



Strategia Komunikacji

Regionalnego

Programu Operacyjnego

Województwa

Zachodniopomorskiego

2014-2020

Wersja nr 3

SZCZECIN, listopad 2017 r.

Strona 1

Spis treści

Spis treści	2
WSTĘP	4
1. OKREŚLENIE SYTUACJI WYJŚCIOWEJ	5
1.1 DIAGNOZA	5
1.2 PODSTAWY PRAWNE	9
1.3 OPIS PRAC NAD DOKUMENTEM	9
1.4 INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA OPRACOWANIE I WDROŻENIE STRATEGII KOMUNIKACJI PROGRAMU	9
1.5 POZOSTAŁE INSTYTUCJE UCZESTNICZĄCE W PROCESIE REALIZACJI RPOWZ, MAJĄCE W KOMPETENCJACH KONTAKT Z WNIOSKODAWCAMI I BENEFICJENTAMI	11
1.5.1 Instytucja Zarządzająca RPOWZ	11
1.5.2 Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich	11
1.5.3 Instytucje Pośredniczące Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego	12
2 CEL GŁÓWNY I CELE SZCZEGÓŁOWE KOMUNIKACJI REGIONALNEGO PROGRAMU OPERACYJNEGO WOJEWÓDZTWA ZACHODNIOPOMORSKIEGO	14
3 GŁÓWNY KOMUNIKAT REGIONALNEGO PROGRAMU OPERACYJNEGO WOJEWÓDZTWA ZACHODNIOPOMORSKIEGO	15
4 STOSOWANIE GŁÓWNEGO KOMUNIKATU REGIONALNEGO PROGRAMU OPERACYJNEGO WOJEWÓDZTWA ZACHODNIOPOMORSKIEGO W DZIAŁANIACH INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH	16
4.1 KOMUNIKATY UZUPEŁNIAJĄCE REGIONALNEGO PROGRAMU OPERACYJNEGO WOJEWÓDZTWA ZACHODNIOPOMORSKIEGO	16
4.2 PERSPEKTYWY PREZENTACJI KORZYŚCI ORAZ STYL KOMUNIKACJI	17
5 GRUPY DOCELOWE I SPOSOBY KOMUNIKACJI Z NIMI	18
5.1 SEGMENTY GRUP DOCELOWYCH	18
5.2 GRUPY DOCELOWE PROGRAMU	18
5.3 MECHANIZM KOMUNIKACJI	19
5.4 ZAPEWNIENIE SZEROKIEGO, WIELOKANAŁOWEGO I UŻYTECZNEGO DOSTĘPU DO INFORMACJI I POMOCY	20
5.5 ZAPEWNIENIE SZEROKIEGO, WIELOKANAŁOWEGO I UŻYTECZNEGO DOSTĘPU DO INFORMACJI I POMOCY	24
5.5.1 Opis systemu wsparcia potencjalnych beneficjentów	24
5.5.2 Opis systemu wsparcia beneficjentów	24
5.6 PODSTAWOWE KANAŁY INFORMACJI	25
5.6.1 Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich – Główny Punkt Informacyjny	25
5.6.2 Portal Funduszy Europejskich	26

5.6.3	Instytucje Pośredniczące Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego	26
5.6.4	Serwis internetowy Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego	27
5.7	KOMUNIKACJA Z OSOBAMI Z RÓŻNYMI NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIAMI	28
6	KOORDYNACJA KOMUNIKACJI FUNDUSZY EUROPEJSKICH	31
6.1	WSPÓŁPRACA PRZY DZIAŁANIACH KOMUNIKACYJNYCH OBEJMUJĄCYCH WSZYSTKIE FUNDUSZE UWZGLĘDNIONE W UMOWIE PARTNERSTWA	31
6.2	KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA MIĘDZY INSTYTUCJAMI WDRAŻAJĄCYMI REGIONALNY PROGRAM OPERACYJNY WOJEWÓDZTWA ZACHODNIOPOMORSKIEGO	31
6.3	ZASADY PROWADZENIA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH	32
7	REALIZACJA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH W PARTNERSTWIE	34
7.1	WSPIERANIE POTENCJALNYCH BENEFICJENTÓW I BENEFICJENTÓW W DZIAŁANIACH INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH	34
7.2	WSPÓŁPRACA Z PARTNERAMI	36
7.3	KOMUNIKACJA Z MEDIAMI.....	37
7.4	KOMUNIKACJA Z LIDERAMI OPINII.....	38
8	OCENA EFEKTÓW STRATEGII.....	40
8.1	OCENA REALIZACJI CELÓW STRATEGII	40
8.2	OCENA BIEŻĄCA DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH	47
8.3	MONITORING DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH.....	47
8.4	SPRAWOZDAWCZOŚĆ	48
9	RAMOWY HARMONOGRAM	49
10	ROCZNA AKTUALIZACJA DZIAŁAŃ.....	50
11	WIZUALIZACJA.....	51
12	SZACUNKOWY BUDŻET NA REALIZACJĘ STRATEGII	56
13	WYKAZ SKRÓTÓW	57
14	SPIS ILUSTRACJI ORAZ TABEL	58

WSTĘP

Strategia Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020 (SK-RPO) jest dokumentem określającym podstawowe warunki i procedury prowadzenia na potrzeby Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020 działań informacyjnych i promocyjnych w regionie. W podstawowych założeniach nawiązuje do zapisów Strategii Komunikacji Polityki Spójności na lata 2014-2020.

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

Naczelną zasadą komunikacji, która obowiązuje wszystkie instytucje, jest przekazywanie potencjalnym beneficjentom i beneficjentom informacji rzetelnej, wystarczającej i w odpowiednim czasie/z odpowiednim wyprzedzeniem.

Strategia Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020 określa cele i instrumenty promocji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego, odbiorców, do których kierowana jest informacja, a także założenia polityki szkoleniowej oraz komunikację i podział zadań pomiędzy podmiotami realizującymi plan; zawiera ponadto ogólny harmonogram podejmowanych działań i sposób ich finansowania.

Za tworzenie, koordynację oraz realizację Strategii Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020 odpowiada Instytucja Zarządzająca RPO WZ, a w jej strukturze Biuro Promocji w Gabinetcie Marszałka (GM-IV).

Dokumentem wykonawczym Strategii Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020 jest Roczny Plan Działań Informacyjnych i Promocyjnych Regionalnego Programu Operacyjnego 2014-2020 (RPD-RPO). Roczny Plan Działań Informacyjnych i Promocyjnych Regionalnego Programu Operacyjnego 2014-2020 przygotowuje Instytucja Zarządzająca RPO WZ we współpracy z Instytucjami Pośredniczącymi RPO WZ.

1. OKREŚLENIE SYTUACJI WYJŚCIOWEJ

1.1 DIAGNOZA

Diagnoza, czyli opis sytuacji wyjściowej, sporządzona jest w oparciu o badania, analizy i dotychczasowe doświadczenia. Uwzględnia ona kierunki wskazane w horyzontalnej Strategii Komunikacji Polityki Spójności na lata 2014-2020.

Badania, na których została oparta to:

- Raport końcowy z Badania pt.: Ocena działań informacyjno-promocyjnych podejmowanych w ramach RPO WZ w latach 2007-2013 w województwie zachodniopomorskim oraz rekomendowanie działań informacyjno-promocyjnych w nowej perspektywie finansowej, EGO s.c. Warszawa 2014 (na zlecenie IZ RPO)
- Meta-ewaluacja wyników dotychczasowych badań ewaluacyjnych i innych dokumentów (wniosków i rekomendacji) dotyczących informacji i promocji Funduszy Europejskich oraz poszczególnych programów operacyjnych, (robione na potrzeby MliR), EGO s.c. Warszawa 2013
- Badania trackingowe MliR, monitorujące podstawowe wskaźniki świadomości, znajomości i wizerunku Funduszy Europejskich, realizowane na potrzeby MliR, TNS Polska S.A., 2014 r.
- Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza odbioru społecznego tych działań, Edycja 2014 Realizacja Sp. z o.o. (na zlecenie MliR)

W ramach realizacji Planu Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013 od 2007 roku prowadzono bardzo różnorodne działania informacyjno-promocyjne skierowane do ogółu mieszkańców województwa. Charakteryzowały się one dużym zróżnicowaniem, szerokim zasięgiem i stosunkowo dużą efektywnością. Zróżnicowanie wynikało przede wszystkim z etapów realizacji RPO WZ i różnych potrzeb (przede wszystkim potencjalnych beneficjentów oraz beneficjentów na różnych etapach realizowanych projektów).

W wyniku tych działań (w ramach komunikacji jednostronnej) znajomość problematyki Funduszy Europejskich, logotypów RPO WZ oraz świadomość korzyści płynących z FE jest wśród mieszkańców województwa zachodniopomorskiego wysoka. Takie wyniki pokazuje raport z „Oceny działań informacyjno-promocyjnych...” (EGO, 2014).¹ Do wyniku badania świadomościowego przyczyniają się także kampanie ogólnopolskie prowadzone przez MliR. Niska, choć wciąż rosnąca jest natomiast znajomość zarówno spontaniczna jak i wspomagana samej nazwy Programu Regionalnego; jest to zjawisko charakterystyczne dla całej Polski. Według „Badania efektów... (Realizacja 2014) z określeniem „Regionalny program Operacyjny Województwa Zachodniopomorskiego” spotkało się 23% mieszkańców regionu, przy 39% dla ogółu Polaków. W badaniu „Ocena działań...” (EGO 2014) zmienna ta wyniosła dla Zachodniopomorskiego 29%.

¹ Wyniki te są rozbieżne z „Badaniem efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza odbioru społecznego tych działań”, Edycja 2014, w którym, w rozdziale dotyczącym województwa zachodniopomorskiego czytamy: „Dwóch na trzech mieszkańców Pomorza Zachodniego uważa, że życie mieszkańców Polski poprawia się dzięki wykorzystaniu Funduszy Europejskich (...) Jednocześnie mieszkańcy, rzadziej niż ogół Polaków twierdzili, że dostrzegają zmiany w najbliższym otoczeniu dzięki wykorzystaniu FE (52% vs 68% wśród ogółu Polaków) oraz że osobiście korzystają z FE lub ze zmian, jakie dzięki nim zachodzą (51% vs 57% wśród ogółu Polaków). Te rozbieżności w wynikach dwóch badań są efektem odmiennych metodologii przyjętych do przeprowadzenia ewaluacji. Fakt ten, że różne sposoby agregacji danych wpływ w znaczącym stopniu na odsetek pozytywnych i negatywnych odpowiedzi jest wskazówką do planowania ewaluacji i może przyczynić się do obiektywizacji wyników badań w przyszłości.

Teksty związane z realizacją RPO oceniane są przez ewaluatora (Ocena... EGO 2014) jako trudne i zrozumiałe przede wszystkim dla czytelników z wykształceniem wyższym. Badający wskazują, że należy je uprościć, przede wszystkim: napisać mniej fachowo, mniej technicznie, mniej żargonowo. Pozytywnie oceniony jest fakt, że komunikacja RPO WZ – inaczej niż w pozostałych badanych województwach – jest mało obciążona żargonem dotacyjnym.² Poddane analizie teksty drukowane mało różnią się pod względem przystępności języka. Cecha ta jest o tyle pożądana, że daje poczucie spójnej strategii komunikowania w regionie. Warto utrzymać ten trend, dążąc do możliwie prostego komunikowania treści związanych z RPO w tekstach skierowanych do ogółu mieszkańców. Warto też, aby teksty skupiały się na osobach i ich działaniach, a także na języku korzyści, unikając częstego używania słowa „nie”. Wizualny (semiotyczny) aspekt analizowanych materiałów oceniony jest pozytywnie. Przekazy są spójne co do narracji wizualnej i emocji, które mają przekazywać. Badacze zwracają uwagę na konieczność poprawienia, jakości i spójności graficznej materiałów oraz na konieczność stosowania większej liczby infografik.

Najbardziej efektywnym narzędziem komunikacji jednostronnej (główne działania promocyjne w mediach ATL) były działania prowadzone w prasie oraz przy użyciu reklamy zewnętrznej, a najbardziej atrakcyjną formą promocji były działania prowadzone w Internecie.

W zakresie komunikacji dwustronnej najważniejsze (dla beneficjentów) są strony internetowe, na drugim miejscu kontakty osobiste lub telefoniczne z pracownikami zajmującymi się danym zagadnieniem w punkcie kontaktowym WWRPO (opiekunowie projektów); na trzecim miejscu pozostają szkolenia.

Inne rekomendowane przez beneficjentów formy informowania to specjalistyczne szkolenia branżowe i sektorowe (tzw. szkolenia specjalistyczne) oraz przesyłany mailem newsletter, który IZ RPO dystrybuje regularnie od kilku lat.

Równie wysoko został oceniony dotychczasowy poziom dopasowania istniejących kanałów i treści informacyjnych do potrzeb beneficjentów. Jedynym problemem, na który zwracali uwagę badani, było zbyt długie oczekiwanie na rozstrzygnięcie konkursów czy wypłatę środków, co pośrednio sugeruje z jednej strony konieczność uproszczeń, z drugiej konieczność informowania nt długości i skrupulatności postępowań selekcyjnych w konkursach. Jeżeli chodzi o potrzeby związane z perspektywą 2014-2020, postulaty badanych dotyczyły przede wszystkim podkreślenia w komunikatach tego, co zmieni się w porównaniu z poprzednim okresem – to zadanie IZ RPO realizuje konsekwentnie od początku roku 2014 i będzie ono stopniowo wygaszane, w miarę postępów edukacyjnych odbiorców.

