

**WYKAZ ZMIAN WPROWADZONYCH DO DOKUMENTU**  
– PLAN KOMUNIKACJI REGIONALNEGO PROGRAMU OPERACYJNEGO  
WOJEWÓDZTWA LUBELSKIEGO NA LATA 2007-2013

**II. CELE OGÓLNE DZIAŁAŃ INFORMACYJNO – PROMOCYJNYCH**

**Zapis:** „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.”

**Zapis należy zmienić:** Celem **działań informacyjno-promocyjnych** 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, **motywowanie projektodawców i edukowanie w obszarze właściwej realizacji projektów** oraz upowszechnianie efektów wykorzystywania Funduszy Europejskich w Polsce.

**Uzasadnienie:** **Zmiana podyktowana koniecznością uspołnienienia celów strategicznych zapisanych w Planie Komunikacji z zapisami stosowanymi w Strategii komunikacji Funduszy Europejskich.**

**Zapis:** „Celem działań jest ponadto zdobycie akceptacji i przychylności mieszkańców województwa lubelskiego dla istnienia samych funduszy oraz skutków ich działania w regionie.”

**Zapis należy zmienić:** Celem działań jest ponadto **utrwalenie i pogłębienie** akceptacji i przychylności mieszkańców województwa lubelskiego dla istnienia samych funduszy oraz skutków ich działania w regionie.

**Uzasadnienie: Zmiana podyktowana koniecznością zaktualizowania celu działań informacyjno-promocyjnych do obecnego stanu wdrażania RPO WL.**

**Zapis:**

- „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.”

**Zapis należy zmienić:**

- **utrwalenie** spójnego systemu identyfikacji wizualnej RPO WL, a tym samym NSS, dla wszystkich instytucji odpowiedzialnych za wdrażanie Programu.

Powyższe cele zostaną osiągnięte poprzez intensywne, różnorodne i długofalowe działania informacyjno-promocyjne, których ważnym elementem będą kampanie:

- promocyjno – wizerunkowe, skierowane do mediów, ogółu społeczeństwa oraz dotychczasowych i potencjalnych Beneficjentów RPO WL,
- informacyjne, adresowane do konkretnych grup potencjalnych Beneficjentów RPO WL, uprawnionych do korzystania ze środków Unii Europejskiej.

**Uzasadnienie: Zmiana podyktowana koniecznością podkreślenia, że cele Planu Komunikacji są realizowane wielotorowo.**

**Zapis:**

„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.”

**Zapis należy zmienić:**

W kolejnych fazach promocji RPO WL będzie podkreślana **aktywność instytucji i przedsiębiorców w pozyskiwaniu środków z RPO WL** poprzez informowanie o dużej liczbie przyjętych wniosków i zrealizowanych inwestycjach ze środków Unii Europejskiej.

**Uzasadnienie: Zmiana podyktowana koniecznością podkreślenia znaczenia sprawnego pozyskiwania środków i realizacji działań przez projektodawców (oprócz aktywności instytucji to również dzięki aktywności projektodawców możliwe są zmiany w regionie).**

**Zapis:**

„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.”

**Zapis należy zmienić:**

Rozwój inwestycyjny Lubelszczyzny ukazywany będzie za pomocą **prostyh i pozytywnych przesłań medialnych** np.: przydatności zrealizowanych projektów infrastruktury drogowej dla:

- staruszki, która bezpiecznie może przejść przez ulicę;
- kierowcy, który **bezpieczniej i wygodniej jeździ po szosach regionu;**
- **urzędnika dumnego ze zrealizowanych projektów drogowych;**
- pracownika firmy budowlanej, która dała mu pracę przy budowie obwodnicy, itp.

**Uzasadnienie: Zmiana podyktowana koniecznością wprowadzenia pozytywnych przykładów przesłań medialnych, przy użyciu prostego przekazu.**

**Zapis:**

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

**Zapis należy zmienić:**

Rozwój inwestycyjny Lubelszczyzny podkreślany będzie również poprzez upowszechnianie licznych przykładów zrealizowanych lub realizowanych projektów oraz wynikających z nich korzyści dla różnych grup docelowych wraz z podawaniem do publicznej wiadomości wykazu Beneficjentów, tytułów projektów i przyznanych im kwot dofinansowania.

