

Twój pomysł, europejskie pieniądze

PLAN KOMUNIKACJI
REGIONALNEGO PROGRAMU OPERACYJNEGO
WOJEWÓDZTWA LUBELSKIEGO NA LATA 2007-2013

(ZATWIERDZAM)

*Aneta Pieczykolan
Dyrektor Departamentu
Regionalnego Programu Operacyjnego*

Lublin, sierpień 2012 r.



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
LUBELSKIE

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



SPIS TREŚCI

WPROWADZENIE	3
I. UWARUNKOWANIA PRAWNE	4
II. CELE OGÓLNE DZIAŁAŃ INFORMACYJNO – PROMOCYJNYCH	4
III. CELE SZCZEGÓŁOWE DZIAŁAŃ INFORMACYJNO – PROMOCYJNYCH	5
IV. PODSTAWOWE KOMUNIKATY (KEY MESSAGES)	6
V. GRUPY DOCELOWE	9
VI. OGÓLNY OPIS PLANOWANYCH DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH	11
VII. OPIS DZIAŁAŃ INSTYTUCJI ZAANGAŻOWANYCH W PROCES INFORMOWANIA I PROMOCJI RPO WL	17
VIII. RAMOWY HARMONOGRAM DZIAŁAŃ	20
IX. INDYKATYWNY BUDŻET W PODZIALE NA POSZCZEGÓLNE LATA	21
X. DZIAŁANIA EDUKACYJNE	21
XI. NARZĘDZIA KOMUNIKACJI WEWNĘTRZNEJ	22
XII. FORMY WSPÓŁPRACY Z INNYMI PROGRAMAMI WSPÓŁFINANSOWANYMI Z FUNDUSZY EUROPEJSKICH	22
XIII. FORMY UTRZYMYWANIA KONTAKTÓW Z GRUPAMI DOCELOWYMI	22
XIV. POMIAR EFEKTYWNOŚCI KAMPANII	27
XV. WSKAŹNIKI OCENY PODEJMOWANYCH DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH	29

WPROWADZENIE

Komunikacja Funduszy Europejskich wybiega znacznie poza klasyczne działania marketingowe, realizowane przy użyciu odpowiednich narzędzi komunikacji i kanałów dystrybucji informacji. Wynika to z faktu, że adresat działań marketingowych ma okazję weryfikować wiarygodność informacji, które do niego docierają w konfrontacji z dotychczasowymi doświadczeniami własnymi (osobisty kontakt) lub zastyszczanymi (relacje innych), które powstają w wyniku jego kontaktu z przedstawicielami instytucji i organizacji zarządzających lub obsługujących Fundusze.

Plan Komunikacji jest dokumentem, który określa cele, metody, budżet i harmonogram realizacji strategii informacyjnej instytucji zaangażowanych we wdrażanie Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013.

Prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych jest obowiązkiem każdego państwa członkowskiego. „Państwo członkowskie i instytucja zarządzająca programem operacyjnym dostarczają informacji na temat operacji i współfinansowanych programów oraz zapewniają ich promocję. Informacje takie kieruje do obywateli Unii Europejskiej i Beneficjentów w celu podkreślenia roli Wspólnoty i zapewnienia przejrzystości pomocy funduszy” (art. 69 Rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006 z 11 lipca 2006 r. ustanawiające przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylające rozporządzenie (WE) nr 1260/1999).

Wymogi w zakresie informacji i promocji stawiają dokumenty krajowe: Strategia komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013, Wytoczne Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji z dnia 10 czerwca 2010 r., oraz Regionalny Program Operacyjny Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013.

Realizacja Planu odbywa się poprzez działania skierowane do poszczególnych grup docelowych, w oparciu o strategię informacyjną i wizerunkową, jej instrumenty oraz harmonogram, określony w Rocznych Planach Działań informacyjnych i promocyjnych.

I. UWARUNKOWANIA PRAWNE

Plan Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013 (zwany dalej RPO WL) opracowany został zgodnie z zapisami:

- ❖ Rozporządzenia Rady (WE) nr 1083/2006 z dnia 11 lipca 2006 r. ustanawiające przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylające rozporządzenie (WE) nr 1260/1999,
- ❖ Rozporządzenia (WE) nr 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 r. ustanawiające szczegółowe zasady wykonania rozporządzenia Rady (WE) nr 1083/2006,
- ❖ Rozporządzenia Komisji (WE) nr 846/2009 z 1 września 2009 r. zmieniające rozporządzenie (WE) nr 1828/2006,
- ❖ Ustawy z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (Dz. U. z 2009 r, Nr 84, poz. 712 z późn. zm.),
- ❖ Strategii komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013, przygotowanej przez Instytucję Koordynującą Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia,
- ❖ Wytycznych Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji z dnia 10 czerwca 2010 r.,
- ❖ Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013 i Szczegółowym Opisem Osi Priorytetowych RPO WL.

II. CELE OGÓLNE DZIAŁAŃ INFORMACYJNO – PROMOCYJNYCH

Celem Planu Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013 jest wspieranie realizacji celów określonych w Regionalnym Programie Operacyjnym, przez zachęcanie beneficjentów, potencjalnych beneficjentów i uczestników projektów do korzystania z Funduszy Europejskich dzięki dostarczaniu im informacji niezbędnych w procesie ubiegania się o środki unijne oraz upowszechnianie efektów wykorzystywania Funduszy Europejskich w Polsce.

Celem ogólnym Planu Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013 (RPO WL) jest promowanie Programu Regionalnego, a tym samym Narodowej Strategii Spójności (NSS) zwłaszcza wśród mediów i ogółu społeczeństwa oraz rozpowszechnianie informacji o możliwościach wsparcia przewidzianych w Programie, wśród potencjalnych Beneficjentów RPO WL, którzy będą mogli ubiegać się o przyznanie dotacji w ramach Funduszy Europejskich. Planowane działania mają wzbudzić zainteresowanie oraz zachęcić potencjalnych Beneficjentów do aplikowania o środki, zwiększając liczbę zrealizowanych inwestycji, a przez to wzmocnić konkurencyjność i atrakcyjność regionu. Celem działań jest ponadto zdobycie akceptacji i przychylności mieszkańców województwa lubelskiego dla istnienia samych funduszy oraz skutków ich działania w regionie.

Cel ogólny działań informacyjno – promocyjnych realizowany jest poprzez wszystkie instytucje zaangażowane w realizację Planu Komunikacji: Departament Regionalnego Programu Operacyjnego, który wykonuje zadania Zarządu Województwa Lubelskiego wynikające z funkcji Instytucji Zarządzającej Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013 oraz Instytucję Pośredniczącą II stopnia – Lubelską Agencję Wspierania Przedsiębiorczości w Lublinie, powołaną do realizacji zadań związanych z obsługą projektów w ramach Osi Priorytetowej I: Przedsiębiorczość i innowacje oraz Osi Priorytetowej II: Infrastruktura ekonomiczna.

III. CELE SZCZEGÓŁOWE DZIAŁAŃ INFORMACYJNO – PROMOCYJNYCH

Cel ogólny działań informacyjno – promocyjnych jest realizowany poprzez następujące cele szczegółowe:

- informowanie i wsparcie beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków z RPO WL oraz w procesie realizacji projektów przez profesjonalną informację i pomoc w rozliczaniu projektów,
- budowanie pozytywnego wizerunku RPO WL wśród mieszkańców województwa lubelskiego poprzez informowanie ich o możliwościach dofinansowania, oraz o już zrealizowanych w ramach programu projektach i bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji,
- zwiększenie poziomu świadomości społecznej w zakresie programu Narodowej Strategii Spójności, a w szczególności roli Regionalnego Programu Operacyjnego

Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013 oraz dostępnych w jego ramach środkach na rozwój regionu,

- zwiększenie poziomu świadomości i wiedzy mieszkańców na temat korzyści z członkostwa w Unii Europejskiej dla regionu i w rezultacie całego kraju, uzyskiwanych dzięki napływowi Funduszy Europejskich,
- wzmocnienie pozytywnego wizerunku województwa jako regionu efektywnie wykorzystującego szanse stwarzane przez członkostwo Polski w Unii Europejskiej,
- wzrost rozpoznawalności i świadomości istnienia Funduszy Europejskich poprzez promowanie skutków dotychczasowego wdrażania funduszy na Lubelszczyźnie,
- stworzenie spójnego systemu identyfikacji wizualnej RPO WL, a tym samym NSS, dla wszystkich instytucji odpowiedzialnych za wdrażanie Programu.