Mieszkańcy, pytani o to w których obszarach realizowane są ich zdaniem projekty z RPO WZ 2007-2013, najczęściej wymieniali inwestycje infrastrukturalne (budowa dróg i transport publiczny, rozwój miast) oraz działania z obszaru rynku pracy (dotacje na założenie działalności gospodarczej oraz szkolenia i staże dla bezrobotnych). Na trzecim miejscu wymieniano turystykę i dziedzictwo kulturowe, a także środowisko i przyjazną mu energetykę. Z kolei najrzadziej wymienianymi obszarami objętymi wsparciem RPO są ochrona zdrowia i system ratownictwa oraz sieci internetowe i usługi elektroniczne.

Polityka szkoleniowa IZ RPO w poprzedniej perspektywie była prawidłowa, stanowiła właściwą odpowiedź na zapotrzebowanie beneficjentów, zarówno w zakresie ilościowym (dostępność

² Poniższe informacje pochodzą z badania: „Ocena działań informacyjno-promocyjnych podejmowanych w ramach RPO WZ w latach 2007-2013 w województwie zachodniopomorskim oraz rekomendowanie działań informacyjno-promocyjnych w nowej perspektywie finansowej”, EGO s.c. Warszawa 2014 (na zlecenie IZ RPO)

szkoleń), jak i jakościowym (poziom merytoryczny szkoleń). Wyzwaniem dla polityki szkoleniowej jest obecnie odpowiednie formatowanie treści (określenie potrzeb informacyjnych potencjalnych uczestników i dopasowanie poziomu szkolenia do tych potrzeb) ze względu na różnorodne doświadczenie przysyłanych podmiotów aplikujących o środki oraz organizowanie szkoleń we właściwym momencie w kontekście kalendarza naborów.³ Sprofilowanie szkoleń w stosunku do wiedzy i umiejętności beneficjentów pozwoli na zwiększenie efektywności polityki szkoleniowej.

W ramach komunikacji z przedstawicielami mediów i środowisk opiniotwórczych stwierdzono, że media lokalne skupiają się przede wszystkim na korzyściach wynikających z realizacji projektów oraz wielkości wydatkowanych środków - swoje zainteresowanie problematyką FE motywują ich wpływem na rozwój regionu i warunki życia mieszkańców, oraz możliwością pozyskania środków przeznaczonych na reklamę. Przeprowadzona analiza prasy dowodzi, że w publikacjach dominuje kontekst pozytywny, jednak media nie unikają poruszania obszarów problemowych, opisując błędy, niedociągnięcia i trudności związane z ubieganiem się o fundusze i realizacją projektów. Mimo to kontekst negatywny miało tylko 3,7% przekazów. Dominacja przekazów pozytywnych wynika z jednej strony z dobrej realizacji programów europejskich w województwie, z drugiej z dobrej współpracy IZ z przedstawicielami mediów. Współpraca między instytucjami odpowiedzialnymi za działania informacyjno-promocyjne a mediami postrzegana jest pozytywnie przez obie strony dzięki:

- 1) Dobrej pracy Biura Prasowego i innych urzędników odpowiedzialnych za kontakty z mediami;
- 2) Podtrzymywaniu kontaktów wypracowanych w trakcie umów na publikację materiałów promocyjnych.

Do najważniejszych ograniczeń we współpracy można zaliczyć:

- Oczekiwanie ze strony mediów na płatne kontrakty promocyjne,
- Strukturę i zasięg mediów regionalnych,
- Niedostateczną współpracę na linii media – beneficjenci.

Przedstawiciele partnerów społecznych i partnerów gospodarczych oraz środowisk opiniotwórczych to grupa trudna do zdefiniowania, ze względu na to, że jej członkowie pochodzą z różnych środowisk, reprezentują różne branże, mają zróżnicowane zainteresowania zawodowe i interesy, niekiedy nawet sprzeczne (np. związki zawodowe i pracodawcy). Natomiast grupa ta najczęściej poszukuje właściwych dla siebie informacji za pomocą Internetu, a także, choć w mniejszym stopniu, na różnego rodzaju spotkaniach, jako dających możliwość bezpośredniego przedyskutowania interesujących ją kwestii. Podobnie jak w środowisku medialnym i beneficjentów cenne są dla niej zindywidualizowane źródła informacji, ukierunkowane na konkretne branże i obszary problemowe, w tym agregowane terytorialnie. Z kolei ta część środowiska, do której należą decydenci, eksperci i naukowcy zainteresowana jest przekrojowymi informacjami na temat efektywności wydatkowanych środków i rzeczywistych skutków realizowanych programów/projektów. Cenią oni sobie również sprofilowane działania

³ „Ocena działań...” EGO 2014. W rozdziale 2.2 Komunikacja dwustronna, badani beneficjenci podkreślają konieczność rozszerzenia oferty szkoleniowej dla osób o większym doświadczeniu i możliwie wczesnego organizowania szkoleń, tak by można je było odbyć przed terminem naboru czy rozliczenia projektu. W opinii ewaluatora warto położyć nacisk na to, by zawartość programu szkoleń była rozwinięciem i pogłębieniem powszechnie dostępnych informacji, a także uczyła wykorzystywania ich w praktyce.

informacyjne, w tym konferencje. Zwykle też zajmują się kwestiami dotyczącymi własnych projektów.

Serwis internetowy RPO WZ 2014-2020 dostosowany jest przede wszystkim do potrzeb beneficjentów. Mogą oni w relatywnie szybki i intuicyjny sposób znaleźć najważniejsze dla siebie informacje dotyczące Programu Regionalnego.

System koordynacji i realizacji działań nie wykazuje istotnych problemów, które w znaczący sposób ograniczałyby efektywność podejmowanych działań. Niektóre obszary koordynacji, np. w ramach Inicjatywy JEREMIE przebiegają zupełnie bezproblemowo. Występują jednak takie obszary, które warto udoskonalić. Przede wszystkim należy doprecyzować rolę Biura Promocji (podkreślić jego koordynacyjną rolę w stosunku do innych biur w obszarze polityki komunikacyjnej RPO), mocniej usieciwić biuro i zintensyfikować jego współpracę z innymi biurami oraz poprawić relację z Biurem ds. Punktów Informacyjnych.

Odnosnie działań we współpracy z przyszłymi IP widać po pierwsze, że działania IP opierają się na solidnych podstawach teoretycznych związanych z rozpoznaniem otoczenia, w którym prowadzone miały być działania informacyjno-promocyjne. Wiedza pozyskiwana w ramach badań i ekspertyz była stale uzupełniana, aktualizowana i pogłębiana poprzez działania ewaluacyjne prowadzone przez pracowników WUP, np. przez przeprowadzanie i analizę wyników ankiet przeprowadzonych wśród uczestników szkoleń w regionie. Po drugie trzeba pamiętać, że WUP był od początku realizacji perspektywy wspierany przez dwa Regionalne Ośrodki EFS. Podmioty te zajmowały się szeroko pojętym animowaniem działań potencjalnych beneficjentów (oddziaływanie na stronę popytową – liczbę składanych projektów), a także działalnością szkoleniowo-doradczą (oddziaływanie na stronę jakościową – poziom składanych wniosków oraz jakość realizacji projektów).

Należy pamiętać, że zakres działalności szkoleniowej i doradczej w ramach PO KL na terenie województwa zachodniopomorskiego pokrywał się częściowo z zakresem podobnej działalności w RPO WZ. Wynikało to z podmiotowej tożsamości niektórych beneficjentów, którzy uprawnieni byli zarówno do korzystania ze środków PO KL, jak i RPO WZ. Zakres merytoryczny szkoleń był już jednak zasadniczo różny, chociażby ze względu na odmienne regulacje, np. związane z kwalifikowalnością kosztów projektów, czy też zakresem merytorycznym projektów. Czasami działania w ramach PO KL podejmowane były w sposób doraźny, w związku ze stwierdzonymi problemami z zainteresowaniem konkretnymi konkursami (np. intensyfikacja działań informacyjnych w niektórych powiatach, w których złożono mniejszą liczbę wniosków o wsparcie na zakładanie działalności gospodarczej). Doświadczenie w realizacji działań promocyjnych mają także pracownicy Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej (WFOŚi GW). Istotne więc jest wsparcie ZIT jako IP dla RPOWZ.

Warto podkreślić, że na przestrzeni lat Wojewódzki Urząd Pracy oraz Urząd Marszałkowski Województwa Zachodniopomorskiego wspólnie organizowały ważne inicjatywy z zakresu informacji i promocji, co pozwalało pokazać różnym grupom odbiorców w sposób zintegrowany, jakie korzyści odnosi region z wdrażania różnych programów (PO KL i RPO WZ). Podsumowując, można więc powiedzieć, że działania informacyjno-promocyjne realizowane przez IZ RPO WZ oraz

IP POKL na terenie województwa zachodniopomorskiego, wypełniały ideę „jedność w różnorodności” wskazaną w Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich na lata 2007-2013.

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 Strategię komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 (dalej: Strategia PS), Instytucja Zarządzająca, zgodnie z przepisami art. 116 rozporządzenia ogólnego oraz zgodnie z zapisami rozdz. 5.6 „Informacja i promocja” Umowy partnerstwa oraz horyzontalnymi Wytycznymi w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020 (rozdz. 3 podrozdział 2), opracowała Strategię komunikacji RPO WZ 2014-2020 będącą podstawą prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych dla programu, zwana dalej Strategią.

1.3 OPIS PRAC NAD DOKUMENTEM

Strategia była konsultowana z Instytucjami Pośredniczącymi RPO WZ oraz komórkami merytorycznymi w obrębie samej IZ RPO WZ.

Prace nad projektem Strategii komunikacji zostały rozpoczęte w trzecim kwartale 2014 roku, bazując na zapisach zawartych w projekcie Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 oraz w Szablonie dla strategii komunikacji programów krajowych i regionalnych stworzonym przez Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju (IK UP).

W kwietniu 2015 roku projekt Strategii został przekazany do konsultacji Instytucji Pośredniczących (IP). Przed skierowaniem projektu Strategii komunikacji do zatwierdzenia przez IK UP, został on opracowany we współpracy odpowiednich komórek zajmujących się informacją i promocją ulokowanych w IZ RPO.

1.4 INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA OPRACOWANIE I WDROŻENIE STRATEGII KOMUNIKACJI PROGRAMU

Instytucją odpowiedzialną za opracowanie, we współpracy z Instytucjami Pośredniczącymi, oraz wdrożenie Strategii Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020 jest Zarząd Województwa Zachodniopomorskiego pełniący funkcję Instytucji Zarządzającej Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Zachodniopomorskiego.

Struktura organizacyjna w zakresie realizacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego obejmuje:

- Wydział Wdrażania RPO,
- Wydział Wdrażania Działań Środowiskowych RPO,
- Wydział Zarządzania Strategicznego,
- Gabinet Marszałka – Biuro Promocji

Komórką w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Zachodniopomorskiego odpowiedzialną za opracowanie i wdrożenie Strategii oraz jej monitoring i ocenę, a także za realizację działań komunikacyjnych oraz koordynację działań komunikacyjnych na temat RPO WZ jest:

Gabinet Marszałka

Pl. Hołdu Pruskiego 8
70-550 Szczecin,
tel.: 91 44 19 102
e-mail: gabinet.marszal@wzp.pl

Komórką odpowiedzialną za realizację działań informacyjnych oraz polityki szkoleniowej w ramach IZ RPO w zakresie szkoleń dla pracowników, beneficjentów oraz potencjalnych beneficjentów (zarówno szkolenia specjalistyczne jak i szkolenia z dokumentacji aplikacyjnej jest:

Wydział Zarządzania Strategicznego

Ul. Wyszyńskiego 30
70-230 Szczecin,
tel.: 91 44 11 171, - 623
email: wzs@wzp.pl

Komórką odpowiedzialną za prowadzenie Serwisu internetowego RPO WZ jest:

Wydział Zarządzania Strategicznego

Ul. Wyszyńskiego 30
70-230 Szczecin
tel.: 91 44 11 198
email: serwisrpo@wzp.pl

W ramach instytucji pośredniczących, komórkami odpowiedzialnymi za opiniowanie, realizację oraz monitoring Strategii komunikacji są:

Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie :

Wydział Zarządzania EFS

Biuro Informacji i Promocji EFS w Szczecinie

Ul. A. Mickiewicza 41,
70-383 Szczecin
tel.: 91 42 56 163/ 204
e-mail: efs@wup.pl

Biuro Informacji i Promocji EFS w Koszalinie

Ul. Słowiańska 15a
75-846 Koszalin
tel.: 94 34 45 025
e-mail: efskoszalin@wup.pl

Stowarzyszenie Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego

pl. Jana Kilińskiego 3
71-414 SZCZECIN
Tel. 91 421 71 60

email: biuro@som.szczecin.pl

Koszalińsko-Kołobrzesko-Białogardzki Obszar Funkcjonalny

Urząd Miejski w Koszalinie

Ul. Rynek Staromiejski 6-7

75-007 Koszalin

Tel. 94 34 88 600

um.koszalin@um.koszalin.pl

1.5 POZOSTAŁE INSTYTUCJE UCZESTNICZĄCE W PROCESIE REALIZACJI RPOWZ, MAJĄCE W KOMPETENCJACH KONTAKT Z WNIOSKODAWCAMI I BENEFICJENTAMI