**Uzasadnienie: Zmiana podyktowana koniecznością dodania zapisu o upowszechnianiu projektów i korzyści dla różnych grup docelowych (podkreślenie znaczenia efektów RPO WL w społeczeństwie województwa).**

## VI. OGÓLNY OPIS PLANOWANYCH DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH

**Zapis:**

- **„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;”

**Zapis należy zmienić:**

- **Punkty Informacyjne**

W obrębie województwa lubelskiego działa 5 punktów informacyjno-konsultacyjnych RPO WL: **Punkt Informacyjny i Naboru Wniosków RPO WL** na lata 2007-2013 w Departamencie Regionalnego Programu Operacyjnego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Lubelskiego w Lublinie;

**Uzasadnienie: Zmiana podyktowana jest zmianą nazwy Głównego Punktu Informacyjnego i Naboru Wniosków RPO WL na lata 2007-2013 na Punkt Informacyjny i Naboru Wniosków RPO WL na lata 2007-2013.**

**Zapis:**

- **„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.”

**Zapis należy zmienić:**

- **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 oraz ankietach wypełnianych przez beneficjentów, które umieszczone są w serwisach internetowych [www.rpo.lubelskie.pl](http://www.rpo.lubelskie.pl) oraz [www.lawp.eu](http://www.lawp.eu).

**Uzasadnienie: Zmiana spowodowana wprowadzeniem ankiet badających potrzeby szkoleniowe beneficjentów na stronach internetowych [www.rpo.lubelskie.pl](http://www.rpo.lubelskie.pl) oraz [www.lawp.eu](http://www.lawp.eu).**

**Zapis:**

- **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.”

**Zapis należy zmienić:**

- **Gadżety**

W komunikowaniu o RPO WL na lata 2007-2013 kluczem jest idea przewodnia FE. Zachowując stosowny umiar, gadżety używane będą w komunikacji, zwłaszcza z młodzieżą oraz opinią publiczną – gadżety podniosą świadomość o RPO WL na lata 2007-2013 i FE, a to jest jeden z celów komunikacji z tymi grupami. Materiały reklamowe powinny być spójne z innymi elementami wizualnymi, o dobrym wzornictwie oraz powinna cechować je użyteczność. Planując produkcję gadżetów IZ RPO WL i IP II mają szczególnie na uwadze grupę docelową i sposób dystrybucji. Gadżety przeznaczone dla ogółu dystrybuowane będą podczas imprez masowych, o popularyzatorskim charakterze (np. targi, pikniki). Zapewniona

będzie również spójna wizualizacja podczas szkoleń i konferencji (m.in. poprzez notatniki, teczki, długopisy), a także IZ RPO WL i IP II zadbają o stworzenie identyfikacji wizualnej biura. Zgodnie z zaleceniami MRR IZ RPO WL i IP II będą pamiętać o szczególnie racjonalnym gospodarowaniu środkami przeznaczonymi na materiały promocyjne i zakupie wyłącznie materiałów o najwyższym walorze promocyjnym, które w największym stopniu będą realizować cele informacyjne i promocyjne służące RPO WL na lata 2007-2013 i Funduszom Europejskim. Dystrybucja materiałów promocyjnych będzie niosła za sobą przede wszystkim wartość komunikacyjną, a nie upominkową.

Tam, gdzie będzie to możliwe i zgodne z zasadami gospodarności, stosować się będzie materiały ekologiczne, a planując działania komunikacyjne IZ RPO WL będzie dążyć do minimalizacji obciążeń dla środowiska.

