediach,</li> <li>• Kampanie w mediach społecznościowych,</li> <li>• Gry i konkursy realizowane z mediami,</li> <li>• Mailingi,</li> <li>• Działania PR w mediach,</li> <li>• Reklama szeptana.</li> </ul> <p><b>Dotarcie bezpośrednie<sup>19</sup>:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Imprezy i wydarzenia promocyjne,</li> <li>• Strona <a href="http://www.rpo.pomorskie.eu">www.rpo.pomorskie.eu</a>,</li> <li>• Własne konkursy,</li> <li>• Marketing w wyszukiwarkach,</li> <li>• Aplikacje mobilne.</li> </ul> <p><b>Działania edukacyjne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wywiady z ekspertami,</li> <li>• Otwarte prezentacje,</li> <li>• Ulotki, przewodniki itp.,</li> <li>• Gry i konkursy edukacyjne.</li> </ul>

<sup>18</sup> Dotarcie pośrednie obejmuje sposoby komunikacji z docelowymi odbiorcami za pomocą zewnętrznych mediów.

<sup>19</sup> Dotarcie bezpośrednie obejmuje sposoby komunikacji z docelowymi odbiorcami bez pośrednictwa zewnętrznych mediów.



<p>POTENCJALNI BENEFICJENCI /POTENCJALNI UCZESTNICZY PROJEKTÓW</p>	 <p>ZOBACZ</p>	<p><b>Dotarcie pośrednie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kampanie reklamowe w mediach masowych i profilowanych,</li> <li>• Kampanie w mediach społecznościowych,</li> <li>• Mailingi do sprecyzowanych grup,</li> <li>• Działania PR w mediach,</li> <li>• Reklama szeptana.</li> </ul> <p>Dotarcie bezpośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strona <a href="http://www.rpo.pomorskie.eu">www.rpo.pomorskie.eu</a>,</li> <li>• Marketing w wyszukiwarkach.</li> </ul>
	 <p>ZAINTERESUJ SIĘ</p>	<p><b>Dotarcie bezpośrednie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strona <a href="http://www.rpo.pomorskie.eu">www.rpo.pomorskie.eu</a>,</li> <li>• Materiały informacyjne sieciowe (video prezentacje, podcasty),</li> <li>• Informacja w PIFE,</li> <li>• Konferencje, prezentacje i szkolenia,</li> <li>• Publikacja treści stworzonych przez innych przedstawicieli grupy (User Generated Content),</li> <li>• Drukowane lub elektroniczne materiały informacyjne,</li> <li>• Sieci networkingowe.</li> </ul> <p><b>Działania edukacyjne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Przewodniki i instrukcje na stronach internetowych instytucji,</li> <li>• Informacja i doradztwo w PIFE,</li> <li>• Szkolenia i konferencje,</li> <li>• Publikacje/audycje edukacyjne w mediach specjalistycznych,</li> <li>• Otwarte prezentacje,</li> <li>• Ulotki, przewodniki itp.</li> </ul> <p><b>Dotarcie pośrednie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kampanie reklamowe w mediach profilowanych,</li> <li>• Kampanie w mediach społeczno-</li> </ul>

		<p>wych,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mailingi do sprecyzowanych grup,</li> <li>• Działania PR w mediach sprofilowanych,</li> <li>• Reklama szeptana.</li> </ul>
<b>BENEFICJENCI / UCZESTNICZY PROJEKTÓW</b>	 <b>REALIZUJ/ KORZYSTAJ</b>	<p><b>Dotarcie bezpośrednie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strona <a href="http://www.rpo.pomorskie.eu">www.rpo.pomorskie.eu</a>,</li> <li>• Materiały informacyjne sieciowe (video prezentacje, podcasty),</li> <li>• Informacja i doradztwo w PIFE,</li> <li>• Infolinia dla beneficjentów,</li> <li>• Konferencje, prezentacje i szkolenia,</li> <li>• Drukowane lub elektroniczne materiały informacyjne.</li> </ul> <p><b>Działania edukacyjne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Przewodniki i instrukcje na stronach internetowych instytucji,</li> <li>• Informacja i doradztwo w PIFE,</li> <li>• Forum beneficjenta,</li> <li>• Szkolenia i konferencje, wizyty studyjne,</li> <li>• Publikacje/audycje edukacyjne w mediach,</li> <li>• Warsztaty,</li> <li>• Ulotki, przewodniki itp.</li> </ul> <p><b>Dotarcie pośrednie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reklama szeptana,</li> <li>• Narzędzia bezpośredniej współpracy między beneficjentami.</li> </ul>
	 <b>POLEĆ</b>	<p><b>Dotarcie bezpośrednie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strona <a href="http://www.rpo.pomorskie.eu">www.rpo.pomorskie.eu</a>,</li> <li>• Akcje zachęcające do rekomendowania FE,</li> <li>• Publikacja rekomendacji innych beneficjentów.</li> </ul>

		<p><b>Dotarcie pośrednie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reklama szeptana,</li> <li>• Narzędzia bezpośredniej współpracy między beneficjentami.</li> </ul>
--	--	--

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 FE są niedozwolone. Przedmiotów o charakterze upominkowym nie można stosować w komunikacji FE.

Strategia komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 zapewnia realizację działań informacyjno-promocyjnych i edukacyjnych wyłącznie w obszarze Funduszy Europejskich, z wyłączeniem działań mających inny zakres, np. kampanii politycznych. Instytucja zarządzająca oraz instytucje pośredniczące zapewniają neutralność prowadzonych działań komunikacyjnych oraz dbają o prawidłowe wydatkowanie środków finansowych w tym zakresie.