1.5.1 Instytucja Zarządzająca RPOWZ

Komórką odpowiedzialną za zadania wdrażające m.in. przygotowywanie dokumentacji aplikacyjnej, ogłaszanie i realizację konkursów, w tym kontakty z wnioskodawcami i potencjalnymi wnioskodawcami, a także za współpracę z beneficjentami poprzez opiekunów projektów w zakresie powierzonych im zadań w Województwie Zachodniopomorskim pełni:

Wydział Wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego

Ul. Wyszyńskiego 30

70-230 Szczecin

Tel.91-44-11-100

wwrpo@wzp.pl

Wydział Wdrażania Działań Środowiskowych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego

ul. Jagiellońska 32 lokal 5U/1

70-382 Szczecin

Tel. 91- 44-10-300

e-mail: wwds@wzp.pl

1.5.2 Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich

Sieć Punktów Informacyjnych w województwie zachodniopomorskim obejmuje:

Główny Punkt Informacyjny Funduszy Europejskich w Szczecinie, ul. Kuśnierska 12b,

oraz

Lokalne Punkty Informacje Funduszy Europejskich w województwie zachodniopomorskim:

- Lokalny Punkt Informacyjny Funduszy Europejskich w Koszalinie, al. Monte Cassino 2,
- Lokalny Punkt Informacyjny Funduszy Europejskich w Pyrzycach, ul. Lipiańska 4,
- Lokalny Punkt Informacyjny Funduszy Europejskich w Gryficach, Plac Zwycięstwa 37,
- Lokalny Punkt Informacyjny Funduszy Europejskich w Szczecinku, ul. 28 lutego 16,

1.5.3 Instytucje Pośredniczące Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego

1.5.3.1 Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie

Wojewódzki Urząd Pracy (WUP) w Szczecinie na mocy porozumienia z Województwem Zachodniopomorskim jest Instytucją Pośredniczącą Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego. WUP jest odpowiedzialny za wdrażanie priorytetów:

- VI Rynek pracy,
- VII Włączenie społeczne,
- VIII Edukacja,

współfinansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego.

Adres siedziby:

Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie

Wydział Zarządzania EFS

Biuro Informacji i Promocji EFS w Szczecinie

Ul. A. Mickiewicza 41

70-383 Szczecin

Tel.: 91 42 56 163/204

e-mail: efs@wup.pl

Biuro Informacji i Promocji EFS w Koszalinie

Ul. Słowiańska 15a

75-846 Koszalin

tel.: 94 34 45 025

e-mail: efskoszalin@wup.pl

Biura Informacji i Promocji EFS w Szczecinie oraz Koszalinie stanowią również Punkty Kontaktowe dla Beneficjentów RPO WZ 2014-2020.

W ramach działań powierzonych Wojewódzkiemu Urzędowi Pracy do kontaktu z beneficjentami na etapie aplikowania o środki zostało stworzone Biuro Informacji i Promocji EFS w Szczecinie i Koszalinie, o których mowa powyżej. Kontakt z beneficjentem będą miały także pozostałe Wydziały/Biura w zależności od rodzaju i etapu działania:

Wydziały wdrażające mają kontakt z beneficjentem w trakcie realizacji projektu (wszystkie kwestie związane z realizacją projektu - opiekun projektu):

- **Wydział Aktywizacji Zawodowej i Przedsiębiorczości EFS,**
- **Wydział Integracji Społecznej EFS,**
- **Wydział Edukacji EFS.**

Wydział Oceny Projektów EFS ma kontakt z beneficjentem na etapie oceny projektów, w przypadku projektów pozakonkursowych na etapie przygotowania projektu i oceny.

Dane teleadresowe:

Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie

Ul. A. Mickiewicza 41,
70-383 Szczecin
sekretariat@wup.pl
Tel. 91-42-56-101
Fax 91-42-56-103

1.5.3.2 Stowarzyszenie Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego

Stowarzyszenie Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego (SSOM) jako Instytucja Pośrednicząca dla wdrożenia instrumentu Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych (ZIT) w Szczecińskim Obszarze Metropolitalnym w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014 – 2020 na mocy porozumienia z Województwem Zachodniopomorskim

Adres siedziby:

Stowarzyszenie Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego

Pl. Jana Kilińskiego 3
71-414 Szczecin
tel. 91 421 71 60

1.5.3.3 Koszalińsko-KołobrzESCO-Białogardzki Obszar Funkcjonalny

Gmina Miasto Koszalin jako Instytucja Pośrednicząca dla wdrożenia instrumentu Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych (ZIT) w Koszalińsko – KołobrzESCO – Białogardzkim Obszarze Funkcjonalnym (KKBOF) na mocy porozumienia.

Adres siedziby:

Urząd Miejski w Koszalinie
Ul. Raławicka 6-7
75-007 Koszalin
Tel. 94 34 88 600
um.koszalin@um.koszalin.pl

2 CEL GŁÓWNY I CELE SZCZEGÓŁOWE KOMUNIKACJI REGIONALNEGO PROGRAMU OPERACYJNEGO WOJEWÓDZTWA ZACHODNIOPOMORSKIEGO

Cele komunikacji są spójne ze zmianami gospodarczymi, społecznymi i kulturowymi, jakie się dokonają w Polsce w latach 2014-2020. Cele komunikacji Funduszy Europejskich wynikają również z obowiązków dotyczących informacji i promocji zawartych w Rozporządzeniu ogólnym. Należą do nich:

- informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach finansowania w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego;
- wzmocnienie potencjału beneficjentów w zakresie zarządzania EFSI i ich wykorzystania (poprzez zapewnienie beneficjentom informacji potrzebnych do realizacji projektów na ich różnych etapach);
- upowszechnianie wśród mieszkańców województwa roli oraz osiągnięć polityki spójności i funduszy przez działania informacyjne i komunikacyjne na temat rezultatów i oddziaływania programu, jego projektów i w stosownym zakresie Umowy partnerstwa.

Cel nadrzędny Strategii komunikacji:

Komunikacja Funduszy Europejskich wspomaga wykorzystanie środków z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego dla realizacji celów rozwojowych regionu.

Cele szczegółowe Strategii komunikacji:

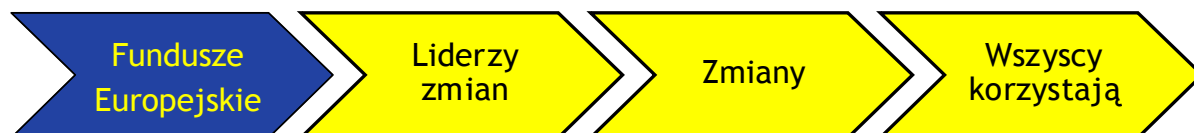
1. Komunikacja Funduszy Europejskich aktywizuje mieszkańców województwa zachodniopomorskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego
2. Komunikacja Funduszy Europejskich w województwie zachodniopomorskim wspiera beneficjentów Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego w realizacji projektów
3. Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa zachodniopomorskiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich
4. Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców województwa dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie zachodniopomorskim

3 GŁÓWNY KOMUNIKAT REGIONALNEGO PROGRAMU OPERACYJNEGO WOJEWÓDZTWA ZACHODNIOPOMORSKIEGO

Główny komunikat stanowi punkt odniesienia dla wszystkich działań informacyjno-promocyjnych podejmowanych w latach 2014-2020 przez poszczególne instytucje zaangażowane w proces komunikacji RPO WZ 2014-2020. Każdy temat kampanii informacyjno-promocyjnej i każda idea kreatywna niezależnie od instytucji realizującej działania oraz poziomu realizacji działań powinna być zgodna z poniższym komunikatem:

Fundusze Europejskie wspierają tych, którzy realizując dobre pomysły, zwiększają możliwości i poprawiają jakość życia mieszkańców województwa zachodniopomorskiego

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



Rys. 3.1 Główny komunikat perspektywy 2014-2020

4 STOSOWANIE GŁÓWNEGO KOMUNIKATU REGIONALNEGO PROGRAMU OPERACYJNEGO WOJEWÓDZTWA ZACHODNIOPOMORSKIEGO W DZIAŁANIACH INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH

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

ROLA FUNDUSZY EUROPEJSKICH

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 ZACHODNIOPOMORSKIEGO

- Fundusze Europejskie wspierają obszary województwa o największym potencjale rozwoju, które są gwarancją szybkiej zmiany.
- Fundusze Europejskie zwiększają możliwości mieszkańców regionu i stwarzają im nowe szanse.
- Fundusze Europejskie wspomagają integrację społeczną i wspólne działanie społeczności lokalnych.
- Fundusze Europejskie wprowadzają mieszkańców w erę rozwoju cyfrowego opartego na informacji i wiedzy.
- Fundusze Europejskie zmieniają otoczenie człowieka na bardziej przyjazne, czyste i przyczyniające się do jego dobrego samopoczucia i zdrowia.
- Fundusze Europejskie likwidują obszary wykluczenia społecznego i włączają wykluczonych do głównego nurtu twórczego i produktywnego życia.
- Fundusze Europejskie wspomagają integrację społeczeństwa i wspólne działania,
- Fundusze Europejskie przyczyniają się do specjalizacji gospodarczej, stawiając na wykorzystanie swoistych potencjałów regionu.
- Fundusze to (wielka) szansa na modernizację przedsiębiorstw i nawiązanie równej konkurencji.
- Jasne i stabilne zasady oraz procedury umożliwiają pozyskanie funduszy w ramach RPO WZ. Mówienie o nich i propagowanie ich to wspólny interes wszystkich mieszkańców województwa. Fundusze są administrowane przez kompetentne, pomocne i fachowe kadry.
- Fundusze Europejskie przyczyniają się do rozwoju obszarów województwa dotychczas marginalizowanych.
- Fundusze Europejskie wspierają sprawną, przyjazną i rozwiązującą problemy obywatela administrację.

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 POLSKA/REGION) w celu wzmocnienia 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 (POLSKA/REGION).

Styl komunikacji Funduszy Europejskich został opisany w Strategii komunikacji polityki spójności.

5 GRUPY DOCELOWE I SPOSOBY KOMUNIKACJI Z NIMI

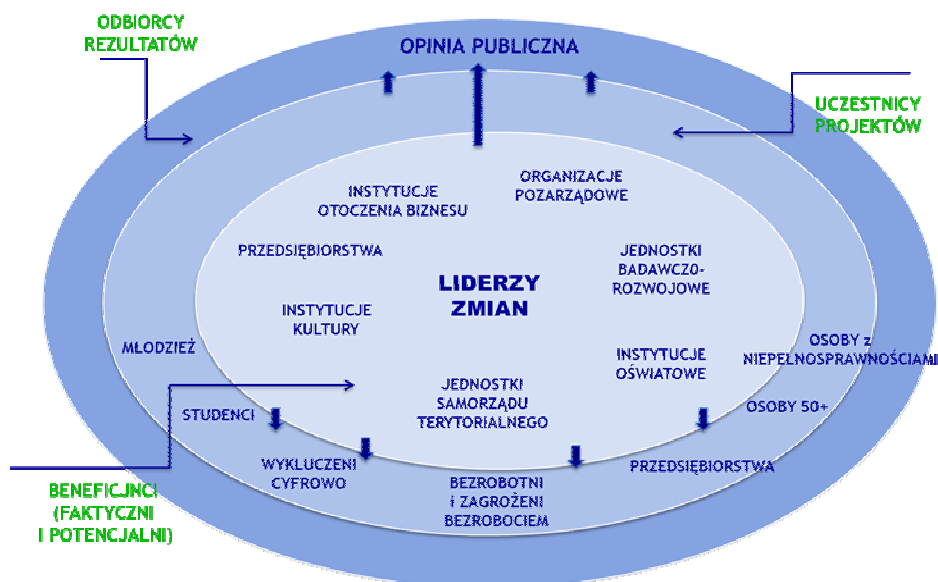
5.1 SEGMENTY GRUP DOCELOWYCH

Odbiorcą komunikatów o Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Zachodniopomorskiego jest każdy mieszkaniec województwa zachodniopomorskiego. Nie oznacza to jednakowej komunikacji do wszystkich grup 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.



Rys. 5.1 Segmenty odbiorców komunikacji i przykładowe grupy docelowe komunikacji

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.

Liderzy odgrywają centralną rolę podmiotów promujących Regionalny Program Operacyjny Województwa Zachodniopomorskiego; są grupą priorytetową z punktu widzenia realizacji celów rozwojowych kraju i jego regionów.

5.2 GRUPY DOCELOWE PROGRAMU

Odbiorcy komunikacji zostali podzieleni na trzy segmenty z punktu widzenia ich zaangażowania w proces zmian:

- **beneficjenci** (faktyczni i potencjalni) to segment bezpośrednio zaangażowany we wprowadzanie zmian, osoby i organizacje ubiegające się lub mogące się ubiegać

o współfinansowanie projektów ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego – są to liderzy zmian,

- **uczestnicy** projektów (faktyczni i potencjalni) to osoby aktywnie uczestniczące w projektach wspieranych przez Regionalny Program Operacyjny Województwa Zachodniopomorskiego, wśród których szczególne znaczenie mają członkowie grup społecznych stojących przed wyzwaniami/problemami mogącymi ograniczać ich udział w życiu społecznym i gospodarczym; osoby te mogą skorzystać lub korzystają z efektów projektów realizowanych przez liderów zmian,
- **odbiorcy** rezultatów rozumiani tu, jako szeroko pojęta opinia publiczna (mieszkańcy województwa), która jest ostatecznym adresatem i obserwatorem wszystkich zmian dokonujących się dzięki Funduszom Europejskim która świadomie lub nieświadomie korzysta z efektów tych zmian.