**Uzasadnienie: Zmiana podyktowana koniecznością dostosowania zapisów w Planie Komunikacji z zapisami stosowanymi w Strategii komunikacji Funduszy Europejskich.**

**Zapis:**

▪ **„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.”*

**Zapis należy zmienić:**

▪ **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.*

Działania informacyjne i promocyjne prowadzone przez IZ RPO WL i IP II będą przyczyniać się do realizacji polityk horyzontalnych Unii Europejskiej, m.in.: polityki ochrony środowiska, rozwoju społeczeństwa informacyjnego, a także równych szans. Oznacza to nie

tylko, że przekazywane treści i ich forma nie będą stały w sprzeczności z wymienionymi politykami, ale też że sama realizacja zadań informacyjnych i promocyjnych odbywać się będzie z poszanowaniem tych zasad. Będzie miało to szczególne odniesienie do ochrony środowiska. Tam, gdzie będzie to możliwe i zgodne z zasadami gospodarności IZ RPO WL i IP II będą stosować materiały ekologiczne, a przy planowaniu działań komunikacyjnych będą kładły szczególny nacisk na minimalizację obciążeń dla środowiska. Myśląc o wspieraniu rozwoju społeczeństwa informacyjnego IZ RPO WL i IP II będą brały pod uwagę szerokie zastosowanie technologii informacyjnych, ułatwiając dostęp zainteresowanym do informacji.

**Uzasadnienie: Zmiana podyktowana koniecznością dostosowania zapisów w Planie Komunikacji z zapisami stosowanymi w Strategii komunikacji Funduszy Europejskich.**

**Zapis:**

**- „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.”

**Zapis należy zmienić:**

**- Grupa Robocza ds. Informacji i Promocji Funduszy Europejskich UMWL**

Powołana Zarządzeniem Marszałka Województwa Lubelskiego. Grupa koordynuje i monitoruje działania w zakresie informacji i promocji Programów Europejskich: Kapitału Ludzkiego, Regionalnego Programu Operacyjnego, Departamentu Koordynacji Projektów Europejskich oraz Departamentu Polityki Regionalnej. Grupa prowadzi działania informacyjne i promocyjne w ramach wdrażanych programów unijnych. W pracach grupy gościnnie uczestniczą również pracownicy innych jednostek organizacyjnych oraz innych podmiotów i organizacji zajmujących się tematyką Funduszy Europejskich na terenie województwa lubelskiego. Przedmiotem spotkania grupy jest wymiana informacji

o planowanych działaniach informacyjnych i promocyjnych oraz identyfikacja dobrych praktyk.

**Uzasadnienie: Zmiana podyktowana koniecznością wzmocnienia koordynacji i efektywności działań w zakresie informacji i promocji programów europejskich w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Lubelskiego w związku z m.in. trwającymi pracami nad tworzeniem dokumentów związanych z nową perspektywą finansową na lata 2014-2020, w tym także dokumentów dotyczących działań informacyjno-promocyjnych. Ponadto, tego rodzaju działanie pozwoli między innymi na skuteczniejszą wymianę doświadczeń oraz opracowywanie wspólnych stanowisk na potrzeby nadchodzącego okresu programowania.**

## **IX. INDYKATYWNY BUDŻET W PODZIALE NA POSZCZEGÓLNE LATA**

### ***Zapis:***

„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.*”

### ***Zapis należy zmienić:***

W latach 2007-2012 kwota ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego na działania informacyjno-promocyjne prowadzone przez IP II wyniosła ogółem 345 184,80 Euro. Natomiast budżet IP II na działania informacyjno-promocyjne na lata 2013-2015 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 Euro<sup>1</sup>)

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
<b>IZ</b>	73 803,68	245 636,16	198 443,75	518 449,41	486 651,86	852 343,60	726 603,92		
<b>IP II</b>	3 584,54	118 922,92	19 198,88	81 560,79	48 754,62	73 163,05	120 053,79	1 080 484,05	206 933,98

**Legenda - Kwoty, które wprowadzono na nowo. Przeliczenia kwot 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. 27 lutego 2013 r. (1 euro = 4,1648 PLN).**

## **XI. FORMY WSPÓŁPRACY Z INNYMI PROGRAMAMI WSPÓŁFINANSOWANYMI Z FUNDUSZY EUROPEJSKICH**

### **Zapis:**

„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 LAW P.”