Istotnym elementem weryfikacji użyteczności informacji dostępnych zarówno dla odbiorców rezultatów (przede wszystkim w działaniach o charakterze reklamowym oraz media relations) jak i dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów (w tym w formie dokumentów) jest utrzymanie wszelkich komunikatów na wysokim poziomie czytelności.

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

Strona [www.rpo.pomorskie.eu](http://www.rpo.pomorskie.eu) zapewnia informację dostępną na żądanie, czyli przez 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu.

Informacja wielokanałowa płynie do potencjalnego beneficjenta/beneficjenta za pośrednictwem różnych kanałów komunikacji. W szczególności mowa o następujących kanałach:

- Strona [www.rpo.pomorskie.eu](http://www.rpo.pomorskie.eu),
- Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich (PIFE),
- Kontakt z opiekunem projektu,
- Materiały informacyjne,
- Konferencje i szkolenia.

Informacja wielopoziomowa oznacza, że jest ona uporządkowana według stopnia zaawansowania potencjalnego beneficjenta/beneficjenta w procesie ubiegania się o współfinansowanie i realizacji projektu. Na różnych etapach tego procesu potencjalni beneficjenci i beneficjenci mają różne potrzeby informacyjne. Dotarcie do informacji potrzebnej na każdym etapie powinno być maksymalnie ułatwione.

Użyteczność informacji udostępnianych beneficjentowi wynika z uwzględnienia przy jej opracowaniu perspektywy potencjalnego beneficjenta/beneficjenta, jego potrzeb i oczekiwań. Podstawowym kryterium użyteczności informacji jest jej sformułowanie klarownym i zrozumiałym językiem oraz utrzymanie komunikacji w możliwie najbardziej zwartej formule.

#### **5.4.1 OPIS SYSTEMU WSPARCIA POTENCJALNYCH BENEFICJENTÓW**

**Potencjalni beneficjenci** (i potencjalni uczestnicy projektów) potrzebują bardziej złożonego procesu komunikacji opartego o:

- prezentację przykładów udanych zmian, które mają ich przekonać o skuteczności Funduszy Europejskich w radzeniu sobie z problemami;
- indywidualizację komunikacji i odniesienie działania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 do sytuacji potencjalnego beneficjenta (i potencjalnego uczestnika projektu), które ma ich zmotywować do zainteresowania się nowymi możliwościami aplikowania o środki.

Wsparcie potencjalnych beneficjentów (i potencjalnych uczestników projektów) będzie opierać się o następujące elementy:

- system szkoleń, w tym horyzontalnych oraz dedykowanych poszczególnym konkursom;
- prezentację dobrych praktyk, publikowanych na stronie [www.rpo.pomorskie.eu](http://www.rpo.pomorskie.eu);
- prezentację dobrych praktyk w mediach, również poprzez formę testimoniali, tak aby ukazać bezpośrednią perspektywę „realizatora projektu”.

#### **5.4.2. OPIS SYSTEMU WSPARCIA BENEFICJENTÓW**

**Beneficjenci** (i uczestnicy projektów) potrzebują odpowiedniej wiedzy i wsparcia:

- beneficjenci korzystający ze współfinansowania projektu ze środków europejskich potrzebują merytorycznego wsparcia na etapie realizacji projektu oraz zachęty do polecania Funduszy Europejskich;
- uczestnicy projektów potrzebują wsparcia i pomocy w rozwiązywaniu bieżących problemów w trakcie udziału w projektach i wielokrotnie w wykorzystaniu swojego potencjału po zakończeniu projektów;
- satysfakcja z uzyskanego wsparcia ma być motywacją do polecania Funduszy Europejskich w ramach swojej grupy docelowej i poza nią.

Wsparcie beneficjentów będzie opierać się przede wszystkim o stałą pomoc „opiekunów projektów”, osób które udzielają wsparcia dla beneficjentów na każdym etapie realizacji projektu. Należy zaznaczyć, że dane teled adresowe „opiekunów projektów” przedstawione będą każdorazowo w ogłoszeniach o naborach (w tym ogłoszeniach publikowanych w mediach) oraz na stronie [www.rpo.pomorskie.eu](http://www.rpo.pomorskie.eu). Ponadto, stworzony zostanie system networkingu, który umożliwi wymianę informacji pomiędzy samymi beneficjentami.

Wśród działań informacyjno-promocyjnych szczególne znaczenie mają działania edukacyjne, które mogą wykorzystywać wszystkie mechanizmy dotarcia. Działania edukacyjne pozwalają m.in. w pełni wykorzystać potencjał liderów i dokonywanych przez nich zmian.

## **5.5. PODSTAWOWE KANAŁY INFORMACJI**

### **5.5.1. SIEĆ PUNKTÓW INFORMACYJNYCH FUNDUSZY EUROPEJSKICH (PIFE)**

Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich zapewnia potencjalnym beneficjentom i beneficjentom dostęp do kompleksowej informacji o FE w latach 2014-2020. W tym zakresie współpracuje z punktami kontaktowymi przy instytucjach pośredniczących, a także z sieciami funkcjonującymi w ramach programów finansowanych z Europejskiego Funduszu Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego.

Zakres usług sieci obejmuje m.in.:

- diagnozę klienta – zaklasyfikowanie pomysłu na projekt do konkretnej Osi Priorytetowej i Działania/Poddziałania w programie finansowanym z Funduszy Europejskich,
- informowanie o warunkach, kryteriach i procedurach przyznania dotacji,
- przedstawienie „krok po kroku” procesu ubiegania się o dofinansowanie,
- pomoc w znalezieniu odpowiedniego projektu dla osób poszukujących wsparcia,
- konsultacje na etapie przygotowywania wniosków/projektów,
- konsultacje na etapie realizacji projektu,
- wstępną pomoc w rozliczaniu projektów,
- indywidualne konsultacje u klienta,
- organizowanie spotkań informacyjnych oraz szkoleń dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów.