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.



Rys. 5.2 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.

ZAJNTERESUJ 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 promotora 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

Wielokanałowa, wielopoziomowa, użyteczna informacja skierowana do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów jest nieprzerwalnie (non-stop) dostępna. Portal: FE i Serwis RPO WZ zapewniają informację dostępną w trybie ciągłym, czyli przez 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu. Informacja płynie do odbiorcy za pośrednictwem wielu kanałów komunikacji, w szczególności:

- Portal www.funduszeuropejskie.gov.pl,
- Serwis internetowy Instytucji Zarządzającej RPO WZ: www.rpo.wzp.pl,
- Strony internetowe Instytucji Pośredniczących: www.wup.pl, www.wfos.szczecin.pl, www.som.szczecin.pl,
- Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich w województwie zachodniopomorskim,
- Media społecznościowe/aplikacja mobilna,
- Kontakt z opiekunami projektów,
- Materiały informacyjne instytucji zaangażowanych we wdrażanie RPO WZ,
- Konferencje i działania edukacyjne (szkolenia, seminaria, warsztaty).


Na różnych etapach ubiegania się o współfinansowanie i realizacji projektu występują różne potrzeby informacyjne. Informacja wielopoziomowa oznacza, że jest ona uporządkowana według stopnia zaawansowania potencjalnego beneficjenta/beneficjenta w tych procesach.

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

Poniższa tabela przedstawia przykładowe narzędzia, jakie mogą być wykorzystane na każdym etapie mechanizmu komunikacji z określonym segmentem grup docelowych (również z odbiorcami rezultatów).

Tabela 1. Narzędzia komunikacji - przykłady



ODBIORCY REZULTATÓW

Segment docelowych odbiorców	Mechanizm komunikacji	Przykładowe narzędzia komunikacji
ODBIORCY REZULTATÓW		Dotarcie pośrednie⁴: <ul style="list-style-type: none">• Kampanie reklamowe w mediach masowych,• Audycje i programy w mediach,• Reklama poprzez media społecznościowe,• Gry i konkursy (w tym realizowane z mediami),•

⁴ Dotarcie pośrednie obejmuje sposoby komunikacji z docelowymi odbiorcami za pomocą zewnętrznych mediów.

		<ul style="list-style-type: none"> • Działania PR w mediach, • Reklama szeptana. <p>Dotarcie bezpośrednie⁵:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Imprezy i wydarzenia promocyjne, • Portal Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego i system stron internetowych Funduszy Europejskich, • Gry i konkursy, • Reklama poprzez media społecznościowe • Aplikacje mobilne. <p>Działania edukacyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Informacje w mediach, np. wywiady z ekspertami, • Otwarte prezentacje, • Ulotki, przewodniki itp., • Gry i konkursy edukacyjne.
--	--	---


POTENCJALNI BENEFICJENCI I POTENCJALNI UCZESTNICY PROJEKTÓW


Segment docelowych odbiorców	Mechanizm komunikacji	Przykładowe narzędzia komunikacji
POTENCJALNI BENEFICJENCI/ POTENCJALNI UCZESTNICY PROJEKTÓW	 ZOBACZ	<p>Dotarcie pośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kampanie reklamowe w mediach masowych i profilowanych, • Informacje w mediach społecznościowych, • Mailingi, • Działania PR w mediach, • Reklama szeptana. <p>Dotarcie bezpośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Portal Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego i system stron internetowych Funduszy Europejskich, •
	 ZAINTERESU SIĘ	<p>Dotarcie pośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kampanie reklamowe w mediach profilowanych, • Informacje w mediach społecznościowych,

⁵ Dotarcie bezpośrednie obejmuje sposoby komunikacji z docelowymi odbiorcami bez pośrednictwa zewnętrznych mediów.

		<ul style="list-style-type: none"> • Mailingi, • Działania PR w mediach sprofilowanych, • Reklama szeptana. <p>Dotarcie bezpośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Portal Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego i system stron internetowych Funduszy Europejskich, • Informacja w PIFE, • Infolinia dla potencjalnych beneficjentów, • Konferencje, prezentacje i szkolenia, • Wizyty studyjne; <p>Działania edukacyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Przewodniki i instrukcje na stronach internetowych instytucji, • Informacja i doradztwo w PIFE, • Szkolenia, konferencje i spotkania informacyjne, • Publikacje/audycje edukacyjne w mediach specjalistycznych, • Otwarte prezentacje, • Ulotki, przewodniki drukowane itp.
--	--	--

BENEFICJENCI I UCZESTNICZY PROJEKTÓW

Segment docelowych odbiorców	Mechanizm komunikacji	Przykładowe narzędzia komunikacji
BENEFICJENCI / UCZESTNICZY PROJEKTÓW		<p>Dotarcie pośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reklama szeptana, <p>Dotarcie bezpośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Strony internetowe instytucji zarządzających lub pośredniczących, • Informacja i doradztwo w PIFE, • Infolinia dla beneficjentów, • Konferencje, prezentacje i szkolenia, • Drukowane lub elektroniczne materiały promocyjne. • Publikacja treści i materiałów zdjęciowych stworzonych przez beneficjentów, uczestników projektów (User Generated Content), <p>Działania edukacyjne:</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • Przewodniki i instrukcje na stronach internetowych instytucji, • Informacja i doradztwo w PIFE, • Szkolenia i konferencje, warsztaty i wizyty studyjne, • Publikacje/audycje edukacyjne w mediach, • „ • Ulotki, przewodniki, itp. materiały poligraficzne;
		<p>Dotarcie pośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Reklama szeptana, <p>Dotarcie bezpośrednie:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Portal i system stron internetowych FE, • Akcje premiujące rekomendacje⁶, • Wizyty studyjne • Publikacja materiałów, w tym rekomendacji innych beneficjentów.

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

Teksty, aby były zrozumiałe dla przeciętnego obywatela, należy je uprościć, przede wszystkim: napisać mniej fachowo, mniej technicznie, mniej żargonowo. Utrzymany zostanie trend małego obciążenia żargonem dotacyjnym, oraz utrzymania jednolitości przystępności języka. Cecha ta jest o tyle pożądana, że daje poczucie spójnej strategii komunikowania w badanym regionie, dążąc do możliwie prostego komunikowania treści związanych z RPO w tekstach skierowanych do ogółu mieszkańców. Teksty skupią się na osobach i ich działaniach, a także na języku korzyści, przy unikaniu używania słowa „nie”. Utrzymana zostanie dbałość o wizualny aspekt analizowanych materiałów. Przekazy muszą być spójne co do narracji wizualnej i emocji, które mają komunikować. Dodatkowo wzbogacone zostaną o infografiki i schematy w celu zwiększenia czytelności.

Teksty o charakterze wytycznych, poradników, informacji i reklam, których odbiorcami są beneficjenci i potencjalni beneficjenci poddane będą weryfikacji w zakresie przejrzystości tekstu. Tekst zostanie poddany analizie za pomocą Indeksu czytelności FOG (indeks mglistości tekstu) . Testy prowadzone będą przy użyciu narzędzia dostosowanego do specyfiki polszczyzny, zaś sama metoda zaczerpnięta z poradnika „Jak pisać o Funduszach Europejskich” (red. Prof. Jan Miodek, Warszawa 2010). Weryfikacji powinni dokonywać także przedstawiciele grup docelowych, do których przekaz jest kierowany.

Przy weryfikacji tekstu brany pod uwagę będzie cel przekazu i idący za nim język komunikatu, w tym struktura komunikatu, leksyka oraz styl. Przejrzystość osiągnąca będzie przez unikanie nadmiernej złożoności zdań oraz niezrozumiałych powszechnie pojęć (należy je wymienić na

⁶ Akcje zachęcające beneficjentów i uczestników projektów do rekomendowania korzystania z Funduszy Europejskich np. przez udział w programach, wypowiedzi dla prasy, wystąpienia na spotkaniach, wykorzystanie wizerunku w materiałach promocyjnych etc.

ogólne, potoczne odpowiedniki). Niedopuszczalne są błędy językowe. Konieczne będzie także stosowanie maksymalnej przejrzystości graficznej i przyjazny w odbiorze skład materiałów. 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.

5.5 ZAPEWNIENIE SZEROKIEGO, WIELOKANAŁOWEGO I UŻYTECZNEGO DOSTĘPU DO INFORMACJI I POMOCY

5.5.1 Opis systemu wsparcia potencjalnych beneficjentów

Instytucja Zarządzająca RPO WZ jest odpowiedzialna za wspieranie potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o środki pomocowe. Wspomniane obowiązki mają w znacznej mierze charakter informacyjny. Wszyscy - potencjalni beneficjenci, ale także inne zainteresowane strony – mogą uzyskać informacje na temat celów programu i możliwości finansowania.

Wsparcie obejmuje dotarcie pośrednie i bezpośrednie.

Dotarcie pośrednie obejmuje m.in.:

- Kampanie reklamowe w mediach masowych i profilowanych,
- Informacje w mediach społecznościowych,
- Mailingi,
- Działania PR w mediach,
- Reklama szeptana.

Dotarcie bezpośrednie obejmuje m.in.:

- Serwis Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego i system stron internetowych Funduszy Europejskich,
- Materiały informacyjne sieciowe (video prezentacje, podcasty),
- Informacja w PIFE,
- Infolinia dla potencjalnych beneficjentów,
- Konferencje, prezentacje i szkolenia,
- Wizyty studyjne.

Inną formą wsparcia są działania edukacyjne, w tym m.in.:

- Przewodniki, poradniki i instrukcje na stronach internetowych instytucji,
- Informacja i doradztwo w PIFE,
- Szkolenia, konferencje i spotkania informacyjne,
- Publikacje/audycje edukacyjne w mediach specjalistycznych,
- Otwarte prezentacje,
- Ulotki, przewodniki, poradniki i inne materiały drukowane .

5.5.2 Opis systemu wsparcia beneficjentów

Instytucja Zarządzająca RPO WZ udostępnia beneficjentom informacje, które są istotne dla realizacji projektów. W szczególności IZ RPO WZ zapewnia, że beneficjent otrzyma niezbędne dokumenty określające warunki uzyskanego wsparcia i szczegółowe wymagania dotyczące realizacji projektu.

Podobnie jak w przypadku potencjalnych beneficjentów, instytucje organizujące konkursy są odpowiedzialne za zorganizowanie działań informacyjnych i edukacyjnych gwarantujących właściwą realizację projektów.

Wsparcie beneficjentów obejmuje:

- Kontakt z opiekunem projektu, pracownikami merytorycznymi komórek Instytucji Zarządzającej oraz Instytucji Pośredniczących.
- Działania edukacyjne (konferencje, szkolenia, seminaria, warsztaty, spotkania itp.) dla beneficjentów w zakresie prawidłowej realizacji projektów, ulotki, przewodniki, drukowane i elektroniczne materiały informacyjne. Szczególnym przypadkiem podręcznika jest Poradnik beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji. Zostanie on uzupełniony o część dedykowaną realizacji RPO WZ.

Oprócz działań o charakterze stricte edukacyjnym, jak szkolenia, materiały informacyjne czy publikacje edukacyjne, w zależności od specyfiki działań, grupy docelowej, elementy edukacyjne mogą pojawić się również w innych narzędziach np. artykułach lub audycjach w mediach.

5.6 PODSTAWOWE KANAŁY INFORMACJI

5.6.1 Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich – Główny Punkt Informacyjny **Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich** zapewnia potencjalnym 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 konkretnego priorytetu i działania 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 programu dla osób poszukujących wsparcia,
- konsultacje na etapie przygotowywania wniosków/projektów,
- konsultacje na etapie realizacji projektów,
- wstępną pomoc w rozliczaniu projektów,
- indywidualne konsultacje u klientów,
- organizowanie spotkań informacyjnych oraz szkoleń dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów,
- portal internetowy zawiera informacje dotyczące spotkań informacyjnych i mobilnych punktów informacyjnych (tematyka, termin, miejsce, organizator).

Punkty sieci PIFE znajdują się na terenie całego kraju. Dodatkowo w celu zwiększenia dostępu do informacji o Funduszach Europejskich organizowane są mobilne punkty informacyjne w miejscowościach, w których nie ma siedziby PIFE.

Sieć PIFE będzie stale wspierana przez pracowników merytorycznych komórek Instytucji Zarządzającej oraz Instytucji Pośredniczących.

Ustanowiony zostanie system wymiany informacji. W każdym roku, instytucja przygotowująca Roczny Plan Realizacji Działań, będzie prowadzić szkolenia dla pracowników PIFE w regionie. Jednocześnie zgodnie z harmonogramem odzwierciedlającym harmonogram konkursów, pracownicy poszczególnych jednostek będą przekazywać informacje konsultantom PIFE. Harmonogram przekazywania informacji będzie uwzględniał czas na przyswojenie wiedzy i przygotowanie beneficjentów do konkursów.

5.6.2 Portal Funduszy Europejskich

W okresie programowania 2014-2020 funkcjonuje Portal Funduszy Europejskich stworzony i prowadzony przez IK UP, poświęcony informacjom na temat środków unijnych w Polsce, prezentujący zarówno wiadomości dla potencjalnych beneficjentów, jak i beneficjentów oraz szeroko rozumianego społeczeństwa.