### **Zapis należy zmienić:**

Jedną z form współpracy z innymi programami będzie wymiana informacji i doświadczeń zdobytych przy realizacji poszczególnych Programów Operacyjnych, głównie

<sup>1</sup> 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. 27 lutego 2013 r. (1 euro = 4,1648 PLN).

za sprawą **Punktu Informacyjnego** i podległych mu punktów w Filiach Urzędu oraz LAWP.

**Uzasadnienie: Zmiana podyktowana jest zmianą nazwy Głównego Punktu Informacyjnego i Naboru Wniosków RPO WL na lata 2007-2013 na Punkt Informacyjny i Naboru Wniosków RPO WL na lata 2007-2013.**

## XV. WSKAŹNIKI OCENY PODEJMOWANYCH DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH<sup>2</sup>

Zapis:

Działania	Wskaźniki	Wartości liczbowe wskaźników	Częstotliwość pomiaru	Narzędzia
Punkty Informacyjne	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba punktów informacyjnych</li> <li>▪ Liczba osób odwiedzających punkty</li> <li>▪ Liczba odpowiedzi udzielonych drogą elektroniczną</li> <li>▪ Liczba odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną</li> </ul>	<p>- min. 5 punktów informacyjnych</p> <p>- min. 10 000 osób (w każdym z punktów informacyjnych)</p> <p>- min. 7 000 odpowiedzi nadsyłanych drogą elektroniczną lub na forum ekspertów (w każdym z punktów informacyjnych)</p> <p>- min. 50 000 odpowiedzi (łącznie we wszystkich punktach)</p>	Bieżący monitoring	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Statystyki dot. punktów informacyjnych</li> </ul>
Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich <sup>3</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba punktów informacyjnych</li> <li>▪ Liczba osób odwiedzających punkty</li> </ul>	<p>- 5 punktów informacyjnych (1 GPI w Lublinie, 4 LPI zlokalizowane w Białej Podlaskiej, Chełmie, Puławach i Zamościu)</p> <p>- min. 20 000 osób (łącznie we wszystkich punktach)</p>	Bieżący monitoring	Statystyki dot. punktów informacyjnych

<sup>2</sup> Przyjęte minimalne wartości wskaźników zostały określone dla całego okresu programowania.

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

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba odpowiedzi udzielonych drogą elektroniczną</li> <li>▪ Liczba odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną</li> </ul>	<p>- min. 7200 udzielonych odpowiedzi (łącznie we wszystkich punktach)</p> <p>- min. 40 000 odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną (łącznie we wszystkich punktach)</p>		
Konferencje, seminaria, wykłady, warsztaty, prezentacje	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba zorganizowanych konferencji, seminariów, warsztatów i innych rodzajów spotkań</li> <li>▪ Liczba osób uczestniczących w w/w spotkaniach</li> </ul>	<p>- min. 7 konferencji / seminariów/warsztatów/innych rodzajów spotkań</p> <p>- min. 4000 osób uczestniczących w w/w rodzajach spotkań informacyjnych</p>	W zależności od liczby przeprowadzonych spotkań	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kwestionariusz – notatka ze spotkania</li> <li>▪ Ankieta</li> </ul>
Edukacja	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba zorganizowanych szkoleń</li> <li>▪ Liczba osób uczestniczących w szkoleniach</li> </ul>	<p>- min. 70 szkoleń dla beneficjentów</p> <p>- min. 15 000 przeszkolonych osób</p>	W zależności od liczby przeprowadzonych szkoleń	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Listy obecności</li> <li>▪ Ankiety</li> </ul>
Materiały promocyjne, gadzety itp. dla Beneficjentów i osób zaangażowanych w proces wdrażania	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba wydanych materiałów promocyjnych, reklamowych i informacyjnych</li> <li>▪ Liczba rodzajów wszystkich materiałów</li> </ul>	<p>- min 300 tys. sztuk łącznie dla IZ i IP II</p> <p>- min. 250 rodzajów łącznie dla IZ i IP II</p>	W zależności od liczby publikowanych i produkowanych materiałów	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Listy dystrybucji</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba odwiedzin portalu <a href="http://www.rpo.lubelskie.pl">www.rpo.lubelskie.pl</a></li> </ul>	- min. 5 mln. odwiedzin		<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Statystyki dot. serwisu</li> </ul>