Punkty sieci PIFE znajdują się w Gdańsku (dwa) oraz w czterech innych miejscowościach na terenie województwa pomorskiego (po jednym w Słupsku, Chojnicach, Wejherowie i Malborku). Dodatkowo w celu zwiększenia dostępu do informacji o Funduszach Europejskich organizowane są mobilne punkty informacyjne w miejscowościach, w których nie ma siedziby PIFE<sup>20</sup>.

Konsultanci PIFE uczestniczą we wszystkich spotkaniach dotyczących przygotowania i realizacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020.

Instytucja Zarządzająca oraz Instytucje Pośredniczące RPO WP 2014-2020 wspierają konsultantów w zakresie merytorycznym, przekazując niezbędne informacje.

### **5.5.2. STRONA INTERNETOWA RPO WP 2014-2020**

Na potrzeby Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 stworzony został portal [www.rpo.pomorskie.eu](http://www.rpo.pomorskie.eu). Portal zapewnia m.in. informacje o harmonogramach naborów wniosków, pracach Komitetu Monitorującego RPO WP 2014-2020 oraz ogłoszenia o konkursach i *wykaz operacji*, o którym mowa w art. 115 ust. 2

---

<sup>20</sup> Szczegółowy zakres działalności PIFE znajduje się w dokumentach regulujących współpracę między Ministerstwem Infrastruktury i Rozwoju a Urzędami Marszałkowskimi m.in.: „Zakresie zadań związanych z prowadzeniem sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich” i „Standardach funkcjonowania sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich”.

rozporządzenia ogólnego (w formie arkusza kalkulacyjnego, który umożliwia sortowanie danych, ich przeszukiwanie, wyciąganie, porównywanie i łatwe publikowanie w Internecie).

Instytucje Pośredniczące tworzą zakładki poświęcone Regionalnemu Programowi Operacyjnemu Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 w ramach posiadanych stron internetowych. W Instytucjach Pośredniczących wskazane są osoby odpowiedzialne za aktualizację danych dotyczących naborów wniosków. Dane kontaktowe do wskazanych osób podane są na stronie RPO WP 2014-2020.

Należy również podkreślić, że w Instytucji Zarządzającej Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 oraz Instytucjach Pośredniczących zostały wyznaczone osoby odpowiedzialne za aktualizację Portalu Funduszy Europejskich. Instytucja Zarządzająca RPO WP 2014-2020 wyznaczyła również osobę, która przygotowuje i aktualizuje informacje do Wyszukiwarki Dotacji. Wymienione strony są zatem aktualizowane na bieżąco.

### 5.5.3. 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. Należy dążyć do tego, aby **skuteczność komunikacji z osobami z różnymi niepełnosprawnościami była taka sama, jak w przypadku komunikacji z pozostałymi grupami**. Wypełnienie tych wymogów wiąże się z uwzględnieniem 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 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 funkcjonujące w systemie realizacji programów polityki spójności 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*.

Ze względu na stałe zaangażowanie przedstawicieli środowisk osób z różnymi rodzajami niepełnosprawności w prace Komitetu Monitorującego Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020, Instytucja Zarządzająca RPO WP 2014-2020 będzie współdziałała z tymi środowiskami przez w/w przedstawicieli w zakresie planowania i

realizacji działań komunikacyjnych skierowanych do osób z różnymi rodzajami niepełnośprawnościami.

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

Istotnym punktem odniesienia w planowaniu działań skierowanych do osób z niepełnośprawnościami jest zasada uniwersalnego projektowania, której idea polega na szeroko rozumianej *dostępności zaplanowanej od początku*. Zgodnie z definicją zawartą w *Konwencji o prawach osób niepełnosprawnych Narodów Zjednoczonych* „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. „Uniwersalne projektowanie” nie wyklucza pomocy technicznych<sup>21</sup> dla szczególnych grup osób niepełnosprawnych, jeżeli jest to potrzebne .

W celu ustalenia preferowanych sposobów komunikacji, na etapie planowania działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych, prowadzone będą konsultacje z ich docelowymi odbiorcami - osobami z różnymi niepełnosprawnościami. 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. Wprowadzenie konkretnych rozwiązań powinno, w miarę możliwości, zostać poprzedzone etapem testowania.

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

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

- W przekazie za pośrednictwem mediów:
  - tłumacz języka migowego,
  - napisy na ekranie towarzyszące przekazowi głosowemu,
  - powiększona czcionka oraz możliwość regulacji jej wielkości,
  - wielokanałowa emisja komunikatu,
  - alternatywna forma 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),

---

<sup>21</sup> „Assistive devices” – narzędzi wspomagających.

- 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,
- syntezy 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 rodzajów niepełnosprawności**

Należy zwrócić uwagę na to, aby zastosowane środki były adekwatne do różnych rodzajów niepełnosprawności oraz uwzględniały ich specyficzne potrzeby. Może to oznaczać wykorzystanie więcej niż jednego środka w jednym działaniu informacyjno-promocyjnym, z zachowaniem zasady racjonalnego usprawnienia<sup>22</sup>.

Obok dostosowania samego środka komunikacji należy także uwzględnić ograniczenia osób niepełnosprawnych w samym dotarciu do informacji. Ma to szczególne znaczenie w bezpośredniej komunikacji, która wymaga 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.

---

<sup>22</sup> 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.



## **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 Program biorą udział w pracach grup roboczych powołanych przez Instytucję Koordynującą UP w zakresie informacji i promocji.