Portal zapewnia m.in. możliwość uzyskania informacji na temat wszystkich programów operacyjnych i realizowanych w ich ramach naborów wniosków. Dostępne są harmonogramy programowania i konsultacji społecznych wszystkich programów polityki spójności.

Jednym z elementów Portalu Fundusze Europejskie jest wyszukiwarka dotacji, która obejmuje zarówno dotacje, jak i instrumenty zwrotne dostępne w ramach krajowych i regionalnych programów, wybrane działania Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich i Programu Operacyjnego „Rybnactwo i Morze” oraz możliwości otrzymania dofinansowania przez osoby fizyczne.

PFE zawiera także wykaz operacji, w podziale na programy operacyjne i fundusze, w formie arkusza kalkulacyjnego, który umożliwia sortowanie danych, ich przeszukiwanie, wyciąganie, porównywanie i ich łatwe publikowanie w Internecie.

Za aktualizację informacji w obszarze RPO WZ 2014-2020 na PFE oraz uzupełnianie wyszukiwarki dotacji odpowiedzialne są instytucje biorące udział we wdrażaniu Programu.

5.6.3 Instytucje Pośredniczące Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego

5.6.3.1 Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie

Wojewódzki Urząd Pracy (WUP) w Szczecinie na mocy porozumienia z Województwem Zachodniopomorskim jest Instytucją Pośredniczącą Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego. WUP jest odpowiedzialny za wdrażanie priorytetów:

- VI Rynek pracy,
- VII Włączenie społeczne,
- VIII Edukacja,

współfinansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego.

Biura Informacji i Promocji EFS w Szczecinie oraz Koszalinie stanowią również Punkty Kontaktowe dla Beneficjentów RPO WZ 2014-2020.

5.6.3.2 Stowarzyszenie Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego

Stowarzyszenie Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego (SSOM) jako Instytucja Pośrednicząca dla wdrożenia instrumentu Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych (ZIT) w Szczecińskim Obszarze Metropolitalnym w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014 – 2020 na mocy porozumienia z Województwem Zachodniopomorskim

5.6.3.3 Koszalińsko-KołobrzESCO-Białogardzki Obszar Funkcjonalny

Gmina Miasto Koszalin jako Instytucja Pośrednicząca dla wdrożenia instrumentu Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych (ZIT) w Koszalińsko – KołobrzESCO – Białogardzkim Obszarze Funkcjonalnym (KKBOF) na mocy porozumienia.

5.6.4 Serwis internetowy Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego

Prawodawstwo krajowe i unijne dotyczące nowego okresu programowania 2014-2020 nakłada obowiązki IZ RPO w zakresie publikacji informacji w Internecie.

Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju opracowało i określiło warunki, jakie wszystkie 16 województw, w tym Województwo Zachodniopomorskie zobowiązane jest spełnić podczas przygotowania nowego Serwisu internetowego RPO WZ 2014-2020. Są to: nowa, wspólna dla wszystkich IZ RPO architektura informacji oraz szata graficzna.

Dzięki nowym wytycznym serwisy wszystkich Programów Operacyjnych w tym serwisy Regionalnych Programów Operacyjnych zostały zunifikowane, otrzymały nowoczesny i atrakcyjny wygląd i spójną formę przekazu.

Ma to zapewnić beneficjentom, potencjalnym beneficjentom oraz ogółowi społeczeństwa przystępną i kompleksową informację o możliwościach finansowania w ramach programu, sposobie realizacji i rozliczania projektów, roli i efektach realizacji polityki spójności oraz o systemie instytucji, które są odpowiedzialne za realizację Funduszy Europejskich.

IZ RPO WZ oprócz publikacji wszystkich treści dot. RPO WZ w swoim serwisie odpowiada również za zamieszczanie wybranych (określonych w Wytycznych w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020) informacji na PFE oraz w Wyszukiwarce Dotacji.

Podstawowe cele, w jakie wpisuje się nowy Serwis internetowy RPO WZ:

- Spełnienie obowiązków wynikających z członkostwa w Unii Europejskiej określonych w prawodawstwie unijnym, krajowym oraz wytycznych Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju dot. mechanizmów gromadzenia, udostępniania i prezentacji informacji dotyczących Programów Operacyjnych w tym: Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020. Udostępnienie e-usług dla Wnioskodawców i Beneficjentów, zasilenia ich treścią oraz zapewnienie ich aktualizacji, w tym zgodnie z rozporządzeniem ogólnym - Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr1303/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. umieszczanie na specjalnej podstronie wykazu

operacji, w podziale na fundusze, w formie arkusza kalkulacyjnego, który umożliwia sortowanie danych, ich przeszukiwanie, wyciąganie oraz porównywanie.

- Upowszechnienie efektów wdrażania RPO WZ.

Opis Serwisu internetowego RPO WZ

Nowy Serwis internetowy RPO WZ odpowiada na potrzeby internautów, jest w pełni użyteczny oraz dostępny dla różnych grup odbiorców, w tym osób z niepełnosprawnościami.

Składa się z kilku podstawowych sekcji.

1. Strona główna - służy do rozproszania ruchu po serwisie RPO i skierowania użytkowników do odpowiednich działów, w zależności od ich potrzeb.
2. Dowiedz się więcej o Programie - Jest to część serwisu nastawiona na informację i edukowanie o Programie. Sekcja ta zawiera informacje teoretyczne – zasady, podstawy prawne, przejście do strony Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich, oraz informacje praktyczne – szkolenia i konferencje. Jest to część przeznaczona przede wszystkim dla beneficjentów lub potencjalnych beneficjentów, ale także dla wszystkich ludzi mogących być zainteresowanymi Programem.
3. Wiadomości - Miejsce na aktualności o Programie. Składa się z dwóch części: graficznej, zawierającej zdjęcia z tekstem; oraz tekstowej, będącej kolumną trzech linków prowadzących do wybranych wiadomości oraz linkiem do listy wszystkich wiadomości.
4. Realizuję projekt – W tej sekcji beneficjent może zapoznać się z obowiązkami, które będzie musiał wypełnić po otrzymaniu dofinansowania. Dowie się jak podpisać umowę, kiedy i jakie wnioski składać, jak wyglądają kontrole i czym jest trwałość projektu.

5.7 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:

- Przewidywanie potrzeb osób z różnymi niepełnosprawnościami i uwzględnianie ich na etapie planowania danego działania informacyjnego, promocyjnego lub edukacyjnego;
- Uzupelnienie standardowego sposobu komunikacji o dodatkowe środki, które pomogą osobom z różnymi niepełnosprawnościami w odbiorze komunikatu;
- Dopasowanie zastosowanych środków oraz kontekstu komunikacji do różnych rodzajów niepełnosprawności.

Powyższe wymogi mają swoje bezpośrednie źródło i podstawę w Konwencji o prawach osób z niepełnosprawnościami 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.

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

Istotnym kryterium w planowaniu działań skierowanych do osób z niepełnosprawnościami jest zasada uniwersalnego projektowania, której idea polega na szeroko rozumianej dostępności zaplanowanej od początku. „Uniwersalne projektowanie” nie wyklucza dodatkowych pomocy technicznych dla poszczególnych grup osób z niepełnosprawnościami, tam gdzie jest to potrzebne.

W celu ustalenia preferowanych sposobów komunikacji, na etapie planowania działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych, rekomendowane są konsultacje z ich docelowymi odbiorcami, będącymi osobami z różnymi rodzajami niepełnosprawności. Pomocne mogą być tu szczególnie organizacje reprezentujące osoby z niepełnosprawnościami, które powinny być stałymi partnerami 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,
 - wspomagane komputerowo tłumaczenie komunikatu głosowego w czasie rzeczywistym prezentowane w postaci tekstu – w programach nadawanych na żywo oraz w materiałach audiowizualnych przeznaczonych do rozpowszechniania – np. prezentacje na płytach CD/DVD,
 - wyraźne komunikaty głosowe,
 - 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),
 - 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,

- synteza 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.

Obok dostosowania samego środka komunikacji należy także uwzględnić ograniczenia osób z niepełnosprawnościami w samym dotarciu do informacji. Ma to szczególne znaczenie w bezpośredniej komunikacji, zwłaszcza w przypadku działań i konkursów kierowanych do tej grupy odbiorców, 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.

W przypadku powyższych rozwiązań szczególnie istotna jest zasada uniwersalnego projektowania. Powyższe zasady wyznaczają ogólny kierunek działań. Instytucje wspólnie lub samodzielnie opracują zestaw procedur i standardów komunikacji z osobami z różnymi rodzajami niepełnosprawnościami, które będą stosować w praktyce. Wymagane jest także odpowiednie przeszkolenie personelu mającego kontakt z osobami zainteresowanymi FE w zakresie obsługi klientów ze specjalnymi potrzebami.

Instytucje zaangażowane w realizację RPO WZ na lata 2014-2020 w ramach prowadzonych przez siebie działań informacyjno-promocyjnych, każdorazowo będą analizować specjalne potrzeby osób z różnymi rodzajami niepełnosprawnościami oraz przestrzegać Wytycznych w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020.

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.

IZ działa na rzecz utworzenia wspólnej platformy wymiany informacji i współpracy na terenie województwa 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.

W tym celu IZ powołuje grupę roboczą ds. komunikacji FE. Szczegółowy zakres działań i obowiązków znajdzie się w regulaminie grupy.

6.2 KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA MIĘDZY INSTYTUCJAMI WDRAŻAJĄCYMI REGIONALNY PROGRAM OPERACYJNY WOJEWÓDZTWA ZACHODNIOPOMORSKIEGO

Dobra komunikacja oraz współpraca między instytucjami wdrażającymi Regionalny Program Operacyjny Województwa Zachodniopomorskiego jest niezbędnym warunkiem realizacji Strategii i jej odpowiedniej koordynacji.

Instytucje wdrażające Regionalny Program Operacyjny Województwa Zachodniopomorskiego pełnią w stosunku do siebie funkcję klienta wewnętrznego. Komunikacja między instytucjami powinna opierać się na dostrzeganiu potrzeb adresata i pomaganiu mu w wykonywaniu jego zadań.

Korzyści wynikające z dobrej komunikacji wewnętrznej to większa sprawność działania, transfer wiedzy i doświadczeń oraz większa efektywność i skuteczność działań informacyjno-promocyjnych.

Największym kapitałem w komunikacji wewnętrznej są merytoryczne kompetencje pracowników instytucji w zakresie wiedzy o Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Zachodniopomorskiego oraz mechanizmach komunikacji.

Komunikacja wewnętrzna obejmuje dzielenie się informacjami, wzajemną edukację oraz współpracę przy realizacji działań informacyjno-promocyjnych.

Realizacja współpracy wymaga korzystania z efektywnych narzędzi komunikacji między instytucjami.

Narzędzia te będą obejmować m.in.:

- Grupę roboczą powołaną na okres perspektywy - grupę przedstawicieli współpracujących instytucji realizujących działania komunikacyjne w zakresie funduszy Polityki Spójności, a także Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich i Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego
- spotkania robocze – regularne lub zwoływane ad hoc spotkania w celu omówienia bieżących spraw,
- Bazę Wiedzy o Funduszach Europejskich– zbiór informacji udostępniony wszystkim instytucjom,
- szkolenia i prezentacje.

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 z grupą docelową programu, działania lub projektu

Grupa docelowa przyjęta do działań komunikacyjnych powinna jak najwierniej odzwierciedlać grupę docelową programu, działania lub projektu, który jest przedmiotem komunikacji. W szczególności należy unikać poszerzania komunikacyjnej grupy docelowej w celu zastosowania mediów masowych o szerokim zasięgu, które są zarezerwowane dla działań informacyjno-promocyjnych adresowanych do masowego odbiorcy.

2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji

Narzędzia komunikacji stosowane przez dany podmiot powinny odpowiadać zasięgowi promowanego działania lub projektu, np. instytucja zarządzająca programem na poziomie krajowym może komunikować się za pośrednictwem mediów ogólnopolskich, regionalnych lub lokalnych, ale instytucja zarządzająca programem regionalnym powinna komunikować się tylko za pośrednictwem mediów o zasięgu regionalnym lub lokalnym.

3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej

Wybierając spośród wielu alternatywnych narzędzi komunikacji należy wybierać te o możliwie najniższym koszcie dotarcia do grupy docelowej.

4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej

Indeks reprezentatywności danego narzędzia w grupie docelowej opisuje poziom jego dopasowania do tej grupy (indeks reprezentatywności określa zasięg danego medium w grupie docelowej w stosunku do zasięgu tego medium w całej populacji pomnożony przez 100). Określa on stopień, w jakim dane narzędzie jest chętniej wykorzystywane przez grupę docelową niż przez

całą populację. Indeks powyżej 100 oznacza, że wybrana grupa docelowa chętniej korzysta z danego narzędzia niż cała populacja. Indeks poniżej 100 oznacza sytuację odwrotną. Wybierając spośród alternatywnych narzędzi komunikacji należy wybierać te o najwyższym indeksie reprezentatywności.

5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego

Narzędzia komunikacji powinny umożliwiać świadomą realizację określonego etapu mechanizmu komunikacji z grupą docelową lub pomagać przejść do następnego etapu. Komunikacja powinna mieć charakter procesu, a nie powtarzanych tych samych treści adresowanych do tych samych docelowych odbiorców tymi samymi narzędziami.