Cele planowanych działań informacyjno – promocyjnych RPO WL zostaną zrealizowane poprzez prowadzone kampanie:

- promocyjno – wizerunkową, skierowaną do mediów, ogółu społeczeństwa oraz dotychczasowych i potencjalnych Beneficjentów RPO WL,
- informacyjną, adresowaną do konkretnych grup potencjalnych Beneficjentów RPO WL, uprawnionych do korzystania ze środków Unii Europejskiej.

Obowiązek przeprowadzenia kampanii informacyjnej poświęconej uruchomieniu Programu oraz kampanii promującej efekty realizacji Programu (minimum raz do roku) wynika z Rozporządzenia 1828/2006.

IV. PODSTAWOWE KOMUNIKATY (KEY MESSAGES)

Kampania promująca RPO WL składa się z dwóch typów działań komunikacyjnych przebiegających równolegle: informowania ogółu społeczeństwa, potencjalnych Beneficjentów RPO WL i uczestników projektów oraz promowania Funduszy Europejskich jako marki wśród mieszkańców Lubelszczyzny, ze szczególnym uwzględnieniem promocji dotychczasowych efektów zrealizowanych inwestycji.

Promowanie RPO WL, a tym samym Funduszy Europejskich wśród wszystkich grup docelowych Programu z terenu Województwa będzie realizowane poprzez:

- a) przekazywanie szczegółowych informacji o RPO WL w sposób prosty i zrozumiały dla wszystkich grup odbiorców komunikatu; skoncentrowanie się na podkreśleniu znaczenia Funduszy Europejskich oraz wskazanie dotychczas zrealizowanych inwestycji na Lubelszczyźnie (zamiast abstrakcyjnych liczb, konkrety np. „4,5 mld

EURO trudno sobie wyobrazić. Ale jest to kwota dzięki, której można wybudować 3 szkoły oraz 15 kilometrów obwodnicy Lublina”),

- b) stałe podkreślanie możliwości otrzymywania bardzo dużej kwoty Funduszy Europejskich na realizację projektów, dzięki czemu Lubelszczyzna zmniejszy dzielącą ją dystans do pozostałych regionów kraju,
- c) eksponowanie hasła „Twój pomysł, europejskie pieniądze”,
- d) stosowanie jednolitego systemu wizualizacji działań informacyjno-promocyjnych RPO WL dla IZ RPO oraz IP II.
- e) eksponowanie flagi UE na okres tygodnia od 9 maja każdego roku przed siedzibą Instytucji Zarządzającej RPO WL.

Wykreowanie wizerunku województwa lubelskiego jako regionu potrafiącego w efektywny sposób wykorzystać Fundusze Europejskie. W kolejnych fazach promocji RPO WL będzie podkreślana sprawność i uczciwość urzędników poprzez informowanie o dużej liczbie przyjętych wniosków i zrealizowanych inwestycjach ze środków Unii Europejskiej. Dla podkreślenia znaczenia Funduszy Europejskich pokazane będą mocne strony ich wdrażania, w tym dokonane porównania Lubelszczyzny z wynikami innych województw (dane dotyczące zrealizowanych inwestycji przy wsparciu ze strony środków unijnych). Rozwój inwestycyjny Lubelszczyzny ukazywany będzie za pomocą metody „kątownia” np.: przydatności zrealizowanych projektów infrastruktury drogowej dla:

- staruszki, która bezpiecznie może przejść przez ulicę;
- kierowcy, który nie czeka w kilometrowych korkach;
- burmistrza, który nie wstydzi się dziurawych jezdni;
- pracownika firmy budowlanej, która dała mu pracę przy budowie obwodnicy, itp.

Rozwój inwestycyjny Lubelszczyzny podkreślany będzie również poprzez podawanie do publicznej wiadomości wykazu Beneficjentów, tytułów projektów i przyznanych im kwot dofinansowania.

Instytucja Zarządzająca RPO WL kładzie ogromny nacisk na dostosowanie treści komunikatów do prowadzonych działań promocyjnych:

- informacyjne – w ramach Kampanii Informacyjnej (KI) – tj. treści pozbawione emocji, czyli czysto fachowe i informacyjne – narzędzia: biuletyn, ulotki, dokumenty programowe,

- wizerunkowe – reklama na materiałach promocyjnych RPO WL spójna z Systemem Identyfikacji Wizualnej, promująca styl, elegancję i profesjonalizm,
- perswazyjne – wszelkie reklamy telewizyjne, kinowe, radiowe, prasowe, na billboardach, na autobusach, itp. – gdzie operujemy hasłem „Twój pomysł, europejskie pieniądze”.

Podstawowe komunikaty:

1. Zestaw najczęściej wykorzystywanych argumentów za poparciem idei RPO WL:

- dotacje unijne aż do 85% - najwyższe jakie można było kiedykolwiek otrzymać;
- dotacja jest bezzwrotna;
- Twój rozwój – to rozwój całej Lubelszczyzny;
- rozwój całej Lubelszczyzny – to także rozwój dla Twojej osoby – przecież Ty też korzystasz ze zrealizowanych inwestycji;
- procedura jest łatwiejsza niż w ubiegłych latach;
- dzięki dotacjom w końcu możemy nadgonić stracony czas i stracone szanse z ostatnich dziesięcioleci;
- mądry Europejczyk potrafi korzystać z funduszy – po to one zostały zaprojektowane;
- dzięki funduszom – będziemy lepiej zintegrowani z całą Unią;
- dzięki funduszom poprawi się nasze życie;
- dzięki funduszom poprawi się nasze bezpieczeństwo;
- realizacja projektów to także bezpośrednie korzyści dla mieszkańców;
- efekty realizacji projektów widoczne są w Twoim otoczeniu;
- każdy mieszkaniec województwa pośrednio korzysta z dofinansowania poprzez wykorzystywanie w życiu codziennym efektów realizacji projektów (np. dróg, nowych szkół, obiektów sportowych, sprzętu szpitalnego).

2. Zestaw najczęściej wykorzystywanych kontrargumentów w ramach poparcia idei RPO WL:

- gdzie indziej znajdziemy 85% dotację bezzwrotną?
- gdzie dają pieniądze bez odsetek?
- jak inaczej będziemy chcieli dogonić Anglię, Francję, Niemcy?
- jeśli my tych pieniędzy nie wykorzystamy to Lubelszczyzna straci je bezpowrotnie
- tak – procedury aplikacyjne są trudne, ale to dlatego, że pracownicy funduszy chcą wybrać naprawdę najlepsze i najbardziej konkurencyjne i innowacyjne projekty.

Pełny komunikat emitowany podczas rozmowy w radio, wywiadu w telewizji, czy w postaci wręczonej ulotki powinien zawierać poniższe elementy składowe – treści:

- jednoznaczne oznaczenia organizatorów (czytelne logo lub nazwę Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego, Unii Europejskiej, Programu Regionalnego – Narodowej Strategii Spójności)
- odniesienie do strony internetowej i infolinii
- wskazanie głównych grup docelowych z przykładowymi, możliwymi do realizacji inwestycjami
- podkreślenie, że aplikowanie jest łatwe i proste
- wskazanie przykładowego zakończonego projektu

Zasób słów – kluczy użytych w procesie komunikowania się z Beneficjentami jest dość bogaty. Oto przykłady niektórych sformułowań: szansa, rozwój, okazja, pieniądze (duże, ogromne, zdobądź je), inwestycje, wyrównać dysproporcje, przyjazny urząd, doradzać, bezzwrotna dotacja, bez odsetek, bez zbędnych formalności.

V. GRUPY DOCELOWE

W procesie komunikacji marketingowej wyróżnić należy trzy podstawowe poziomy:

- beneficjentów (projektodawców),
- potencjalnych beneficjentów RPO WL (potencjalnych projektodawców),
- ogół społeczeństwa,

Z szerokiej grupy ogółu społeczeństwa wyodrębnione zostaną cztery podgrupy:

- młodzież,
- odbiorcy rezultatów,
- potencjalni uczestnicy projektów realizowanych przez beneficjentów,
- uczestnicy projektów realizowanych przez beneficjentów.