Instytucja Zarządzająca RPO WP 2014-2020 powołała platformę wymiany informacji i współpracy na terenie województwa pomorskiego 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.

### **6.2. KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA MIĘDZY INSTYTUCJAMI WDRAŻAJĄCYMI REGIONALNY PROGRAM OPERACYJNY WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO NA LATA 2014-2020**

Instytucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 będzie prowadziła stałą współpracę z Instytucjami Pośredniczącymi, w których wyznaczone zostaną osoby bezpośrednio odpowiedzialne za promocję Programu. Wszelkie działania, prowadzone przez Instytucje Pośredniczące będą realizowane w oparciu o standardy opisane w niniejszej strategii.

Komunikacja pomiędzy instytucjami realizującymi RPO WP 2014-2020 będzie opierała się o regularne, bezpośrednie spotkania. Wykorzystana zostanie również Baza Wiedzy, jako platforma elektronicznej, wewnętrznej komunikacji.

### **6.3. ZASADY PROWADZENIA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH**

Zgodnie ze *Strategią 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,
- 2) Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji,
- 3) Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej,
- 4) Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej,
- 5) Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego,
- 6) Zasada uzupełniania się komunikatów.

Zasady te są uwzględniane w okolicznościach wskazanych w *Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020*.

## **7. Realizacja działań informacyjno-promocyjnych w partnerstwie**

### **7.1. WSPIERANIE POTENCJALNYCH BENEFICJENTÓW I BENEFICJENTÓW W DZIAŁANIACH INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH**

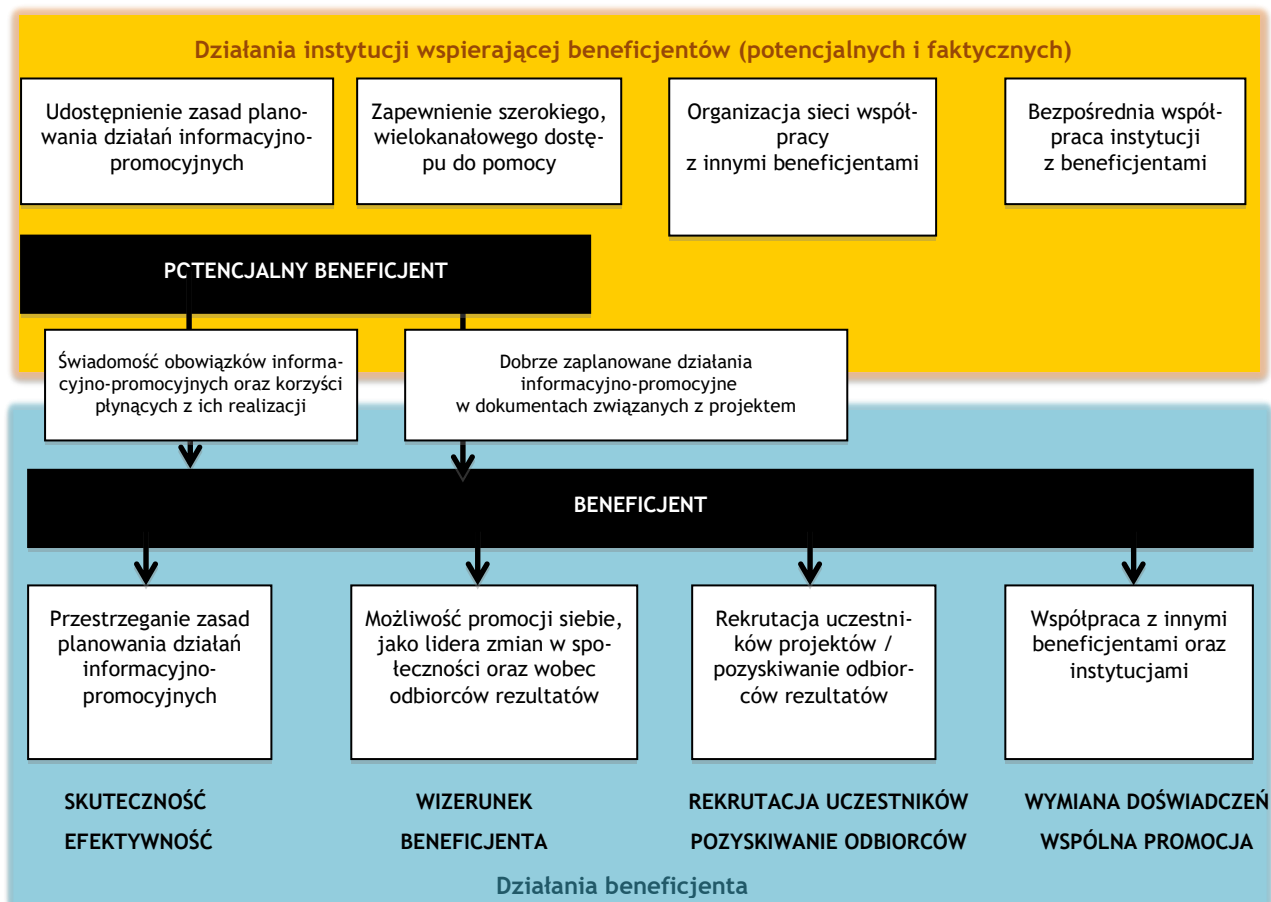
Instytucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 będzie informowała potencjalnych beneficjentów, że jeśli ich projekt uzyska dofinansowanie, będzie na nich spoczywał obowiązek informowania opinii publicznej o celu realizowanego projektu oraz uzyskanym z funduszy wsparciu.