6. Zasada uzupełniania się komunikatów

Komunikaty nie mogą się powielać nawet, jeśli pochodzą od różnych instytucji. Powinny się wzajemnie uzupełniać, aby odbiorca otrzymywał spójny przekaz i miał spójną wizję programu. Należy dążyć do efektu synergii, czyli sytuacji, w której komunikaty się wzmacniają i wspólnie tworzą nową, jakość, np. dają głębsze zrozumienie danego programu.

Zasady te należy uwzględniać w następujących okolicznościach wskazanych w Strategii komunikacji:

- podczas planowania własnych działań informacyjno-promocyjnych i oceny ich realizacji,
- podczas oceny planowanych i zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych podległych instytucji,
- w odpowiednim zakresie, jako kryteria oceny planowanych i zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych beneficjentów,
- w miarę możliwości i w odpowiednim zakresie, jako narzędzie optymalizacji wyboru ofert zewnętrznych dostawców usług marketingowych.

Ponadto zasady te należy uwzględniać 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

IZ z udziałem IP i IW zamierza wspierać beneficjentów w działaniach informacyjno-promocyjnych. Szczególnie istotna jest zasada przyjęta w Rozporządzeniu ogólnym, mówiąca że Instytucja Zarządzająca RPO WZ jest zobowiązana do poinformowania 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.

Zgodnie z zapisami Strategii komunikacji polityki spójności realizację obowiązków informacyjnych należy rozpocząć już od potencjalnych beneficjentów. Już na etapie składania wniosków o dofinansowanie, beneficjent zobowiązany jest bowiem do przygotowania planu promocji. Instytucja Zarządzająca RPO WZ wymaga od potencjalnych beneficjentów przedstawienia wstępnej propozycji działań komunikacyjnych. Powinny być one zaplanowane proporcjonalnie do rozmiarów projektu opisanego we wniosku i potrzeb promocyjnych danej inwestycji.

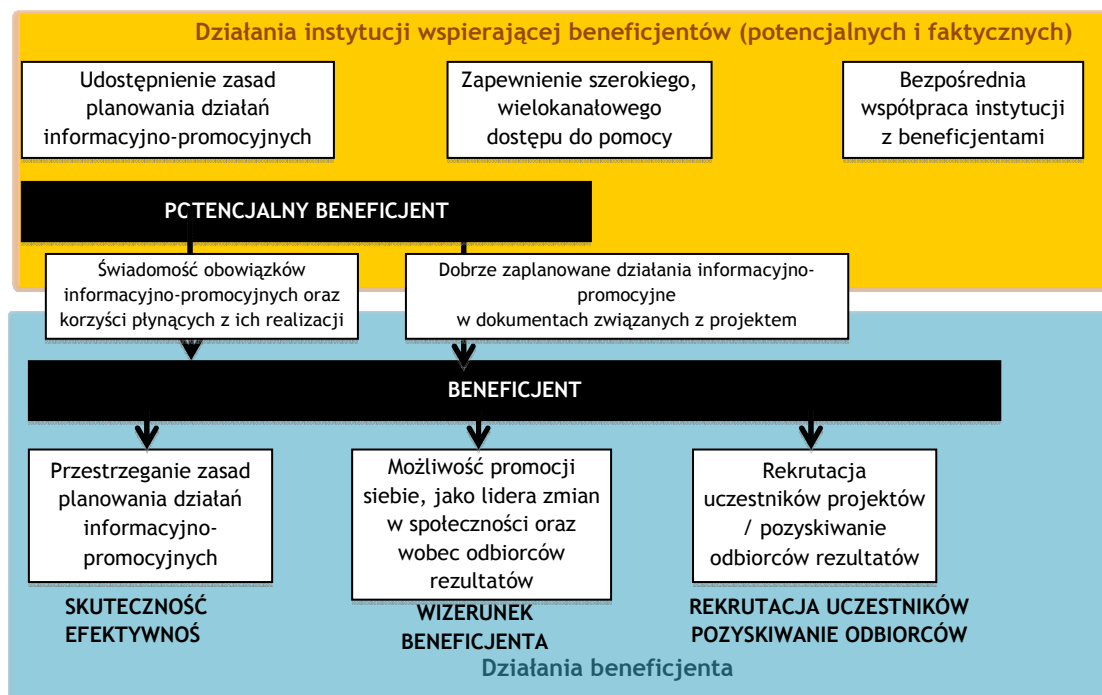
Beneficjenci Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego są zobligowani do wypełniania obowiązków promocyjnych zgodnie z zapisami Rozporządzenia ogólnego. Szczegółowo wymagania związane z promocją opisuje:

Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji Ponadto IZ wspierać będzie beneficjentów poprzez doradztwo w zakresie promocji.

Dodatkowo planowane są działania wspierające w postaci szkoleń specjalistycznych z zakresu działań promocyjnych, publikacje materiałów informacyjnych oraz artykułów poradnikowych w Biuletynie Informacyjnym RPO WZ oraz na serwisie Programu Regionalnego.

IZ zakłada także kontynuację działań w postaci konkursu dla beneficjentów na najlepszą promocję projektu na bardziej zaawansowanym etapie realizacji programu.

System wspierania potencjalnych beneficjentów i beneficjentów opisuje poniższy schemat.



Działania instytucji wspierającej potencjalnego beneficjenta i beneficjenta w zakresie informacji i promocji

Potencjalni beneficjenci otrzymują pakiet informacji dotyczący działań informacyjno-promocyjnych. Pakiet ten obejmuje w szczególności:

- informacje o obowiązkach beneficjenta w zakresie informacji i promocji,
- korzyści beneficjenta z prowadzenia własnych działań informacyjno-promocyjnych,
- informacje o kanałach komunikacji z instytucjami oraz wsparciu udzielanym beneficjentom,
- główne zasady planowania działań informacyjno-promocyjnych prowadzonych przez beneficjentów z punktu widzenia wymogów realizacji projektów.

Udostępnienie zasad planowania działań informacyjno-promocyjnych

Głównym materiałem wspierającym działania informacyjno-promocyjne potencjalnych beneficjentów i 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. Pakiet zawiera również informacje przydatne dla potencjalnego beneficjenta. Składa się on m.in. z podręcznika dla beneficjentów Funduszy Europejskich w zakresie informacji i promocji na lata 2014-2020 oraz wzorów i szablonów dostępnych na portalu internetowym RPO WZ oraz stronie internetowej Funduszy Europejskich.

Przedmiotowy pakiet w szczególności zawiera:

- zasady planowania działań informacyjno-promocyjnych istotne z punktu widzenia wymogów realizacji projektów na etapie aplikowania o środki,

- informacje o wymogach w zakresie informacji i promocji, jakim podlegają beneficjenci w trakcie realizacji projektu i po jego zakończeniu,
- prezentację korzyści z prowadzenia własnych działań informacyjno-promocyjnych,
- wskazywanie kanałów komunikacji wspierających potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w realizacji wymogów informacyjno-promocyjnych i wymianie doświadczeń.
- informację o wymaganiach dotyczących stosowania wizualizacji, plakatów, tablic informacyjnych i pamiątkowych oraz innych obowiązkowych elementów,
- 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,

Organizacja sieci współpracy z innymi beneficjentami

Należy zachęcać beneficjentów do współpracy i wzajemnej pomocy m.in. poprzez wizyty studyjne lub prezentacje dobrych praktyk, wystąpienia i prelekcje. Niechęć do współdziałania i skłonność do postrzegania innych beneficjentów, jako konkurentów może utrudniać taką współpracę.

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 prezentowania swoich doświadczeń na konferencjach,
- prezentacje projektów podczas targów i na pokazach organizowanych przez instytucje systemu,
- 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 instytucje wdrażające FE są angażowani Partnerzy⁷: właściwe władze lokalne, regionalne, miejskie i inne władze publiczne, partnerzy społeczni i 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 badawcze, przedstawicielstwo Komisji Europejskiej, centra informacji europejskiej i biuro informacji Parlamentu Europejskiego⁸.

W ramach RPO WZ zasady partnerstwa zapewnia KM RPO WZ, w którego skład wchodzi przedstawiciele między innymi:

- przedstawiciele władz samorządowych;
- partnerzy społeczni i partnerzy gospodarczy,
- organizacje pozarządowe,

⁷ 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.

⁸ Na podstawie art. 5 ust 1 rozporządzenia ogólnego i części 2.1.3 Załącznika nr XII do ww. rozporządzenia.

- organizacje związkowe,
- środowiska akademickie.

Inne formy współpracy z partnerami:

- udział w pracach Grup Roboczych,
- udział w spotkaniach, konferencjach, szkoleniach organizowanych przez Instytucję Zarządzającą RPO WZ,
- udział partnerów w konferencjach w charakterze prelegentów.

Komunikacja we współpracy z partnerami, w tym szczególnie partnerami społecznymi i partnerami gospodarczymi, jest czynnikiem wpływającym na skuteczność realizacji zadań nałożonych na instytucje, szczególnie w zakresie informacji, w tym edukacji.

Korzyści ze współpracy z partnerami są następujące:

- mogą oni zwiększać zasięg komunikacji w określonych grupach docelowych oraz zwiększać jej skuteczność i efektywność kosztową,
- mogą zapewnić zaangażowanie, wsparcie i współpracę określonych grup docelowych dzięki zaufaniu, jakim cieszą się w danej grupie,
- mogą dostarczać instytucjom informacji o określonych grupach docelowych, w tym o ich potrzebach informacyjnych,
- mogą oferować dostęp do sieci dystrybucji informacji, z których korzystają członkowie danej grupy,
- mogą służyć instytucjom doradztwem i wsparciem w procesie planowania sposobów dotarcia do określonych grup docelowych,
- mogą wzmacniać siłę podejmowanych działań edukacyjnych oraz prowadzić takie działania we własnym zakresie,
- mogą pośredniczyć w stałym dialogu między instytucjami a określonymi grupami docelowymi,
- mogą współdziałać z instytucjami w celu planowania, realizacji, koordynacji i monitoringu wspólnych działań informacyjnych i promocyjnych, w tym szczególnie edukacyjnych.

7.3 KOMUNIKACJA Z MEDIAMI

Media są szczególnym rodzajem partnera ze względu na swoją podstawową działalność polegającą na przekazywaniu społeczeństwu (lub jego wybranym grupom) informacji i komentarzy na temat otaczającej je rzeczywistości. Media są niezbędnym pośrednikiem w dotarciu z informacją na temat Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego do masowego odbiorcy. Same także mogą skutecznie docierać do wybranych liderów zmian, uczestników projektów i odbiorców rezultatów.

Potencjał komunikacyjny mediów jest bardzo wysoki. Oprócz standardowych form reklamowych media mogą pełnić ważną funkcję w przekazywaniu informacji społecznej o charakterze edukacyjnym.

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. 7.1 Model pracy komórki odpowiedzialnej za działania informacyjno-promocyjne RPO WZ

Biuro prasowe UMWZ jest w tym procesie partnerem, który dzięki swojej kompetencji w obszarze public relations może zwiększyć jego efektywność, szczególnie na etapie dystrybucji komunikatów. Proces ten nie jest jednorazowy. Skuteczna komunikacja z mediami wymaga stałej współpracy polegającej na aktywnym, stałym dostarczaniu mediom informacji o Funduszach Europejskich.

Narzędzia współpracy z mediami obejmują m.in.:

- opracowane gotowe do wykorzystania informacje - zgodnie z formatami stosowanymi przez dane medium,
- konferencje prasowe,
- wywiady,
- cykliczne spotkania z dziennikarzami,
- wizyty studyjne,
- zaproszenia dziennikarzy na wydarzenia związane z realizacją i promocją RPO WZ,
- newsletter,
- mailingi,
- serwis prasowy na stronie internetowej IZ.

Komórki odpowiedzialne za działania informacyjne i promocyjne RPO WZ gromadzą przykłady dobrych praktyk, opisy projektów, a także zdjęcia i inne materiały graficzne mogące uatrakcyjnić przekaz.

Na stronie serwisu RPO WZ gromadzone będą przeglądowe dane statystyczne, podsumowania i infografiki dotyczące realizacji programów, priorytetów i działań.

7.4 KOMUNIKACJA Z LIDERAMI OPINII

Każda grupa docelowa posiada swoich liderów opinii. Są to jednostki, które doskonale rozumieją daną grupę i które charakteryzują się szczególnym na nią wpływem.

Liderzy opinii mają zróżnicowaną charakterystykę oraz przybierają różną postać, w tym:

- osób zarządzających danym środowiskiem i określających reguły jego funkcjonowania (np. decydenci),
- osób spajających daną społeczność lub środowisko (np. nieformalni liderzy),
- osób szczególnego zaufania, do których inni zwracają się po radę (np. osoby duchowne),
- osób aktywizujących daną społeczność lub środowisko (np. lokalni działacze społeczni),
- osób skutecznie promujących określone postawy i zachowania wewnątrz grup docelowych (np. liderzy trendów),
- osób mających wizję przyszłości i rozwoju (np. kreatywni twórcy, innowatorzy).

W województwie zachodniopomorskim, z punktu widzenia komunikacji RPO WZ liderami opinii powinni być m.in. eksperci zewnętrzni, przedsiębiorcy czy środowiska akademickie.

Liderzy opinii, ze względu na siłę swojego oddziaływania i szczególną rolę w społecznościach, mogą zapewnić efektywne dotarcie do danej grupy docelowej. Czasem dotarcie do takiej grupy (np. do młodzieży) bez pośrednictwa liderów opinii jest bardzo trudne.