- Beneficjenci (projektodawcy)

Beneficjenci (projektodawcy) – ta grupa dzieli się na dwie części – **potencjalnych beneficjentów** (potencjalnych projektodawców) oraz **beneficjentów** (projektodawców), którzy już realizują projekty dofinansowane ze środków RPO WL:

Komunikat najbardziej rozbudowany i specjalistyczny, a jednocześnie istotnie aktywizujący, motywujący, pobudzający do działania.

- Potencjalni beneficjenci RPO WL

Potencjalni beneficjenci (potencjalni projektodawcy) – to do nich kierowany jest gros działań komunikacyjnych prowadzonych przez IZ RPO. Informacja kierowana do tych grup powinna mieć przede wszystkim charakter motywujący do składania wniosków. Opinia tej grupy na temat RPO WL będzie się kształtowała m.in. na podstawie kontaktów z punktami informacyjnymi oraz z LAWP, stanowiąc próbierz skuteczności i przyjazności całego systemu informacji o RPO WL.

- b) Jednostki samorządu terytorialnego, w tym jednostki organizacyjne jst,
- c) Związki i stowarzyszenia jst,
- d) Organizacje pozarządowe,
- e) Przedsiębiorcy (mikro, mali, średni),
- f) Jednostki turystyki, w tym uzdrowiska, hotele, instytucje sportu, turystyki i rekreacji,
- g) Placówki naukowo-badawcze, w tym szkoły wyższe, instytuty naukowo-badawcze, parki naukowo-technologiczne, centra doskonałości,
- h) Placówki edukacyjne; szkoły i inne placówki,
- i) Kościoły i związki wyznaniowe,
- j) Podmioty tj. parki narodowe i krajobrazowe, państwowe gospodarstwo leśne, lasy państwowe itp.,
- k) Spółdzielnie i wspólnoty mieszkaniowe, TBS-y,
- l) Zakłady opieki zdrowotnej, domy i zakłady opieki społecznej
- m) Jednostki otoczenia biznesu (organizacje zrzeszające przedsiębiorców, agencje rozwoju regionalnego, izby gospodarcze, przemysłowo – handlowe, jednostki sektora bankowego, fundusze poręczeń kredytowych i pożyczkowych),
- n) Inne.

- Ogół społeczeństwa

Ogół społeczeństwa – w nim kumulują się efekty komunikacyjne działań i zachowań wszystkich grup interesariuszy Funduszy Europejskich. Wizerunek RPO WL w oczach społeczeństwa, wspierany przez media, decyduje o pozytywnym lub nieprzychylnym klimacie społecznym wokół środków unijnych, polityki rozwojowej kraju, czy wreszcie samej Unii Europejskiej.

Ponadto działania komunikacyjne adresowane będą również do:

- mediów,
- partnerów społecznych i gospodarczych,
- instytucji zaangażowanych we wdrażanie RPO WL,
- decydentów i liderów,
- środowisk opiniotwórczych (artyści, kościoły i związki wyznaniowe, sportowcy, branża reklamowa itp.).

VI. OGÓLNY OPIS PLANOWANYCH DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH

Na potrzeby realizacji działań informacyjno – promocyjnych IZ i IP II będą wykorzystywać następujące narzędzia komunikacji marketingowej:

▪ Punkty Informacyjne

W obrębie województwa lubelskiego działa 5 punktów informacyjno-konsultacyjnych RPO WL: Główny Punkt Informacyjny i Naboru Wniosków RPO WL na lata 2007-2013 w Departamencie Regionalnego Programu Operacyjnego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego w Lublinie; pozostałe w filiach Urzędu w Chełmie, Zamościu i Białej Podlaskiej, a także specjalny punkt informacyjny dla Beneficjentów Osi I i II w IP II – Lubelskiej Agencji Wspierania Przedsiębiorczości w Lublinie. Głównym zadaniem wymienionych punktów informacyjnych jest przekazywanie informacji na temat: procedur związanych z przygotowaniem, wyborem, oceną, realizacją i kontrolą projektów oraz obowiązków Beneficjentów w zakresie działań informacyjno-promocyjnych RPO WL. Zadaniem wszystkich punktów informacyjnych jest udzielanie informacji ogólnych również o pozostałych programach operacyjnych. Ponadto w województwie funkcjonuje 5 punktów informacyjno-konsultacyjnych poświęconych Funduszom Europejskim: Główny Punkt

Informacyjny o Funduszach Europejskich (Lublin) oraz Lokalne Punkty Informacyjne o Funduszach Europejskich (Biała Podlaska, Chełm, Puławy, Zamość).

Instrument ten skierowany jest do: ogółu społeczeństwa, wszystkich grup Beneficjentów, podmiotów bezpośrednio lub pośrednio zaangażowanych w realizację RPO WL.

▪ **Kampania promocyjna o szerokim zasięgu**

Działania o charakterze promocyjnym i wizerunkowym, mają na celu budowanie wizerunku RPO WL, a także wzrost rozpoznawalności Funduszy Europejskich. Wśród głównych mediów kampanii należy wymienić: Internet, prasę, radio oraz portale internetowe lokalnych mediów. Zgodnie z zapisami Rozporządzenia 1828/2006 przynajmniej raz w roku planuje się przeprowadzenie dużej kampanii poświęconej efektom RPO WL i dużym projektom.

Instytucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym przeprowadziła kampanię inauguracyjną Nowy Okres Programowania wraz z konferencją dla dziennikarzy (poświęconą uruchomieniu programu operacyjnego na lata 2007-2013) oraz programem publicystycznym w telewizji lokalnej. Przeprowadzono również kampanię informacyjną z wykorzystaniem tradycyjnych nośników reklamy – lokalnej prasy, radia, telewizji. Był to pierwszy z etapów rozpoczynających proces realizacji 7-letniej kampanijności, skutkujący wzmocnieniem wcześniej wypracowanego poziomu wizerunku RPO WL 2007-2013 dla kolejnych kampanii.

Kampania promocyjna o szerokim zasięgu rozumiana jest jako spójnie komunikacyjnie (m.in. pod względem komunikatu i wizualizacji layoutu) przedsięwzięcie skierowane do minimum 3 grup docelowych, realizowane przy użyciu minimum 3 narzędzi/działań komunikacji wybranych spośród określonych w Strategii komunikacji Funduszy Europejskich lub Planie Komunikacji RPO WL.

Opisane działania promocyjne mają na celu zachęcenie mieszkańców regionu do poszerzania swojej wiedzy o Funduszach Europejskich oraz promowanie dotychczas zrealizowanych inwestycji.

Instrument ten skierowany jest do: ogółu społeczeństwa, wszystkich grup Beneficjentów, podmiotów bezpośrednio lub pośrednio zaangażowanych w realizację RPO WL.

▪ **Materiały elektroniczne**

Dokumenty programowe, a także specjalnie przygotowane materiały promocyjne o RPO WL zostaną wydane na nośnikach elektronicznych (np. pamięci USB oraz płytach CD). Dodatkowo materiały w wersji elektronicznej są dostępne dla użytkowników newslettera strony internetowej www.rpo.lubelskie.pl oraz www.lawp.lubelskie.pl.

Instrument ten skierowany jest do: ogółu społeczeństwa, wszystkich grup Beneficjentów, podmiotów bezpośrednio lub pośrednio zaangażowanych w realizację RPO WL.

▪ **Strona internetowa**

Publikowanie wszelkich istotnych informacji dotyczących wdrażania RPO WL, w tym między innymi prowadzonych naborów, szkoleń, dokumentów programowych. IZ i IP II, przy koordynacji IZ, prowadzi oddzielnie swoje strony internetowe (www.lawp.lubelskie.pl; www.rpo.lubelskie.pl).