Beneficjenci Funduszy Europejskich są zobligowani do wypełniania obowiązków informacyjnych zgodnie z zapisami rozporządzenia ogólnego. Szczegółowo wymagania związane z informowaniem o projekcie opisuje Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności na lata 2014-2020 w zakresie informacji i promocji. IZ RPO WP będzie wspierała beneficjentów w działaniach informacyjnych i promocyjnych kierując się zasadą, 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. Ze strony beneficjentów jest to działanie dobrowolne, natomiast ze strony Instytucji Zarządzającej wymaga to podjęcia działań aktywizujących beneficjentów i zachęcających ich do współpracy przy promocji.

Wszystkie informacje niezbędne do prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych przez beneficjentów Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 dostępne będą na stronie programu: [www.rpo.pomorskie.eu](http://www.rpo.pomorskie.eu). Znajdą się tam również dane teleadresowe do osób odpowiedzialnych w Instytucji Zarządzającej RPO WP 2014-2020 za informację i promocję.

Należy również dodać, że informacje o obowiązkach w zakresie informacji i promocji będą przedstawiane w trakcie horyzontalnych szkoleń poświęconych RPO WP 2014-2020. Na stronie [www.rpo.pomorskie.eu](http://www.rpo.pomorskie.eu) oraz z wykorzystaniem mediów społecznościowych przedstawiane będą dobre praktyki w zakresie promocji. Odrębnie zaoferowane zostaną beneficjentom szkolenia poświęcone strategii działań komunikacyjnych i poszczególnym narzędziom.

## Wsparcie potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w zakresie działań informacyjno-promocyjnych



### 1) Udostępnienie zasad planowania działań informacyjno-promocyjnych

Głównym materiałem wspierającym działania informacyjno-promocyjne beneficjentów jest pakiet informacji dla każdego beneficjenta, który otrzymał decyzję o współfinansowaniu projektu. Pakiet obejmuje najważniejsze informacje przydatne beneficjentowi w zaplanowaniu i prowadzeniu promocji projektu, w tym Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji. Pakiet zawiera również informacje przydatne dla potencjalnego beneficjenta. Składa się on m.in. z *Wytycznych w zakresie informacji i promocji projektów dofinansowanych w ramach RPO WP 2014-2020*, stanowiących załącznik do Zasad Wdrażania RPO WP 2014-2020 oraz wzorów i szablonów dostępnych na stronie [www.rpo.pomorskie.eu](http://www.rpo.pomorskie.eu). W szczególności obejmuje:

- informacje o wymogach w zakresie informacji i promocji, jakim podlegają beneficjenci w trakcie realizacji projektu i po jego zakończeniu,
- zasady planowania działań informacyjno-promocyjnych istotne z punktu widzenia wymogów realizacji projektów na etapie aplikowania o środki,

- kanały komunikacji oraz informacje, gdzie beneficjenci mogą uzyskać wsparcie w realizacji wymogów informacyjno-promocyjnych,
- informację o korzyściach 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,
  - ewentualnie możliwości wymiany informacji między beneficjentami.

Pakiet jest dostępny w postaci cyfrowej na stronie [www.rpo.pomorskie.eu](http://www.rpo.pomorskie.eu).

## **2) Organizacja sieci współpracy z innymi beneficjentami**

Instytucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 podejmie inicjatywę zorganizowania sieci współpracy pomiędzy beneficjentami. Celem działania jest wymiana wiedzy oraz doświadczeń związanych z realizacją projektów finansowanych ze środków Unii Europejskiej, przy równoczesnym wsparciu ze strony pracowników Instytucji Zarządzającej. Ważnym aspektem sieci jest również promocja kultury dzielenia się wiedzą, szczególnie istotna w odniesieniu do działań o charakterze innowacyjnym. Działania sieci będą wspierane poprzez narzędzia internetowe. Przewidziana będzie możliwość realizacji działań przy współudziale partnerów<sup>23</sup>.

## **3) Bezpośrednia współpraca instytucji z beneficjentami**

Wspieranie beneficjentów obejmuje również bezpośrednią współpracę z nimi w ramach działań informacyjno-promocyjnych, przyjmującą m.in. następujące przykładowe formy:

- zaproszenia do występowania na konferencjach,
- prezentacje projektów podczas targów i innych imprez,
- zapraszanie do udziału w audycjach telewizyjnych i radiowych,
- zapraszanie do wypowiedzi dla prasy,
- udostępnianie linków do stron projektów przedstawiających dobre praktyki.

## **7.2. WSPÓŁPRACA Z PARTNERAMI**

W wybrane działania informacyjno-promocyjne prowadzone przez Instytucję Zarządzającą Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 są angażowani partnerzy<sup>24</sup>: właściwe władze lokalne, regionalne, miejskie i inne władze publiczne, partnerzy społeczno-gospodarczy, 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 ba-

---

<sup>23</sup> Zobacz przypis poniżej.

<sup>24</sup> Partnerzy w rozumieniu art. 5 rozporządzenia ogólnego oraz art. 3 Rozporządzenia delegowanego Komisji (UE) nr 240/2014 w sprawie europejskiego kodeksu postępowania w zakresie partnerstwa w ramach europejskich funduszy strukturalnych i inwestycyjnych.

dawcze, przedstawicielstwo Komisji Europejskiej, centra informacji europejskiej i biuro informacji Parlamentu Europejskiego.

IZ RPO WP 2014-2020, tam gdzie jest to możliwe i celowe, będzie 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 IZ RPO WP 2014-2020 mogą brać udział w spotkaniach poświęconych tematyce Funduszy Europejskich organizowanych przez partnerów, niemających charakteru komercyjnego.