Liderzy opinii mogą wspomóc instytucje w systemie informacji i promocji w następujący sposób:

- mogą zapewnić zaangażowanie, wsparcie i współpracę kluczowych osób w ramach grup docelowych,
- mogą pozwolić zrozumieć wewnętrzne mechanizmy i zależności wewnątrz grup docelowych,
- mogą zostać przeszkoleni w zakresie zagadnień istotnych dla skutecznej promocji Funduszy Europejskich,
- mogą dystrybuować materiały informacyjne i prowadzić edukację w ramach grup docelowych, w tym wśród osób, z którymi komunikacja jest szczególnie trudna,
- mogą być rzecznikami i promotorami określonych treści, postaw i zachowań,
- mogą rekrutować oraz szkolić kolejnych liderów opinii wzmacniając siłę komunikacji.

Komunikacja z liderami i angażowanie tychże w proces komunikacji dokonywać się będzie za pośrednictwem kanałów, m.in.:

- Pokazywanie dobrych praktyk poprzez Biuletyn Informacyjny RPOWZ,
- pokazywanie dobrych praktyk poprzez stronę internetową,
- zapraszania ww. osób do udziału w spotkaniach, konferencjach,
- artykuły prasowe i materiały audiowizualne.

8 OCENA EFEKTÓW STRATEGII

Monitoring i bieżąca ocena działań odgrywają kluczową rolę w planowaniu i realizacji działań informacyjnych i promocyjnych. Informacje uzyskane z wyników badań i bieżącego monitoringu umożliwiają modyfikację planów i działań w taki sposób, aby zapewnić ich skuteczność i efektywność, a tym samym osiągnąć zakładane w Strategii cele.

8.1 OCENA REALIZACJI CELÓW STRATEGII

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.

Należy zwrócić uwagę, że realizacja celów nie jest zależna wyłącznie od działań komunikacyjnych, a stanowi wypadkową wszystkich elementów wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego.

Dane dla wskaźników rezultatu strategicznego - w zakresie wskazanym przez Strategię komunikacji polityki spójności – w latach 2016, 2018 oraz na potrzeby sprawozdania końcowego zostaną przekazane IZ RPO WZ 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.

Instytucje zaangażowane we wdrażanie programu prowadzą również bieżącą ocenę jakości, użyteczności i skuteczności realizowanych działań.

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

Tabela 2. System wskaźników oceniających stopień realizacji celów Strategii komunikacji RPO WZ

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Institucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
Komunikacja Funduszy Europejskich wspomaga wykorzystanie środków z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego o dla realizacji celów rozwojowych regionu	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		
Komunikacja Funduszy Europejskich aktywizuje mieszkańców województwa zachodniopomorskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego	Liczba odwiedzin serwisu internetowego RPO www.rpo.wzp.pl oraz stron IP i IW	Do wartości wskaźnika wliczana jest liczba odwiedzin portalu/serwisu internetowego poświęconego Programowi 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 użytkownik może zainicjować wiele odwiedzin. Wygasają one po 30 minutach bezczynności użytkownika oraz o	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	IZ RPO, instytucje zaangażowane we wdrażanie Programu sprawozdają do IZ RPO	0	3 180 000

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Institucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
		pólnocy. Na potrzeby monitoringu odwiedzin strony danej instytucji, statystyki odnoszą się do wszystkich podstron/instancji dot. danej instytucji, a nie do całości portalu							
	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania	Liczba zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania (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	System monitorowania	Corocznie	IZ RPO, instytucje zaangażowane we wdrażanie programu sprawozdają do IZ RPO	0	7
	Znajomość w województwie zachodniopomorskim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować	Odsetek mieszkańców województwa zachodniopomorskiego znających, co najmniej trzy przykładowe grupy potencjalnych	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (społeczeństwo)	Corocznie – próba mieszkańców Polski, próby mieszkańców województw –	IK UP	26 %	38 %

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Institucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
	przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich	beneficjentów FE w ramach polityki spójności				na potrzeby sprawozdań 2017,2019, oraz sprawozdania końcowego			
	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów ⁹ w województwie zachodniopomorskim w ramach programu	Do wartości wskaźnika wliczana jest suma wszystkich uczestników wszystkich form szkoleniowych dla potencjalnych beneficjentów (tj. szkoleń, warsztatów, seminariów, kursów itp.). Dana osoba zostanie policzona tyle razy, w ilu szkoleniach wzięła udział	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	IZ RPO, instytucje zaangażowane we wdrażanie programu sprawozdają do IZ RPO	0	7336
	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa zachodniopomorskiego dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego)	Liczba konsultacji udzielonych w punktach informacyjnych, 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	System monitorowania	Corocznie	IK UP	0	37 100 "szacunki na koniec 2020 r."
Komunikacja Funduszy Europejskich w	Liczba udzielonych konsultacji w ramach	Liczba konsultacji udzielonych w punktach	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	IK UP	0	779 "szacunki na

⁹ Rozumianych jako potencjalni wnioskodawcy, wnioskodawcy i potencjalni beneficjenci.

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Institucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
województwie zachodniopomorskim wspiera beneficjentów Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego w realizacji projektów	punktów informacyjnych na terenie województwa zachodniopomorskiego dot. realizacji projektów	informacyjnych, 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							koniec 2020 r."
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w województwie zachodniopomorskim	Do wartości wskaźnika wliczana jest suma wszystkich uczestników wszystkich form szkoleniowych dla potencjalnych beneficjentów (tj. szkoleń, warsztatów, seminariów, kursów itp.). Dana osoba zostanie policzona tyle razy, w ilu szkoleniach wzięła udział	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	IZ RPO, instytucje zaangażowane we wdrażanie programu sprawozdają do IZ RPO	0	6000
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa zachodniopomorskiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego w województwie zachodniopomorskim	Liczba zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu (w rozumieniu rozporządzenia ogólnego, zał. XII pkt 2.1.2 b – „jedno szeroko zakrojone działanie informacyjne rocznie”), promujących część lub cały program operacyjny,	Sztuka	Produktu	System monitorowania	Corocznie	IZ RPO, instytucje zaangażowane we wdrażanie programu sprawozdają do IZ RPO	0	7

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Institucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
		skierowanych do minimum 2 grup docelowych i wykorzystujących minimum 3 narzędzia komunikacji, przy czym wszystkie te działania są realizowane pod wspólnym komunikatem							
	Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie w województwie zachodniopomorskim	Odsetek mieszkańców województwa zachodniopomorskiego, deklarujących znajomość pojęcia "Fundusze Europejskie" lub "Fundusze Unijne"	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 i sprawozdania końcowego	IZ RPO na podstawie danych przekazanych przez IK UP	71 %	80%
	Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczane są FE w województwie zachodniopomorskim	Odsetek mieszkańców województwa zachodniopomorskiego znających co najmniej trzy przykładowe cele, obszary lub działania, na które przeznaczane są FE w regionie w ramach polityki spójności	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 i sprawozdania końcowego	IZ RPO na podstawie danych przekazanych przez IK UP	30 %	45 %
	Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa zachodniopomorskiego	Odsetek mieszkańców województwa zachodniopomorskiego, deklarujących dostrzeganie w swym najbliższym otoczeniu obszarów lub projektów wspieranych z FE w ramach programu	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 i sprawozdania końcowego	IZ RPO na podstawie danych przekazanych przez IK UP	52 %	68 %

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 szeroką akceptację mieszkańców województwa dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie zachodniopomorskim	Odsetek mieszkańców województwa dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa	Odsetek mieszkańców dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa zachodniopomorskiego	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 i sprawozdania końcowego	IZ RPO na podstawie danych przekazanych przez IK UP	62 %	81 %
	Odsetek mieszkańców województwa zachodniopomorskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich	Odsetek mieszkańców województwa zachodniopomorskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich lub ze zmian, jakie zachodzą dzięki Funduszom	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (mieszkańcy województwa zachodniopomorskiego)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 i sprawozdania końcowego	IZ RPO na podstawie danych przekazanych przez IK UP	51 %	60%

8.2 OCENA BIEŻĄCA DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH

W celu zachowania trafności (adekwatności), jakości, użyteczności, skuteczności i efektywności realizowanych działań wszystkie instytucje zaangażowane we wdrażanie RPO WZ, dokonują 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. Wyniki oceny stanowią również ważny element wymiany doświadczeń pomiędzy instytucjami.

Przykładowe kryteria oceny, jakości, użyteczności i efektywności:

Szkolenia i działania edukacyjne

- ocena jakości szkoleń i potrzeb szkoleniowych potencjalnych i faktycznych beneficjentów, mierzone 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;

Strony internetowe i media społecznościowe

- liczba unikalnych użytkowników danego portalu/serwisu internetowego, z uwzględnieniem danych o odwiedzinach tej strony;
- wskaźnik odrzuceń (bounce rate) na stronie internetowej, mierzący liczbę użytkowników, którzy po wejściu na stronę nie podjęli żadnej akcji;
- liczba komentarzy i podzielenie się treścią (share) w mediach społecznościowych;

Działania w mediach i kampanie informacyjno-promocyjne

- zasięg audycji telewizyjnych, radiowych i publikacji prasowych nakłady, zasięg terytorialny, oglądalność);

potencjalny koszt dotarcia kampanii informacyjno-promocyjnej do grupy docelowej;

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

8.3 MONITORING DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH

Monitoring oznacza systematyczne zbieranie i analizowanie danych w zakresie realizacji działań informacyjno-promocyjnych. Jest narzędziem weryfikacji postępu realizacji planów działań, ale również stanowi źródło informacji do późniejszej oceny i ewaluacji działań.

System monitoringu Strategii komunikacji RPO WZ obejmuje wybrane wskaźniki na temat podejmowanych działań informacyjno-promocyjnych.

Wskaźniki monitoringowe zbierają dane przydatne do analiz i ewentualnych modyfikacji kierunków komunikacji. Dane monitoringowe powinny być zbierane cyklicznie, aby możliwa była obserwacja postępu realizacji działań.

Dane z RPO WZ przekazywane są corocznie do IK UP. Lista obowiązkowych do zbierania wskaźników uwzględniona jest w horyzontalnych Wytycznych Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju w zakresie sprawozdawczości.

8.4 SPRAWOZDAWCZOŚĆ

IZ we współpracy z IP i IW opracowuje sprawozdania z przeprowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych w poprzednim roku zgodnie z Wytycznymi w zakresie sprawozdawczości na lata 2014-2020. Sprawozdania są przekazywane do IK UP w celu uzyskania opinii na temat ich zgodności ze Strategią komunikacji polityki spójności i Strategią komunikacji RPO WZ oraz pod kątem wykonania rocznego planu działań informacyjnych i promocyjnych.

Na podstawie sprawozdania IZ corocznie informuje Komitet Monitorujący o:

- postępach we wdrażaniu strategii komunikacji,
- analizie efektów działań informacyjnych i promocyjnych.

Sprawozdania roczne w 2017 r. i 2019 r. z realizacji programów obejmują ocenę realizacji strategii komunikacji. Na koniec okresu programowania IZ RPO WZ opracowuje sprawozdanie z realizacji Strategii komunikacji RPO WZ w ramach sprawozdania końcowego z realizacji programu.

W przypadku Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 podmiotem odpowiedzialnym za opracowanie wskaźników i ich monitoring, a także przygotowywanie rocznych i okresowych sprawozdań oraz sprawozdania końcowego w części dotyczącej komunikacji jest IK UP w zakresie informacji i promocji, natomiast IZ RPO WZ pełni analogiczną funkcję w przypadku Strategii komunikacji RPO WZ.

9 RAMOWY HARMONOGRAM

Harmonogram przedstawiony poniżej ma charakter orientacyjny. Działania horyzontalne IK UP oraz IZ RPO WZ dla poszczególnych programów będą szczegółowo planowane w Rocznych planach działań informacyjno-promocyjnych.

Tabela 3. Ramowy harmonogram Strategii komunikacji RPO WZ

	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 UP i 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.

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 Programu logotyp zawiera nazwę Program Regionalny.



Wizualizację RPO WZ uzupełnia logo promocyjne Pomorza Zachodniego.

- wersja podstawowa



- wersja uzupełniająca



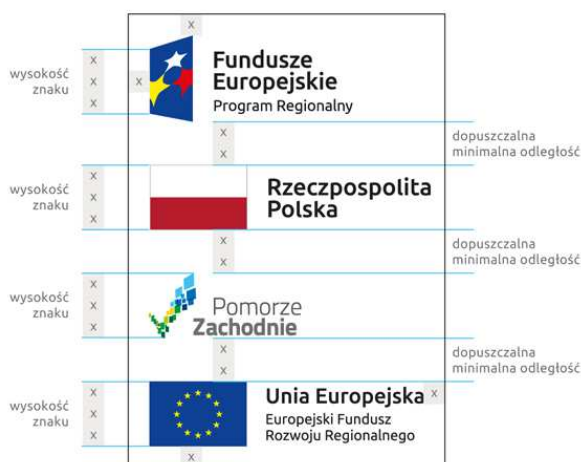
Szczegółowa charakterystyka systemu identyfikacji wizualnej oraz zasady stosowania oznaczeń obowiązujących podmioty i beneficjentów zaangażowanych w realizację polityki spójności zawiera Księga identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020, 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.