Zgodnie z założeniami Wytycznych MRR w zakresie informacji i promocji, strona internetowa zawiera elementy wynikające ze spójnego systemu identyfikacji wizualnej NSRO, linki do strony głównej IZ oraz adres stron IP II. Na stronie głównej obu instytucji wyraźnie zaznaczona jest w widocznym miejscu ścieżka dostępu lub odesłanie do informacji o RPO WL. Strony zawierają ponadto linki do portalu: www.feu.lubelskie.pl, www.mrr.gov.pl, www.funduszeuropejskie.gov.pl oraz portalu Komisji Europejskiej. Na stronach publikowane są m. in.:

- dokumenty programowe i akty prawne,
- informacje o programie z uwzględnieniem listy typów Beneficjentów, rodzajów projektów oraz kategorii działań, w ramach których Beneficjenci mogą ubiegać się o dofinansowanie,
- informacje o planowanych konkursach, aktualne informacje o terminach naborów wniosków,
- informacje o działaniach w zakresie ewaluacji,
- dane teleadresowe instytucji prowadzących nabory lub przekierowanie do tych informacji znajdujących się na stronach IP II, dane teleadresowe punktów udzielających informacji i porad,
- sprawozdania okresowe, roczne i końcowe z realizacji RPO WL,
- bieżący wykaz beneficjentów, tytułów operacji i przyznanych im kwot finansowania (obowiązek ten wynika z Rozporządzenia 1828/2006),

- bieżące dane dotyczące wysokości dostępnych środków i stanu realizacji RPO WL,
- uproszczone opisy aplikowania o środki w ramach schematów konkursowych,
- wymagania dotyczące informacji i promocji projektów przez Beneficjentów,
- odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania (FAQ),
- listy beneficjentów publikowane są na stronie internetowej portalu RPO WL, pod adresem www.rpo.lubelskie.pl,
- listy beneficjentów LAWP (IP2) są publikowane na stronie internetowej niniejszej instytucji oraz na stronie internetowej RPO WL (www.rpo.lubelskie.pl),
- informacje o planowanych i organizowanych konferencjach, działaniach edukacyjnych dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów,
- inne informacje określone w „Wytycznych w zakresie informacji i promocji.”,
- Materiały promocyjne otrzymane od beneficjentów RPO WL (opisy, zdjęcia, filmy itp.).

Instrument ten skierowany jest do: ogółu społeczeństwa, mediów oraz wszystkich grup Beneficjentów, podmiotów bezpośrednio lub pośrednio zaangażowanych w realizację RPO WL.

▪ **Happeningi i eventy**

Instytucja Zarządzająca RPO WL planuje organizację happeningów i eventów, których celem będzie zachęcenie mieszkańców województwa lubelskiego do poszerzania swojej wiedzy o RPO WL, a tym samym o Funduszach Europejskich oraz promowanie dotychczas zrealizowanych inwestycji przy udziale funduszy z RPO WL.

Instrument ten skierowany jest do: ogółu społeczeństwa, wszystkich mieszkańców regionu.

▪ **Infolinia i kontakt z pracownikami instytucji**

Ze względu na dużą liczbę telefonów od zainteresowanych Beneficjentów zdecydowano się na stworzenie bezpłatnej linii telefonicznej. Numer infolinii został podłączony do numeru stacjonarnego Punktu Informacyjnego, mieszczącego się w budynku Departamentu Regionalnego Programu Operacyjnego, przy ul. Stefczyka 3b w Lublinie. Stworzona infolinia ma na celu zapewnić powszechny i łatwy dostęp do informacji o RPO WL, a tym samym o Funduszach Europejskich. Infolinia umożliwi przełączenie Beneficjentów bezpośrednio do Punktu Informacyjnego w Lubelskiej Agencji Wspierania Przedsiębiorczości w Lublinie.

Instrument ten skierowany jest do: ogółu społeczeństwa, wszystkich grup Beneficjentów, podmiotów bezpośrednio lub pośrednio zaangażowanych w realizację RPO WL.

- **Działania edukacyjne**

Szkolenia wewnętrzne i różnego rodzaju spotkania pozwalają uniknąć sytuacji, w której pracownicy mają nierówny poziom wiedzy.

Instrument ten skierowany jest do: osób bezpośrednio zaangażowanych w realizację RPO WL.

- **Działania edukacyjne dla potencjalnych Beneficjentów RPO WL**

Propozycje tematów szkoleń wybierane są w oparciu o analizę oczekiwań i potrzeb beneficjentów zgłaszanych w ankietach ewaluacyjnych po szkoleniach.

Instrument ten skierowany jest do: wszystkich grup Beneficjentów, podmiotów bezpośrednio lub pośrednio zaangażowanych w realizację RPO WL.

- **Konferencje prasowe i briefingi dla dziennikarzy; broszury i ulotki informacyjne dotyczące RPO WL, a także wkładki do prasy codziennej, artykuły sponsorowane, informacje prasowe i biuletyn**

Poprzez szeroko rozumianą informację prasową budowana jest świadomość mieszkańców Lubelszczyzny o możliwościach finansowania z Funduszy Europejskich, a przede wszystkim o możliwościach wsparcia w ramach RPO WL. Dopisać: Dodatkowo wydawany jest kwartalnik – „Puls Regionu – Lubelski Informator Unijny”.

Instrument ten skierowany jest do: ogółu społeczeństwa, mieszkańców Lubelszczyzny, wszystkich grup Beneficjentów, podmiotów bezpośrednio lub pośrednio zaangażowanych w realizację RPO WL, dziennikarzy i przedstawicieli środowisk opiniotwórczych.

- **Gadżety**

Gadżety reklamowe mają na celu „wypromować” znak graficzny RPO WL wśród potencjalnych Beneficjentów, a tym samym w świadomości Beneficjentów wzbudzić pozytywne skojarzenia marki RPO WL z Funduszami Europejskimi i instytucjami, odpowiedzialnym za proces realizacji wdrażania projektów. Należy jednak pamiętać o szczególnie racjonalnym gospodarowaniu środkami przeznaczonymi na materiały promocyjne. Dystrybucja materiałów promocyjnych będzie niosła za sobą przede wszystkim

wartość komunikacyjną, a nie upominkową. Zakup materiałów promocyjnych ma również na celu wskazanie Beneficjentom źródeł informacji na temat RPO WL, a tym samym przyczyni się do uzyskania wyższych wskaźników realizacji projektów.

Instrument ten skierowany jest do: ogółu społeczeństwa, wszystkich grup Beneficjentów, podmiotów bezpośrednio lub pośrednio zaangażowanych w realizację RPO WL.

- **Tablice informacyjne i promocyjne**

Umieszczone w trakcie i po zrealizowaniu projektu przez Beneficjentów, mają na celu poinformowanie mieszkańców regionu o zrealizowanych inwestycjach z RPO WL, a tym samym o Funduszach Europejskich.

Instrument ten skierowany jest do: ogółu społeczeństwa.

- **Działania Public Relations**

Pomogą w podniesieniu poziomu świadomości istnienia Funduszy Europejskich na Lubelszczyźnie oraz pomogą w procesie budowania wizerunku RPO WL, a także pozwolą na bieżące monitorowanie pojawiających się negatywnych sygnałów z otoczenia, które mogą przerodzić się w sytuacje kryzysowe.

Instrument ten skierowany jest do: ogółu społeczeństwa.

- **Komunikacja wewnętrzna**

Wynika z obowiązku usprawniania procesu przepływu informacji pomiędzy jednostkami zaangażowanymi we wdrażanie RPO WL. Oprócz informacji ściśle związanych z realizacją RPO WL, przedmiotem działań będzie PR w sytuacjach kryzysowych. Celem tych działań jest przeciwdziałanie pojawiającym się w otoczeniu zagrożeniom, a także odpowiednio szybka reakcja w przypadku pojawienia się sytuacji konfliktowych.

Instrument ten skierowany jest do: pracowników zaangażowanych we wdrażanie RPO WL.

- **Koordinacja działań informacyjnych i promocyjnych:**

- *Grupa Sterująca ds. Informacji i Promocji Funduszy Europejskich na lata 2007-2013*

Została powołana na podstawie zarządzenia Ministra Rozwoju Regionalnego w celu zapewnienia skutecznej koordynacji i monitorowania działań informacyjnych i promocyjnych w zakresie Funduszy Europejskich. W skład Grupy wchodzi przedstawiciele Instytucji

Koordynującej NSRO w zakresie informacji i promocji oraz przedstawiciele Instytucji Zarządzających krajowymi i regionalnymi programami operacyjnymi. Przedstawiciele Oddziału Informacji i Promocji RPO Instytucji Zarządzającej uczestniczą w spotkaniach Grupy Sterującej, a tym samym reprezentują w pracach Grupy stanowisko IZ RPO WL i IP II.