Poniżej przedstawiono wybrane formy współpracy z partnerami:

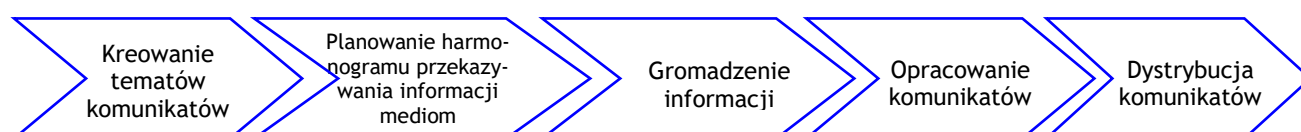
- podstawowa forma współpracy będzie opierała się na bezpośrednich kontaktach z Komitetem Monitorującym Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020, który reprezentuje wszystkie grupy interesariuszy RPO WP 2014-2020,
- znaczna część działań z zakresu media relations będzie opierała się na współpracy z podmiotem/beneficjentem, który na danym terenie/w grupie docelowej może stanowić przykład dobrych praktyk, motywując do działania innych potencjalnych beneficjentów,
- publikacje, których zadaniem będzie udzielanie wsparcia dla beneficjentów, będą przygotowywane we współpracy z instytucjami, których kompetencje dotyczą danej publikacji,
- analogicznie, w przypadku szkoleń IZ RPO WP 2014-2020 korzystać będzie ze wsparcia partnerów.

### 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. 4. Model pracy komórki odpowiedzialnej za działania informacyjno-promocyjne Funduszy Europejskich



Narzędzia współpracy z mediami obejmują m.in.:

- opracowane zgodnie z wytycznymi danego medium, gotowe do wykorzystania informacji,
- konferencje prasowe,
- wywiady,
- cykliczne spotkania z dziennikarzami,
- wizytacje projektów,
- zaproszenia dziennikarzy na uroczystości,
- newslettery,
- mailingi,
- publikacje sponsorowane.

Komórka odpowiedzialna za koordynację działań informacyjno-promocyjnych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 prowadzi stałą współpracę z Biurem Prasowym Urzędu Marszałkowskiego Województwa Pomorskiego. Organizowane są również regularne spotkania ze wszystkimi departamentami zaangażowanymi we wdrażanie funduszy europejskich, które mają na celu koordynację działań z zakresu współpracy z mediami.

Komórka odpowiedzialna za koordynację działań informacyjno-promocyjnych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 gromadzi przykłady dobrych praktyk, opisy projektów, w tym w szczególności zdjęcia i inne materiały graficzne mogące uatrakcyjnić przekaz, przeglądowe dane statystyczne, podsumowania i infografiki dotyczące realizacji Programu, Osi Priorytetowych i Działań.

#### **7.4. KOMUNIKACJA Z LIDERAMI OPINII**

Komunikacja z liderami opinii będzie koncentrować się - przede wszystkim – na obszarach wskazanych w Regionalnych Programach Strategicznych, tj. w sferze gospodarczej, edukacji, aktywności zawodowej i społecznej, wykorzystaniu specyficznych potencjałów poszczególnych obszarów, ochronie zdrowia, a także na systemie transportowym, energii i środowisku.

Działanie będzie opierało się na stałej współpracy ze środowiskami opiniotwórczymi w w/w sferach m.in. poprzez:

- organizowanie ich wypowiedzi dla mediów,
- udział przedstawicieli tych środowisk w konferencjach i imprezach,
- weryfikację materiałów przygotowywanych przez IZ RPO WP 2014-2020.

## **8. Ocena efektów strategii**

### **8.1. OCENA REALIZACJI CELÓW STRATEGII**

Należy zwrócić uwagę, że realizacja celów *Strategii Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020* nie jest zależna wyłącznie od działań komunikacyjnych, lecz stanowić będzie wypadkową wszystkich elementów wdrażania

nia Funduszy Europejskich, a także bezpośrednio i pośrednio związanych z Unią Europejską (tempo rozwoju gospodarczego, przyjęcie euro, podejmowanie tematyki UE w kampaniach wyborczych).

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

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

**Tabela 1. System wskaźników oceniających stopień realizacji celów Strategii Komunikacji**

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Instytucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
<b>Komunikacja Funduszy Europejskich wspomagająca wykorzystanie środków z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego dla realizacji celów rozwojowych Pomorza</b>	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 WP		
Komunikacja Funduszy Europejskich aktywizuje mieszkańców województwa pomorskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020	Liczba odwiedzin portalu informacyjnego/ serwisu internetowego	Do wartości wskaźnika wliczana jest liczba odwiedzin danego portalu/serwisu internetowego poświęconego danemu programowi, lub odwiedzin wszystkich zakładek/podzakładek/stron poświęconych danemu programowi, jeśli portal obejmuje szerszą tematykę, w danym przedziale czasowym.  Odwiedziny są rozumiane jako grupa interakcji zachodzących w witrynie w danym przedziale czasowym. Odwiedziny mogą obejmować wiele odsłon stron, zdarzeń i mogą trwać od sekundy do 24 godzin. Pojedynczy	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	Monitoring RPO WP	Corocznie	IZ RPO WP	0	540 000



Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Instytucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
		użytkownik może zainicjować wiele odwiedzin. Wygasają one po 30 minutach bezczynności użytkownika oraz o północy. Na potrzeby monitoringu odwiedzalności strony danej IP, statystyki powinny odnosić się do wszystkich zakładek/podzakładek/stron dot. danej instytucji, a nie do całości portalu.							
	Znajomość w województwie pomorskim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich	Odsetek mieszkańców województwa pomorskiego należących do najmniej trzech przykładowych grup potencjalnych beneficjentów FE w ramach polityki spójności	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne MIR (mieszkańcy województwa pomorskiego)	Corocznie – próba, mieszkańców województwa pomorskiego – na potrzeby sprawozdań w 2017, 2019 oraz końcowego	IK UP	28%	41%
	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w województwie pomorskim w ramach programu	Obliczając wartość wskaźnika należy zsumować wszystkich uczestników wszystkich form szkoleniowych dla potencjalnych beneficjentów w województwie w ramach programu (tj. szkoleń, warsztatów, seminariów, kursów itp.) Dana osoba powinna zostać policzona tyle razy, w ilu szkole-	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	Monitoring RPO	Corocznie	IZ RPO WP	0	2 400