Uproszczona wizualizacja, komponent regionalny perspektywy 2014-2020

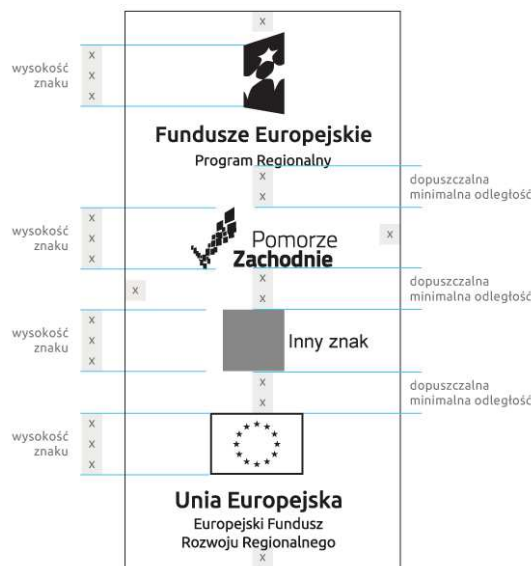
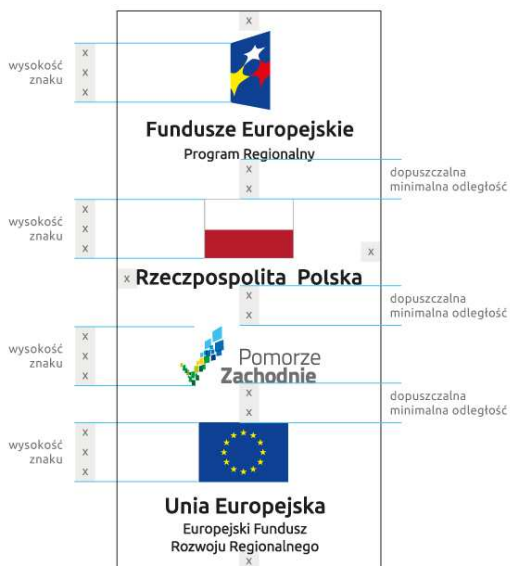
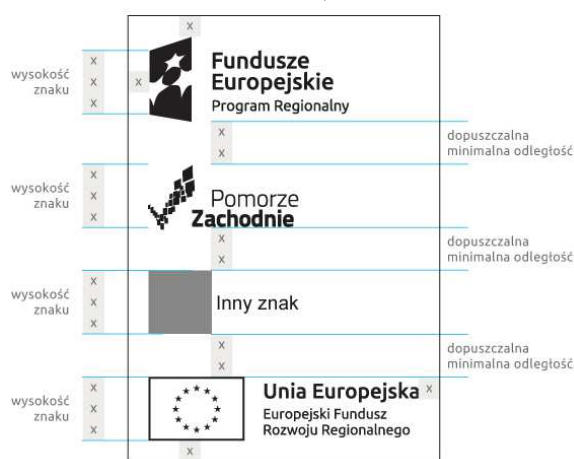
1. Wersja pionowa z polem ochronnym współwystępowania znaków:

Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego

odmiana kolorowa



odmiana achromatyczna



2. Wersja pozioma z polem ochronnym współwystępowania znaków:

Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego

- wersja podstawowa

odmiana kolorowa



odmiana achromatyczna



- wersja uzupełniająca

odmiana achromatyczna

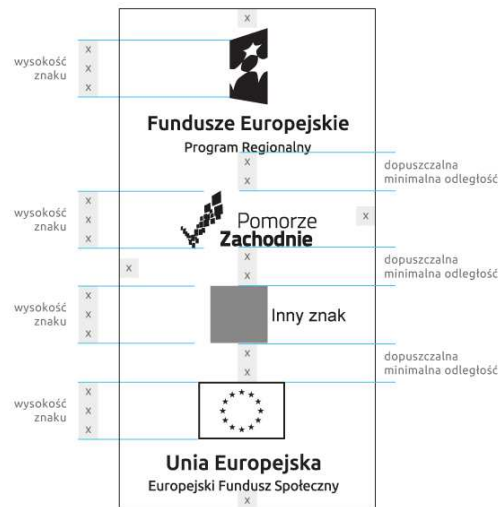
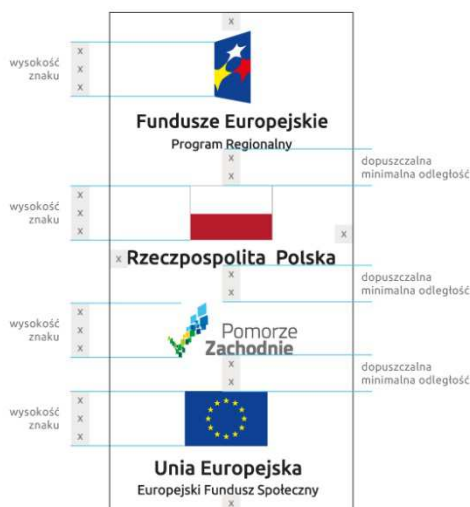
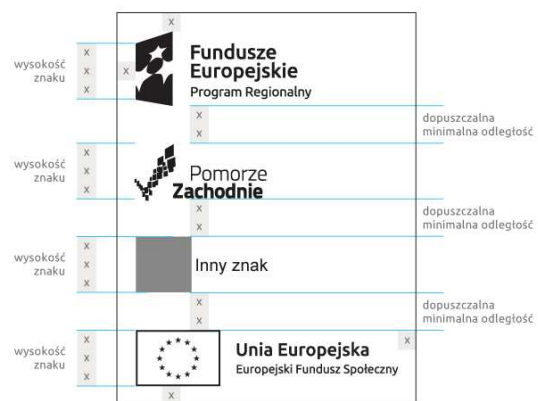


3. Wersja pionowa z polem ochronnym współwystępowania znaków:
Europejski Fundusz Społeczny

odmiana kolorowa



odmiana achromatyczna



4. Wersja pozioma z polem ochronnym współwystępowania znaków: **Europejski Fundusz Społeczny**

- wersja podstawowa

odmiana kolorowa



odmiana achromatyczna



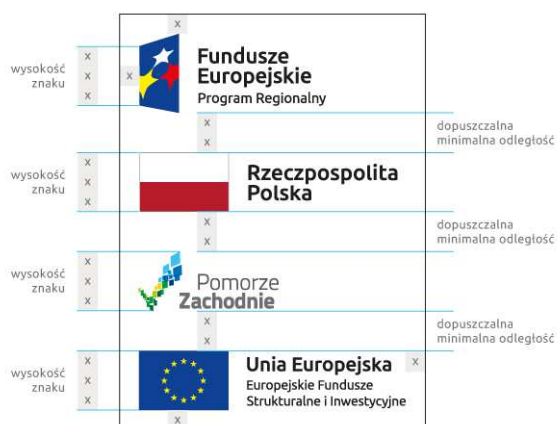
- wersja uzupełniająca

odmiana achromatyczna

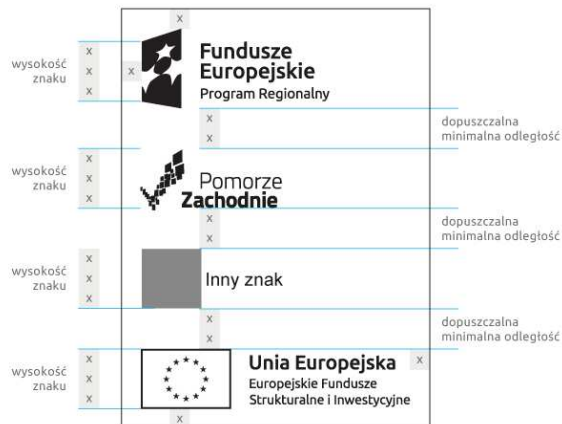


5. Wersja pionowa z polem ochronnym współwystępowania znaków: **Europejskie Fundusze Strukturalne i Inwestycyjne**

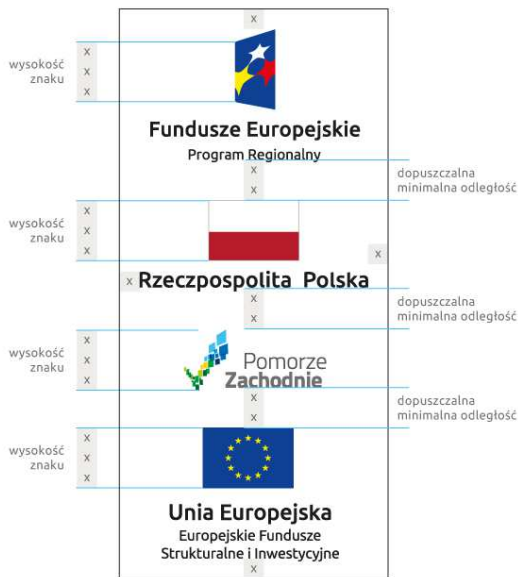
odmiana kolorowa



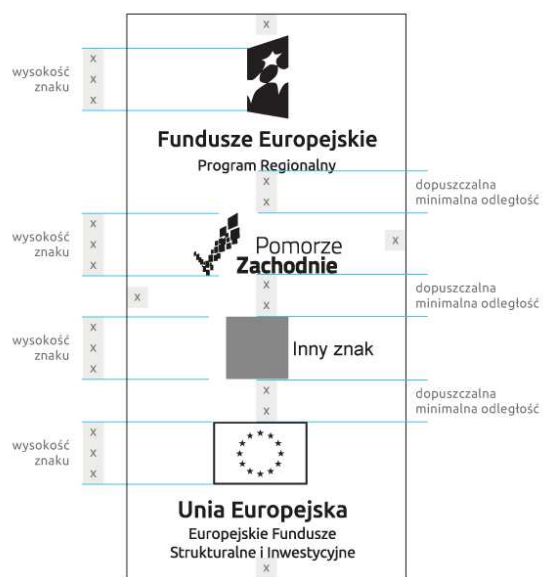
odmiana monochromatyczna



odmiana kolorowa



odmiana monochromatyczna



6. Wersja pozioma z polem ochronnym współwystępowania znaków: Europejskie Fundusze Strukturalne i Inwestycyjne

- wersja podstawowa

odmiana kolorowa

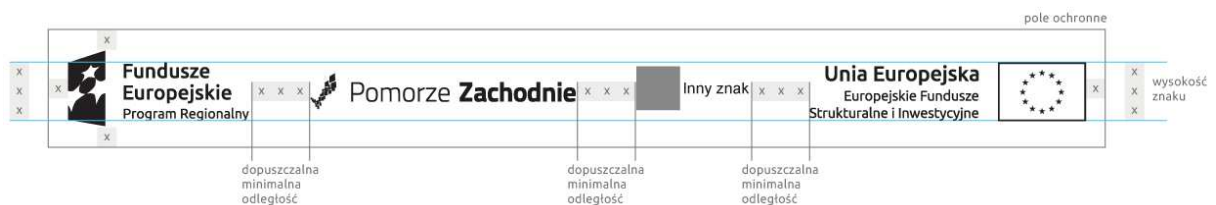


odmiana monochromatyczna



- wersja uzupełniająca

odmiana achromatyczna



12 SZACUNKOWY BUDŻET NA REALIZACJĘ STRATEGII

W okresie wdrażania RPO WZ na realizację działań informacyjno-promocyjnych przeznaczono ogółem kwotę 4 803 718 Euro (środki EFS w ramach 10. Osi Priorytetowej RPO WZ – Pomoc Techniczna).

13 WYKAZ SKRÓTÓW

EFR – Europejski Fundusz Rybacki,
EFROW – Europejski Fundusz Rozwoju Obszarów Wiejskich,
EFRR – Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego,
EFS – Europejski Fundusz Społeczny,
EFSI – Europejskie Fundusze Strukturalne i Inwestycyjne
EWT – Europejska Współpraca Terytorialna,
FE – Fundusze Europejskie,
FS – Fundusz Spójności,
GPI – Główny Punkt Informacyjny
IK – Instytucja Koordynująca,
IP – Instytucja Pośrednicząca,
IW – Instytucja Wdrażająca,
IZ – Instytucja Zarządzająca,
KKBOF – Koszalińsko – KołobrzESCO – Białogardzkim Obszarze Funkcjonalnym,
KM – Komitet Monitorujący program operacyjny,
KPO – krajowy program operacyjny,
MliR – Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju,
PFE – Portal Funduszy Europejskich
PIFE – Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich albo Punkt Informacyjny Funduszy Europejskich,
PO – program operacyjny,
PS – polityka spójności,
Rozporządzenie ogólne - Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr1303/2013 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
RPD – roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych,
RPO – Regionalny Program Operacyjny,
RPO WZ – Regionalny Program Operacyjny Województwa Zachodniopomorskiego,
SSOM – Stowarzyszenie Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego,
UE – Unia Europejska,
UP – Umowa Partnerstwa,
WE – Wspólnoty Europejskie,
WUP – Wojewódzki Urząd Pracy
ZIT– Zintegrowane Inwestycje Terytorialne.

14 SPIS ILUSTRACJI ORAZ TABEL

Spis ilustracji

Rys. 3.1 Główny komunikat perspektywy 2014-2020.....	str. 16
Rys. 5.1 Segmenty odbiorców komunikacji i przykładowe grupy docelowe komunikacji.....	str. 19
Rys. 5.2 Mechanizm komunikacji z docelowym odbiorcą.....	str. 20
Rys. 7.1 Model pracy komórki odpowiedzialnej za działania informacyjno-promocyjne RPO WZ	str. 40

Spis tabel

Tabela 1. Narzędzia komunikacji – przykłady.....	str. 21
Tabela 2. System wskaźników oceniających stopień realizacji celów Strategii komunikacji.....	str. 43
Tabela 3. Ramowy harmonogram Strategii komunikacji RPO WL.....	str. 51