Instrument ten skierowany jest do: pracowników zaangażowanych we wdrażanie RPO WL.

- Grupa Robocza ds. informacji i promocji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013

Powołana Uchwałą Zarządu Województwa Lubelskiego, wspiera IZ RPO WL w szczególności w zakresie przygotowania Planu Komunikacji RPO WL na lata 2007-2013 oraz Rocznych Planów Działań informacyjnych i promocyjnych, a także przygotowania i realizacji wspólnej strategii kampanii wizerunkowej RPO WL oraz analizy skuteczności podejmowanych działań promocyjnych w odniesieniu do potrzeb informacyjnych. W pracach grupy uczestniczą przedstawiciele IP II.

Instrument ten skierowany jest do: pracowników zaangażowanych we wdrażanie RPO WL.

- Regionalna Informacyjna Grupa Robocza

Powołana Uchwałą Nr XCIII/996/07 Zarządu Województwa Lubelskiego. Grupa koordynuje działania realizowane przez Departament Europejskiego Funduszu Społecznego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego w ramach Programu Kapitał Ludzki. Grupa ma zapewnić komplementarność działań promocyjnych dotyczących Europejskiego Funduszu Społecznego z działaniami z zakresu Regionalnego Programu Operacyjnego.

Instrument ten skierowany jest do: pracowników zaangażowanych we wdrażanie RPO WL.

- Zespół ds. Informacji i Promocji Programów Europejskich

Powołany Zarządzeniem Marszałka Województwa Lubelskiego. Zespół koordynuje działania w zakresie informacji i promocji Programów Europejskich: Kapitału Ludzkiego, Regionalnego Programu Operacyjnego oraz Departamentu Koordynacji Projektów Europejskich. Zespół prowadzi działania informacyjne i promocyjne w ramach wdrażanych programów unijnych. W pracach zespołu gościnnie uczestniczą również pracownicy innych jednostek organizacyjnych, w szczególności Agencji Restrukturyzacji i Modernizacji

Rolnictwa w Lublinie, która nadzoruje realizację Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich. Przedmiotem spotkania zespołu jest wymiana informacji o planowanych działaniach informacyjnych i promocyjnych oraz identyfikacja dobrych praktyk.

Instrument ten skierowany jest do: pracowników zaangażowanych we wdrażanie RPO WL.

VII. OPIS DZIAŁAŃ INSTYTUCJI ZAANGAŻOWANYCH W PROCES INFORMOWANIA I PROMOCJI RPO WL

Realizacja Planu odbywa się poprzez podejmowanie działań informacyjno-promocyjnych przez poszczególne instytucje zaangażowane w realizację RPO WL w zakresie określonych zadań. Rolę Instytucji Zarządzającej pełni Zarząd Województwa Lubelskiego, a w jego imieniu Departament Regionalnego Programu Operacyjnego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego w Lublinie. Funkcję Instytucji Pośredniczącej II-stopnia pełni Lubelska Agencja Wspierania Przedsiębiorczości w Lublinie. LAWP odpowiedzialna jest za realizację Osi Priorytetowej I: Przedsiębiorczość i innowacje oraz Osi Priorytetowej II: Infrastruktura ekonomiczna.

Do podmiotów zaangażowanych w realizację działań informacyjnych należą:

- Ministerstwo Rozwoju Regionalnego,
- Oddział Informacji i Promocji RPO w Departamencie Regionalnego Programu Operacyjnego – do jego podstawowych zadań należą w szczególności:
 - 1) zapewnienie przestrzegania wymogów w zakresie informacji i promocji ustanowionych w art. 69 Rozporządzenia Rady nr 1083/2006,
 - 2) udział w opracowaniu *Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013* oraz *Wytocznych MRR w zakresie informacji i promocji* oraz realizacja zadań wynikających z ich zapisu,
 - 3) opracowanie i aktualizacja *Rocznego Planu Działań informacyjnych i promocyjnych w ramach RPO WL* oraz *Planu Komunikacji RPO WL na lata 2007 - 2013* we współpracy z IP II,
 - 4) przygotowanie projektów instrukcji wykonawczych do procesów dotyczących informacji i promocji w ramach RPO WL oraz procedur zamówień publicznych, a także aktualizacja procedur w tym zakresie,
 - 5) udział w opiniowaniu *Instrukcji Wykonawczej Instytucji Pośredniczącej II stopnia*,

- 6) opracowanie *Wytycznych dla Beneficjentów w zakresie informacji i promocji w ramach RPO WL*,
- 7) opracowanie *Wytycznych w zakresie informacji i promocji w ramach obowiązków Instytucji Pośredniczącej II stopnia w związku z realizacją powierzonych Osi Priorytetowych RPO WL na lata 2007 – 2013* dotyczących zasad wypełniania obowiązków w zakresie informacji i promocji przez IP II,
- 8) koordynacja działań informacyjno-promocyjnych oraz innych działań wizerunkowych i edukacyjnych realizowanych przez DRPO w ramach RPO WL zgodnie z *Rocznym Planem Działań informacyjnych i promocyjnych*,
- 9) Przygotowywanie projektów graficznych i wizualizacji, opracowywanie własnych rozwiązań graficznych na potrzeby prowadzonych działań,,
- 10) prowadzenie Punktu Informacyjnego i naboru wniosków,
- 11) prowadzenie serwisu informacyjnego dotyczącego RPO WL (zbieranie informacji, ich redagowanie oraz umieszczanie informacji na stronie internetowej),
- 12) koordynacja wszystkich działań informacyjnych i promocyjnych dotyczących RPO WL, w tym działań realizowanych przez punkty informacyjne w filiach UMWL i IP II w ramach powierzonych zadań promocyjnych I-II Osi Priorytetowej RPO WL,
- 13) sporządzanie sprawozdań okresowych, rocznych i końcowego dotyczących wypełniania zobowiązań w zakresie promocji i informacji w ramach RPO,
- 14) sporządzanie wniosków o płatność z projektów realizowanych w ramach działania 9.2 IX Osi Priorytetowej RPO Pomoc Techniczna,
- 15) przygotowywanie, przeprowadzanie zamówień publicznych przy współudziale Departamentu Organizacyjno – Prawnego,
- 16) sprawowanie nadzoru w zakresie zgodności z Wytycznymi w zakresie informacji i promocji, Planem Komunikacji i Rocznym Planem Działań informacyjnych i promocyjnych oraz Księgą Identyfikacji Wizualnej NSS, działań informacyjno-promocyjnych realizowanych przez IP II,
- 17) udział w wykrywaniu i raportowaniu o nieprawidłowościach w ramach Programu,
- 18) obsługa systemu informatycznego (KSI, LSI) w okresie 2007 – 2013,
- 19) analiza skuteczności i adekwatności podejmowanych działań w odniesieniu do potrzeb informacyjnych na podstawie prowadzonych przez IZ RPO badań skuteczności,
- 20) redagowanie materiałów informacyjnych na temat RPO WL (komunikaty prasowe, biuletyny, ulotki),

WPA																		
PBR																		
PE																		
MW																		

Tabela Nr 1. Ogólny harmonogram działań informacyjnych i promocyjnych RPO WL

KW – komunikacja wewnętrzna – nauczanie pracowników zaangażowanych we wdrażanie RPO WL zasad komunikowania, uświadomienie im celów wynikających z Planu Komunikacji. Przygotowanie i aktualizacja niezbędnych dokumentów, planów, procedur i rozwiązań;

PB – powiadomienie beneficjentów i ogółu społeczeństwa o uruchomieniu realizacji; ukazanie związku między realizacją RPO WL, jego celami strategicznymi a długoterminowym rozwojem regionu;

WPA – wsparcie procesu aplikowania o środki – zwiększenie zainteresowania środkami z RPO WL wśród potencjalnych beneficjentów, a tam gdzie podaż składanych wniosków jest bardzo wysoka do składania jak najlepszych propozycji; wsparcie beneficjentów w procesie aplikowania o pieniądze;

PBR – pomoc beneficjentom w realizacji projektów i rozliczaniu oraz propagowaniu ich efektów zgodnie z unijnymi wymogami;

PE – prezentowanie efektów wdrażania RPO WL;

MW – monitoring i weryfikacja.