Serwisy internetowe	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba odwiedzin portalu www.lawp.eu</li> </ul>	- min. 1 mln 200 tys. odwiedzin	Co najmniej 2 razy w roku	
Newsletter	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba wysłanych wiadomości (łącznie dla stron www.rpo.lubelskie.pl i www.lawp.eu)</li> <li>• Liczba subskrybentów newslettera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- min. 1000 materiałów opublikowanych i wysłanych biuletynem elektronicznym</li> <li>- min. 7 tys. subskrybentów</li> </ul>	Co najmniej 2 razy w roku	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sprawozdanie</li> <li>▪ Statystyki dot. serwisu</li> </ul>
Publikacje, broszury informacyjne, ulotki, reklamy, plakaty, materiały audio-wizualne	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wolumen egzemplarzy wszystkich publikacji, broszur i ulotek informacyjnych itp.</li> <li>▪ Liczba tytułów/numerów publikacji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- min. 500 tys. egzemplarzy materiałów informacyjnych</li> <li>- min. 60 tytułów/wolumenów</li> </ul>	W zależności od liczby publikowanych materiałów	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Statystyki dot. ilości przygotowywanych materiałów</li> </ul>
Kampania informacyjno-promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba kampanii informacyjno-promocyjnych</li> </ul>	- min. 7 kampanii informacyjnych o szerokim zasięgu prowadzonych przez IZ RPO	min.1 raz w roku	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Monitoring mediów</li> </ul>
Wymiana doświadczeń	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba grup roboczych</li> <li>▪ Liczba spotkań grup roboczych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- min.. 1 grupa robocza</li> <li>- min. 30 spotkań grup roboczych</li> </ul>	min. 2 razy w roku	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sprawozdania ze spotkań</li> </ul>
Badanie ewaluacyjne	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba ocen, ekspertyz, analiz, studiów, opracowań i koncepcji wykonanych przez ewaluatorów zewnętrznych</li> </ul>	- min. 5 raportów	Co najmniej na koniec każdego roku kalendarzowego	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Statystyki dot. ewaluacji (raportów)</li> </ul>

**Zapis należy zmienić:**

Działania	Wskaźniki	Wartości liczbowe wskaźników	Częstotliwość pomiaru	Narzędzia
Punkty Informacyjne	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba punktów informacyjnych</li> <li>▪ Liczba osób odwiedzających punkty</li> <li>▪ Liczba odpowiedzi udzielonych drogą elektroniczną</li> <li>▪ Liczba odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- min. 5 punktów informacyjnych</li> <li>- min. 20 000 osób (łącznie we wszystkich punktach)</li> <li>- min. 7 000 odpowiedzi nadsyłanych drogą elektroniczną lub na forum ekspertów (łącznie we wszystkich punktach)</li> <li>- min. 70 000 odpowiedzi (łącznie we wszystkich punktach)</li> </ul>	Bieżący monitoring	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Statystyki dot. punktów informacyjnych</li> </ul>
Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich <sup>4</sup>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba punktów informacyjnych</li> <li>▪ Liczba osób odwiedzających punkty</li> <li>▪ Liczba odpowiedzi udzielonych drogą elektroniczną</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 5 punktów informacyjnych (1 GPI w Lublinie, 4 LPI zlokalizowane w Białej Podlaskiej, Chełmie, Puławach i Zamościu)</li> <li>- min. 20 000 osób (łącznie we wszystkich punktach)</li> <li>- min. 7 200 udzielonych odpowiedzi (łącznie we wszystkich punktach)</li> </ul>	Bieżący monitoring	Statystyki dot. punktów informacyjnych