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Instytucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
		niach wzięła udział.							
	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa pomorskiego dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego	Liczba konsultacji udzielonych w punktach informacyjnych na terenie województwa pomorskiego, z wyłączeniem spotkań informacyjnych i szkoleń. Jako konsultacja rozumiane jest osiągnięcie informacji u pracownika punktu informacyjnego w zakresie: możliwości uzyskania wsparcia z Funduszy Europejskich oraz generalnych zasad funkcjonowania FE.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	Dane MIR	Corocznie	IK UP	0	83 000 <sup>25</sup>
	Liczba działań informacyjno – promocyjnych o szerokim zasięgu na temat możliwości finansowania w województwie pomorskim	Liczba zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania w województwie pomorskim (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	Sztuka	Produktu	Monitoring RPO	Corocznie	IZ RPO WP	0	6

<sup>25</sup> Dane dotyczą 2020 roku.

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Instytucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
		minimum 3 narzędzia komunikacji, przy czym wszystkie te działania są realizowane pod wspólnym komunikatem							
Komunikacja Funduszy Europejskich wspiera w województwie pomorskim beneficjentów RPO WP 2014-2020 w realizacji projektów	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa pomorskiego dot. realizacji projektów	Liczba konsultacji udzielonych w punktach informacyjnych na terenie województwa pomorskiego, 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	Dane MIR	Corocznie		0	935 <sup>26</sup>
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w województwie pomorskim	Obliczając wartość wskaźnika należy zsumować wszystkich uczestników wszystkich form szkoleniowych dla beneficjentów programu w województwie pomorskim (tj. szkoleń, warsztatów, seminariów, kursów itp.) Dana osoba powinna zostać policzona tyle razy, w ilu szkoleniach wzięła udział.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	Monitoring RPO WP	Corocznie	IZ RPO WP	0	700

<sup>26</sup> Dane dotyczą roku 2020.

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Instytucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa pomorskiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego w województwie pomorskim	Liczba zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego w województwie pomorskim (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	Monitoring RPO WP	Corocznie	IZ RPO WP	0	3
	Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w województwie pomorskim	Odsetek mieszkańców województwa pomorskiego, deklarujących znajomość pojęcia "Fundusze Europejskie" lub "Fundusze Unijne"	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne MIR (mieszkańcy województwa pomorskiego)	Corocznie – próba, mieszkańców województwa pomorskiego – na potrzeby sprawozdań w 2017, 2019 oraz końcowego	IK UP	90%	93%
	Znajomość celów, obszarów lub działań, na które	Odsetek mieszkańców województwa pomorskiego znających co najmniej trzy przykładowe	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne MIR (mieszkańcy	Corocznie – próba, mieszkańców woje-	IK UP	41%	50%

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Instytucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
	przeznaczone są FE w województwie pomorskim	cele, obszary lub działania, na które przeznaczone są FE w województwie pomorskim w ramach polityki spójności			województwa pomorskiego)	wództwa pomorskiego – na potrzeby sprawozdań w 2017, 2019 oraz końcowego			
	Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa pomorskiego	Odsetek mieszkańców województwa pomorskiego, deklarujących dostrzeganie w swym najbliższym otoczeniu obszarów lub projektów wspieranych z FE w ramach polityki spójności	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne MIR (mieszkańcy województwa pomorskiego)	Corocznie – próba, mieszkańców województwa pomorskiego – na potrzeby sprawozdań w 2017, 2019 oraz końcowego	IK UP	65%	75%
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie pomorskim	Odsetek mieszkańców województwa pomorskiego dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa pomorskiego	Odsetek mieszkańców województwa pomorskiego dostrzegających wpływ Funduszy Europejskich na rozwój województwa pomorskiego	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne MIR (mieszkańcy województwa pomorskiego)	Corocznie – próba, mieszkańców województwa pomorskiego – na potrzeby sprawozdań w 2017, 2019 oraz końcowego		78%	88%

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Instytucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
	Odsetek mieszkańców województwa pomorskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich	Odsetek mieszkańców województwa pomorskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich lub ze zmian, jakie zachodzą dzięki Funduszom	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne MIR (mieszkańcy województwa pomorskiego)	Corocznie – próba, mieszkańców województwa pomorskiego – na potrzeby sprawozdań w 2017, 2019 oraz końcowego	IK UP	52%	60%

Dane dla wskaźników rezultatu strategicznego - w zakresie wskazanym przez *Strategię komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020* – 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.

## **8.2. OCENA BIEŻĄCA DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH**

W celu zachowania trafności (adekwatności), jakości, użyteczności, skuteczności i efektywności realizowanych działań Instytucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 dokonuje ich bieżącej analizy i oceny. Pozwala to w odpowiednim czasie na ich skorygowanie i ewentualną modyfikację oraz zminimalizowanie ryzyka powtarzania błędów i powtórnej realizacji nietrafionych działań.