IX. INDYKATYWNY BUDŻET W PODZIALE NA POSZCZEGÓLNE LATA

W okresie wdrażania RPO WL na realizację działań informacyjno-promocyjnych przeznaczono ogółem kwotę 4 854 589,00 Euro. W latach 2007-2011 środków z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego wydatkowano ogółem 1 795 006,61 Euro. Wkład z budżetu województwa lubelskiego stanowił w latach 2007-2011 ogółem 316 765,89 Euro. Na lata 2012-2015 przeznaczono ogółem 3 059 582,39 Euro – całość finansowana z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Kwota przeznaczona na realizację działań informacyjno-promocyjnych obejmuje jednocześnie działania realizowane przez Instytucję Zarządzającą i Instytucję Pośredniczącą II stopnia. W latach 2007-2011 kwota ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego na działania informacyjno-promocyjne prowadzone przez IP II wyniosła ogółem 272 021,75 Euro. Natomiast budżet IP II na działania informacyjno-promocyjne na lata 2012-2015 jest co roku akceptowany przez IZ RPO zgodnie z zapisami zaktualizowanego *Porozumienia w sprawie systemu realizacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013*.

Podział środków EFRR na działania informacyjno-promocyjne na lata 2007-2015 (w Euro¹)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
IZ	73 803,68	245 636,16	198 443,75	518 449,41	486 651,86	897 905,70	687 514,35	687 514,35	687 514,35
IP II	3 584,54	118 922,92	19 198,88	81 560,79	48 754,62	99 133,64			

X. DZIAŁANIA EDUKACYJNE

Celem działań edukacyjnych jest wsparcie działań służących informowaniu potencjalnych Beneficjentów o roli i możliwościach związanych z wykorzystaniem środków z RPO WL, a tym samym Funduszy Europejskich. Problematyka działań edukacyjnych dla Beneficjentów jest oparta o analizę potrzeb szkoleniowych zgodnie z zapotrzebowaniem, a w szczególności dotyczy celów Programu, zasad aplikowania o środki, udziału w przetargach, realizacji i rozliczania projektów.

Poprzez organizowane działania edukacyjne zostanie przybliżona Beneficjentom problematyka dotycząca założeń RPO WL, ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień związanych z rodzajem kwalifikujących się projektów, wymagań formalno-prawnych w sprawie przygotowania inwestycji oraz zarządzaniem finansami i kontrolą projektów.

XI. NARZĘDZIA KOMUNIKACJI WEWNĘTRZNEJ

W procesie komunikacji wewnętrznej uczestniczą Instytucja Zarządzająca i Instytucja Pośrednicząca II stopnia. Komunikacja pomiędzy IZ i IP II odbywa się na zasadzie wymiany informacji pomiędzy poszczególnymi oddziałami instytucji.

XII. FORMY WSPÓŁPRACY Z INNYMI PROGRAMAMI**WSPÓŁFINANSOWANYMI Z FUNDUSZY EUROPEJSKICH**

¹ Przeliczenia kwot wyrażonych w walucie Euro na PLN w latach 2007-2011 dokonano na podstawie kursu Europejskiego Banku Centralnego z dnia rozliczenia deklaracji wydatków. Natomiast przeliczenia kwot wyrażonych w walucie Euro na PLN w latach 2012-2015 dokonano na podstawie kursu Europejskiego Banku Centralnego z dnia przedostatniego dnia roboczego Komisji Europejskiej w miesiącu poprzedzającym miesiąc, w którym dokonuje się wyliczenia wartości alokacji tj. z dn. 30 lipca 2012 r. (1 euro = 4,1207 PLN).

Jedną z form współpracy z innymi programami będzie wymiana informacji i doświadczeń zdobytych przy realizacji poszczególnych Programów Operacyjnych, głównie za sprawą Głównego Punktu Informacyjnego i podległych mu punktów w Filiach Urzędu oraz LAWP.

XIII. FORMY UTRZYMYWANIA KONTAKTÓW Z GRUPAMI DOCELOWYMI

Chcąc utrzymać w jak najlepszej relacji kontakty z poszczególnymi grupami docelowymi, IZ we współpracy z IP II będzie budować pozytywny wizerunek RPO WL wśród mieszkańców województwa poprzez informowanie ich o zrealizowanych w ramach programu projektach oraz o bezpośrednich korzyściach wynikających z ich realizacji. Stąd też duży nacisk będzie kładziony na właściwe relacje z poszczególnymi grupami odbiorców, a ciągłe szkolenia z zakresu promocji marketingowej oraz budowania pozytywnego wizerunku pomogą w budowaniu przyjaznych relacji. Owa lojalność w dużej mierze zostanie osiągnięta poprzez działania public relations, a w szczególności poprzez spotkania i zebrania o charakterze informacyjnym, briefy dla dziennikarzy, eventy i happeningi, biuletyn informacyjny oraz szereg elementów pomocnych w budowaniu nowego wizerunku urzędu, jak chociażby: bezpłatna infolinia RPO WL, tablica ogłoszeń w DRPO, rejestr skarg w siedzibie Urzędu przy ul. Spokojnej w Lublinie, do którego Beneficjenci mogą wpisywać uwagi dotyczące sposobu organizowania pracy w departamencie odpowiedzialnym za wdrażanie RPO WL, czy anonimowa ankieta znajdująca się w Punkcie Informacyjnym i Naboru Wniosków w siedzibie DRPO.

Właściwy monitoring zaproponowanych powyżej rozwiązań pozwoli na precyzyjne ustalenie przyczyn ewentualnie pojawiających się konfliktów oraz na szybką reakcję instytucji, a w przyszłości przeciwdziałanie sytuacjom, szkodzącym wizerunkowi marki RPO WL i właściwym kontaktom z otoczeniem.

Podział narzędzi promocyjnych ze względu na grupy odbiorców

Nazwa grupy	specyficzna treść komunikatu (słowa kluczowe)	narzędzia i metody (kanały komunikacji)	Kampania	
			Informacyjna	Wizerunkowa
Personel RPO WL	personel – kluczowa rola, uosobienie („twarz”) programu, » czempionat	Intensywny marketing wewnętrzny		

	funduszy zewnętrznych, wiedza, rzetelność, wiarygodność, wsparcie, zaangażowanie	Szkolenia, konferencje Biuletyny i materiały w formie elektronicznej		
Media PATRONAT MEDIALNY dzienniki regionalne wydawnictwa lokalne radio: rozgłośnie regionalne i lokalne TV: regionalna i lokalna, Internet.	media – PATRON dobrych zmian wspomagający cel nadrzędny: wzmocnienie konkurencyjności i spójności terytorialnej Lubelszczyzny, która jest atrakcyjnym regionem Europy do życia, pracy i inwestowania	Konferencja prasowa Poczta elektroniczna Nośniki elektroniczne z „gotowym” materiałem prasowym		
Społeczność Lubelszczyzny tzw. ogół społeczeństwa w tym kluczowa grupa: MŁODZIEŻ	mieszkańcy Lubelszczyzny mają prawo do konsumpcji przywilejów europejskich – także do pieniędzy UE, to społeczność europejska, nowoczesna, wykształcona, swobodnie poruszająca się po rynku korzyści europejskich. Realizacja projektów współfinansowanych z RPO WL na lata 2007-2013 to bezpośrednie korzyści dla mieszkańców, efekty realizacji projektów widoczne są w Twoim otoczeniu, każdy mieszkaniec województwa pośrednio korzysta z dofinansowania poprzez wykorzystywanie w życiu codziennym efektów realizacji projektów (np. dróg, nowych szkół, obiektów sportowych, sprzętu szpitalnego)	reklama reklama zewnętrzna public relations strona internetowa media tradycyjne: prasa, radio, TV plakat wydarzenie promocyjne		
Jednostki samorządu terytorialnego oraz jednostki organizacyjne JST spółki komunalne	FE – jako alternatywne, planowe, pełnowartościowe źródło finansowania przedsięwzięć, spójność społeczno-gospodarcza, jakość życia, jakość komunalna, ochrona środowiska, rewitalizacja, wzmocnienie zasobów (kadra i sprzęt) w związku z obsługą pozyskanych środków	public relations broszury informacyjne strona internetowa prasa branżowa direct mail (ulotki) infolinia konferencje i szkolenia wydarzenia promocyjne materiały elektroniczne mailing tradycyjny zaproszenie, broszura, informator, plakat e-mailing, Internet.		
Związki i stowarzyszenia JST	współpraca regionalna – jeden z kluczowych elementów polityki europejskiej FE – źródło finansowania, wzmocnienia wymiana doświadczeń, dobrych praktyk	public relations broszury informacyjne strona internetowa direct mail (ulotki) infolinia konferencje i szkolenia wydarzenia promocyjne materiały elektroniczne mailing tradycyjny, zaproszenie, broszura, informator, plakat, Internet.		