<sup>4</sup> Przyjęte minimalne wartości wskaźników zostały określone od momentu powołania Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich tj. 01.06.2009 r. do końca okresu programowania.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną</li> </ul>	- min. 40 000 odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną (łącznie we wszystkich punktach)		
Konferencje, seminaria, wykłady, warsztaty, prezentacje	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba zorganizowanych konferencji, seminariów, warsztatów i innych rodzajów spotkań</li> <li>▪ Liczba osób uczestniczących w w/w spotkaniach</li> </ul>	<p>- min. 50 konferencji / seminariów/warsztatów/innych rodzajów spotkań</p> <p>- min. 4 000 osób uczestniczących w w/w rodzajach spotkań informacyjnych</p>	W zależności od liczby przeprowadzonych spotkań	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kwestionariusz – notatka ze spotkania</li> <li>▪ Ankieta</li> </ul>
Edukacja	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba zorganizowanych szkoleń</li> <li>▪ Liczba osób uczestniczących w szkoleniach</li> </ul>	<p>- min. 100 szkoleń dla beneficjentów</p> <p>- min. 10 000 przeszkolonych osób</p>	W zależności od liczby przeprowadzonych szkoleń	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Listy obecności</li> <li>▪ Ankiety</li> </ul>
Materiały promocyjne, gadżety itp. dla Beneficjentów i osób zaangażowanych w proces wdrażania	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba wydanych materiałów promocyjnych, reklamowych i informacyjnych</li> <li>▪ Liczba rodzajów wszystkich materiałów</li> </ul>	<p>- min 300 000 sztuk łącznie dla IZ i IP II</p> <p>- min. 250 rodzajów łącznie dla IZ i IP II</p>	W zależności od liczby publikowanych i produkowanych materiałów	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Listy dystrybucji</li> </ul>
Serwisy internetowe	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba odwiedzin portalu <a href="http://www.rpo.lubelskie.pl">www.rpo.lubelskie.pl</a></li> <li>▪ Liczba odwiedzin portalu <a href="http://www.lawp.eu">www.lawp.eu</a></li> </ul>	- min. 4 500 000 odwiedzin	Co najmniej 2 razy	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Statystyki dot. serwisu</li> </ul>

		- min. 1 500 000 odwiedzin	w roku	
Newsletter	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba wysłanych wiadomości (łącznie dla stron www.rpo.lubelskie.pl i www.lawp.eu)</li> <li>• Liczba subskrybentów newslettera</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- min. 800 materiałów opublikowanych i wysyłanych biuletynem elektronicznym</li> <li>- min. 7 000 subskrybentów</li> </ul>	Co najmniej 2 razy w roku	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sprawozdanie</li> <li>▪ Statystyki dot. serwisu</li> </ul>
Publikacje, broszury informacyjne, ulotki, reklamy, plakaty, materiały audio-wizualne	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wolumen egzemplarzy wszystkich publikacji, broszur i ulotek informacyjnych itp.</li> <li>▪ Liczba tytułów/numerów publikacji</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- min. 500 000 egzemplarzy materiałów informacyjnych</li> <li>- min. 80 tytułów/wolumenów</li> </ul>	W zależności od liczby publikowanych materiałów	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Statystyki dot. ilości przygotowywanych materiałów</li> </ul>
Kampania informacyjno-promocyjna	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba kampanii informacyjno-promocyjnych</li> </ul>	- min. 10 kampanii informacyjnych o szerokim zasięgu prowadzonych przez IZ RPO	min.1 raz w roku	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Monitoring mediów</li> </ul>
Wymiana doświadczeń	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba grup roboczych</li> <li>▪ Liczba spotkań grup roboczych</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- min.. 1 grupa robocza</li> <li>- min. 30 spotkań grup roboczych</li> </ul>	min. 2 razy w roku	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sprawozdania ze spotkań</li> </ul>
Badanie ewaluacyjne	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Liczba ocen, ekspertyz, analiz, studiów, opracowań i koncepcji wykonanych przez ewaluatorów zewnętrznych</li> </ul>	- min. 4 raportów	Co najmniej na koniec każdego roku kalendarzowego	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Statystyki dot. ewaluacji (raportów)</li> </ul>

**Uzasadnienie: Aktualizacja wartości docelowych wskaźników podyktowana koniecznością dostosowania do obecnego stanu wdrażania RPO WL.**