Poniżej przedstawione zostały kryteria oceny jakości, użyteczności i efektywności, stosowane przez Instytucję Zarządzającą Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020:

Szkolenia i działania edukacyjne

- ocena jakości szkoleń, mierzonej poprzez ankietę po zakończeniu szkolenia wśród uczestników,

Publikacje drukowane, elektroniczne i treści na stronach internetowych

- wskaźnik FOG przystępności tekstu, publikowanego na stronach internetowych, w publikacjach, broszurach, wytycznych i instrukcjach dla beneficjentów,
- poziom dostępności stron www oraz materiałów informacyjnych i promocyjnych,

Wsparcie procesu aplikowania i realizacji projektu

- udział poprawnie złożonych wniosków o dofinansowanie do łącznej liczby wszystkich wniosków o dofinansowanie,
- relacja między zakładanym a osiągniętym poziomem kontraktacji w programie,

Strony internetowe i media społecznościowe

- okresowe badania użytecznościowe portalu/serwisu internetowego,
- liczba unikalnych użytkowników danego portalu/serwisu internetowego, z uwzględnieniem danych o odwiedzalności tej strony,
- wskaźnik odrzuceń (*bounce rate*) na stronie internetowej, mierzący liczbę użytkowników, którzy po wejściu na stronę nie podjęli żadnej akcji,
- wskaźniki konwersji – np. ilu użytkowników podjęło działanie pozwalające na ich rejestrację (zapisanie się na newsletter, wysłanie maila, zapisanie się na szkolenie),
- liczba komentarzy i podzielenie się treścią (*share*) w mediach społecznościowych,

Działania w mediach i kampanie informacyjno-promocyjne

- zasięg audycji telewizyjnych, radiowych i publikacji prasowych,
- wskaźnik dopasowania (affinity index) audycji telewizyjnych, radiowych i publikacji prasowych,
- koszt dotarcia kampanii informacyjno-promocyjnej do grupy docelowej,

Ocena jakościowa realizowanych działań w ramach programu przekazywana jest corocznie przez IZ do IK UP w ramach sprawozdania.

### 8.3. MONITORING DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH

Institucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 prowadzi monitoring działań informacyjnych i promocyjnych. Dane z monitoringu przekazywane są przez Instytucję Zarządzającą RPO WP 2014-2020 do IK UP.

### 8.4. SPRAWOZDAWCZOŚĆ

Institucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020 opracowuje sprawozdania z przeprowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych na zasadach i wzorach określonych w *Wytycznych w zakresie sprawozdawczości na lata 2014-2020*.

Na podstawie opracowanego sprawozdania IZ corocznie informuje Komitet Monitorujący o:

- postępach we wdrażaniu Strategii Komunikacji,
- analizie efektów działań informacyjnych i promocyjnych.

Ocena realizacji Strategii Komunikacji zawarta będzie w sprawozdaniach rocznych z realizacji RPO WP 2014-2020 przekazywanych do Komisji Europejskiej w 2017 r. i 2019 r. oraz w sprawozdaniu końcowym z realizacji Programu.

## 9. Ramowy harmonogram

Harmonogram przedstawiony poniżej ma charakter orientacyjny. Działania IZ RPO WP 2014-2020 dla poszczególnych lat będą szczegółowo planowane w Rocznych planach działań informacyjnych i promocyjnych.

**Tabela 2. Ramowy harmonogram**

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Komunikacja wewnętrzna										
Koordinacja działań komunikacyjnych										
Informowanie opinii publicznej o uruchomieniu UP i programów 2014-2020										



Informowanie opinii publicznej o uruchomieniu programów 2021-2027										
Aktywizacja społeczeństwa w ubieganiu się o wsparcie z FE										
Wsparcie beneficjentów w realizacji projektów										
Informacja na temat projektów współfinansowanych z FE										
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. *Informacje o planowanych działaniach informacyjnych i promocyjnych, które mają być przeprowadzone w kolejnym roku* stanowią załączniki do Strategii Komunikacji (co roku Strategia będzie uzupełniana o nowy załącznik - aktualizację na kolejny rok).

## 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 RPO WP 2014-2020 logotyp zawiera nazwę Program Regionalny.



Wizualizację RPO WP 2014-2020 uzupełnia herb województwa z nazwą Urząd Marszałkowski.



**URZĄD MARSZAŁKOWSKI**  
**WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO**

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 RPO WP 2014-2020 wynosi 1 534 280 EUR, w tym 1 304 138 EUR wsparcia z Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego oraz 230 142 EUR wkładu własnego z budżetu województwa. Kwoty przeznaczone na ten cel w podziale na poszczególne działania podawane będą w rocznych planach działań.

## **13. Wykaz skrótów, spis rysunków i tabel**

**EFRR** – Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego

**EFS** – Europejski Fundusz Społeczny

**FE** – Fundusze Europejskie

**IK** – instytucja koordynująca

**IP** – instytucja pośrednicząca

**IZ RPO WP 2014-2020** – Instytucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020

**KE** – Komisja Europejska

**PIFE** – Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich albo Punkt Informacyjny Funduszy Europejskich

**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

**RPO WP 2014-2020** – Regionalny Program Operacyjny Województwa Pomorskiego na lata 2014-2020

**UMWP** – Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego

**UP** - Umowa Partnerstwa

## **Spis rysunków**

Rys. 1. Główny komunikat perspektywy 2014-2020 .....	10
Rys. 2. Segmenty grup docelowych .....	13
Rys. 3. Mechanizm komunikacji z docelowym odbiorcą .....	15
Rys. 4. Model pracy komórki odpowiedzialnej za działania informacyjno-promocyjne Funduszy Europejskich .....	29

## **Spis tabel**

Tabela 1. System wskaźników oceniających stopień realizacji celów Strategii Komunikacji ..	32
Tabela 2. Ramowy harmonogram .....	40