Organizacje pozarządowe	budowanie zintegrowanej wspólnoty społecznej	komunikacja bezpośrednia public relations broszury informacyjne strona internetowa ulotki infolinia konferencje i szkolenia wydarzenia promocyjne materiały w formie elektronicznej mailing tradycyjny (list przewodni), zaproszenie, broszura, informator, plakat, Internet.		
Przedsiębiorstwa małe średnie duże w tym: wytwórcy produktów technologicznie intensywnych przedsiębiorcy » pracodawcy potencjalni przedsiębiorcy w tej grupie bezrobotni	przedsiębiorczość, innowacyjność, współpraca, rozwój, wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw intelekt: zaradny, nastawiony na rozwój, nowatorski, przedsiębiorczy, dobrze zorganizowany emocje: budzi szacunek, podziw, potrafi korzystać z dobrze „strzeżonych” zasobów, Europejczyk korzyści: dostaje pieniądze za darmo (alternatywa kredytu) projekt ZAWSZE jest okazją wzmocnienia zasobów firmy	public relations broszury informacyjne strony internetowe biuletyny direct mail infolinia konferencje i szkolenia materiały elektroniczne, Internet.		
Biznes turystyki: agroturystyka, ekoturystyka, uzdrowiska, hotelarze instytucje sportu, turystyki i rekreacji	turystyka jako jedna z kluczowych gałęzi gospodarki w Europie: infrastruktura, nowe usługi, nowe miejsca pracy jakość życia, sport jako bardzo ważny element kultury i odnowy społeczeństwa	public relations infolinia strona internetowa broszury biuletyny direct mail konferencje szkolenia materiały w formie elektronicznej reklama wydarzenia promocyjne, Internet.		
Placówki naukowo-badawcze: instytuty naukowo-badawcze, parki naukowo-technologiczne, centra doskonałości, szkoły wyższe	Innowacje, nowatorskie idee, zaawansowane technologie nauka w służbie regionu infrastruktura ochrona środowiska zasoby ludzkie, wyrównywanie szans, projekty badawczo-rozwojowe, Lubelszczyzna regionem wykształconych ludzi ściśła współpraca z sektorem rynkowym – nauka na rzecz produkcji i usług prace badawcze na rzecz lub we współpracy z sektorem produkcyjnym	public relations infolinia strona internetowa broszury biuletyny direct mail konferencje szkolenia materiały w formie elektronicznej reklama wydarzenia promocyjne, Internet.		

Kościóły i związki wyznaniowe <i>z uwzględnieniem środowisk innych wyznań aktywnych na Lubelszczyźnie</i>	region na styku kultur i wyznań poprawa warunków realizacji misji duchowej integracja tolerancja	komunikacja bezpośrednia – korespondencja, materiały informacyjne kierowane bezpośrednio do parafii plus oddziaływanie promocyjne j.w.		
Placówki edukacyjne, szkoły i inne placówki	społeczeństwo informacyjne, możliwość doposażenia placówek w pomoce naukowe, infrastruktura i dostęp do obiektów sportowych, zasoby ludzkie, kształcenie ustawiczne, spójność, wyrównywanie szans społecznych i zawodowych: miasto/wieś, Polska/Europa, spójność, społeczność europejska nauka języków sprzyja integracji	public relations infolinia strona internetowa broszury biuletyny direct mail konferencje szkolenia materiały w formie elektronicznej reklama wydarzenia promocyjne, Internet.		
Podmioty zarządzające zasobami naturalnymi: parki narodowe i krajobrazowe, Państwowe Gospodarstwo Leśne Lasy Państwowe (PGL-LP) „podmioty ochrony środowiska”	środowisko naturalne, zapobieganie klęskom żywiołowym, zabezpieczenie przed zniszczeniem, skażeniem, » odnowa zasobów, bezpieczeństwo ekologiczne, ochrona siedlisk ginących i zagrożonych gatunków roślin i zwierząt, odnowa naturalnych zasobów regionu, jakość życia, turystyka, zrównoważone wykorzystanie wszystkich pełniących przez lasy funkcji	public relations infolinia strona internetowa broszury biuletyny direct mail konferencje szkolenia materiały w formie elektronicznej reklama wydarzenia promocyjne, Internet.		
Spółdzielnie i wspólnoty mieszkaniowe, TBS-y	rewitalizacja, infrastruktura, udogodnienia dla osób niepełnosprawnych, termomodernizacje, odnowienie infrastruktury, społeczeństwo obywatelskie, współpraca	public relations infolinia strona internetowa broszury biuletyny direct mail konferencje szkolenia materiały w formie elektronicznej reklama wydarzenia promocyjne, Internet.		
Zakłady opieki zdrowotnej Domy i zakłady pomocy społecznej	pilna potrzeba rozwoju instytucji opieki zdrowotnej i pomocy społecznej modernizacja infrastruktury, sprzęt i doskonalenie kwalifikacji (personel) wyrównywanie szans, jakość życia	public relations infolinia strona internetowa broszury biuletyny direct mail konferencje szkolenia materiały w formie elektronicznej reklama wydarzenia promocyjne,		

		Internet.		
Otoczenie biznesu: sektor bankowy, agencje rozwoju regionalnego, izby gospodarcze, organizacje cechowe, izby przemysłowo-handlowe, stowarzyszenia, instytuty, firmy doradcze, fundacje, inkubatory przedsiębiorczości fundusze poręczeń kredytowych, fundusze pożyczkowe	promocja przedsiębiorczości szansa rozwoju: dofinansowanie budżetu powiększenie i wzmocnienie zasobów ludzkich i materialnych	public relations broszury informacyjne strony internetowe biuletyny direct mail konferencje szkolenia materiały w formie elektronicznej, Internet.		
Placówki kultury: teatry, filharmonie, biblioteki publiczne, kina, muzea, lokalne ośrodki kultury	dziedzictwo kulturowe, wkład Lubelszczyzny w dorobek europejski, projekty kulturalne, infrastruktura	public relations broszury informacyjne strony internetowe biuletyny direct mail konferencje szkolenia materiały w formie elektronicznej reklama, Internet.		
Instytucje zorientowane na rozwój społeczeństwa informacyjnego	powszechnie dostępny Internet – standardowy element infrastruktury i baza, e-społeczeństwo, e-praca, e-usługi, wyrównywanie szans, współpraca regionów, firm i osób, rozwój gospodarczy, społeczny, jakość życia	public relations broszury informacyjne strony internetowe biuletyny direct mail konferencje szkolenia materiały w formie elektronicznej reklama, Internet.		
Instytucje promocyjno-handlowe organizatorzy ekspozycji i targów <i>potencjalny partner do współpracy dla personelu RPO WL w procesie wdrażania KI/KW</i>	Lubelszczyzna – doskonale rozwijający się region Europy, wschodnie oblicze Unii Europejskiej, pomost między Wschodem i Zachodem, atrakcyjny partner dla innych regionów, Beneficjent, którymi potrafi gospodarować, współpraca, kontakty, wymiana doświadczeń i dobrych praktyk	komunikacja bezpośrednia public relations broszury informacyjne strony internetowe biuletyny direct mail konferencje szkolenia materiały w formie elektronicznej reklama, Internet.		

Informacje zwrotne uzyskane od Beneficjentów Programu w formie elektronicznej lub pisemnej opinii o prowadzonych działaniach pomagają zweryfikować założenia Planu Komunikacji, lepiej dopasować założenia planowanych lub obecnie prowadzonych działań,

tym samym usprawnić i ułatwić sposób przekazywania informacji odbiorcom komunikatu, które pomogą Beneficjentom w przygotowaniu projektów o dofinansowanie. Przekazywane przez Beneficjentów informacje do IZ służą także w procesie opracowywania działań edukacyjnych dla Beneficjentów RPO WL.

W procesie realizacji projektów IZ zobowiązuje się wspierać projektodawców poprzez realizację zadań Oddziału Realizacji Projektów. Pracownicy tego oddziału będą pomagać Beneficjentom na etapie weryfikacji wniosku o płatność, deklaracji wydatków dotyczących całościowej realizacji projektu, korekty finansowej. Informacje zwrotne uzyskane od Beneficjentów posłużą do wprowadzenia i weryfikacji danych w systemie informatycznym. Szczegółowe zasady wsparcia projektodawców w realizacji projektów określa Instrukcja Wykonawcza RPO WL na lata 2007-2013.

XIV. POMIAR EFEKTYWNOŚCI KAMPANII

▪ Planowana ewaluacja Planu Komunikacji oraz sprawozdawczość z prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych

Instytucje zaangażowane we wdrażanie RPO WL są zobligowane do regularnego prowadzenia badań ewaluacyjnych i oceny skuteczności prowadzonych działań oraz przekazywania Instytucji Zarządzającej RPO WL informacji o podejmowanych działaniach informacyjnych i promocyjnych. W związku z tym będą przekazywały te informacje w formie zestawień okresowych, rocznych i końcowych do Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego (Departament Regionalnego Programu Operacyjnego). Ocena realizacji poszczególnych działań będzie dokonywana w oparciu o wskaźniki szczegółowo opisane w Planie Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Lubelskiego na lata 2007-2013. Ocena realizacji Planu opierać będzie się na ocenie poszczególnych działań realizowanych w ramach Planu, dokonywanych m. in. za pomocą pre-testingu, badań ilościowych CATI oraz na podstawie wyznaczonych wskaźników oceny skuteczności zawartych w poniższej tabeli. Na podstawie otrzymanych danych Urząd Marszałkowski opracuje informację zbiorczą w postaci raportów okresowych, raportów rocznych lub końcowych z realizacji RPO WL.

XV. WSKAŹNIKI OCENY PODEJMOWANYCH DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH²

Działania	Wskaźniki	Wartości liczbowe wskaźników	Częstotliwość pomiaru	Narzędzia
Punkty Informacyjne	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liczba punktów informacyjnych ▪ Liczba osób odwiedzających punkty ▪ Liczba odpowiedzi udzielonych drogą elektroniczną ▪ Liczba odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną 	<ul style="list-style-type: none"> - min. 5 punktów informacyjnych - min. 10 000 osób (w każdym z punktów informacyjnych) - min. 7000 odpowiedzi nadsyłanych drogą elektroniczną lub na forum ekspertów (w każdym z punktów informacyjnych) - min. 50 000 odpowiedzi (łącznie we wszystkich punktach) 	Bieżący monitoring	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Statystyki dot. punktów informacyjnych
Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich ³	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liczba punktów informacyjnych ▪ Liczba osób odwiedzających punkty ▪ Liczba odpowiedzi udzielonych drogą elektroniczną ▪ Liczba odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną 	<ul style="list-style-type: none"> - 5 punktów informacyjnych (1 GPI w Lublinie, 4 LPI zlokalizowane w Białej Podlaskiej, Chełmie, Puławach i Zamościu) - min. 20 000 osób (łącznie we wszystkich punktach) - min. 7200 udzielonych odpowiedzi (łącznie we wszystkich punktach) - min. 40 000 odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną (łącznie we wszystkich punktach) 	Bieżący monitoring	Statystyki dot. punktów informacyjnych

² Przyjęte minimalne wartości wskaźników zostały określone dla całego okresu programowania.

³ Przyjęte minimalne wartości wskaźników zostały określone od momentu powołania Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich tj. 01.06.2009 r. do końca okresu programowania.

Konferencje, seminaria, wykłady, warsztaty, prezentacje	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liczba zorganizowanych konferencji, seminariów, warsztatów i innych rodzajów spotkań ▪ Liczba osób uczestniczących w w/w spotkaniach 	<ul style="list-style-type: none"> - min. 7 konferencji / seminariów/warsztatów/innych rodzajów spotkań - min. 4000 osób uczestniczących w w/w rodzajach spotkań informacyjnych 	W zależności od liczby przeprowadzonych spotkań	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kwestionariusz – notatka ze spotkania ▪ Ankieta
Edukacja	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liczba zorganizowanych szkoleń ▪ Liczba osób uczestniczących w szkoleniach 	<ul style="list-style-type: none"> - min. 70 szkoleń dla beneficjentów - min. 15 000 przeszkolonych osób 	W zależności od liczby przeprowadzonych szkoleń	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Listy obecności ▪ Ankiety
Materiały promocyjne, gadzety itp. dla Beneficjentów i osób zaangażowanych w proces wdrażania	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liczba wydanych materiałów promocyjnych, reklamowych i informacyjnych ▪ Liczba rodzajów wszystkich materiałów 	<ul style="list-style-type: none"> - min 300 tys. sztuk łącznie dla IZ i IP II - min. 250 rodzajów łącznie dla IZ i IP II 	W zależności od liczby publikowanych i produkowanych materiałów	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Listy dystrybucji
Serwisy internetowe	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liczba odwiedzin portalu www.rpo.lubelskie.pl ▪ Liczba odwiedzin portalu www.lawp.eu 	<ul style="list-style-type: none"> - min. 5 mln. odwiedzin - min. 1 mln 200 tys. odwiedzin 	Co najmniej 2 razy w roku	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Statystyki dot. serwisu
Newsletter	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liczba wysłanych wiadomości (łącznie dla stron www.rpo.lubelskie.pl i www.lawp.eu) • Liczba subskrybentów newslettera 	<ul style="list-style-type: none"> - min. 1000 materiałów opublikowanych i wysyłanych biuletynem elektronicznym - min. 7 tys. subskrybentów 	Co najmniej 2 razy w roku	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sprawozdanie ▪ Statystyki dot. serwisu
Publikacje, broszury informacyjne, ulotki, reklamy, plakaty, materiały audio-wizualne	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wolumen egzemplarzy wszystkich publikacji, broszur i ulotek informacyjnych itp. ▪ Liczba tytułów/numerów publikacji 	<ul style="list-style-type: none"> - min. 500 tys. egzemplarzy materiałów informacyjnych - min. 60 tytułów/wolumenów 	W zależności od liczby publikowanych materiałów	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Statystyki dot. ilości przygotowywanych materiałów
Kampania informacyjno-promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liczba kampanii informacyjno-promocyjnych 	<ul style="list-style-type: none"> - min. 7 kampanii informacyjnych o szerokim zasięgu prowadzonych przez IZ RPO 	min.1 raz w roku	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Monitoring mediów

Wymiana doświadczeń	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liczba grup roboczych ▪ Liczba spotkań grup roboczych 	<ul style="list-style-type: none"> - min.. 1 grupa robocza - min. 30 spotkań grup roboczych 	min. 2 razy w roku	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sprawozdania ze spotkań
Badanie ewaluacyjne	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Liczba ocen, ekspertyz, analiz, studiów, opracowań i koncepcji wykonanych przez ewaluatorów zewnętrznych 	<ul style="list-style-type: none"> - min. 5 raportów 	Co najmniej na koniec każdego roku kalendarzowego	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Statystyki dot. ewaluacji (raportów)

Dane kontaktowe Instytucji Zarządzającej, odpowiedzialnej za wdrażanie Planu Komunikacji

Departament Regionalnego Programu Operacyjnego
 ul. Stefczyka 3b, 20-151 Lublin
 tel.: 81 44 16 738
 fax.: 81 44 16 740