

UCHWAŁA NR 618/15
ZARZĄDU WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO
Z DNIA 19 SIERPNI 2015 r.

W SPRAWIE:

przyjęcia proponowanego sposobu wdrożenia rekomendacji z raportu ewaluacyjnego „Ocena działań informacyjno-promocyjnych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013”

NA PODSTAWIE:

Art. 47 ust. 3 oraz art. 48 ust. 1 Rozporządzenia Rady (WE) nr 1083/2006 z dnia 11 lipca 2006 r. ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylającego rozporządzenie (WE) nr 1260/1999 (Dz. Urz. UE L 210 z dnia 31 lipca 2006 r.) w związku z art. 152 ust. 1 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. ustanawiającego 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 ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności i Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz uchylającego rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006 (Dz. Urz. UE L 347 z dnia 20 grudnia 2013 r.), art. 26 ust. 1 pkt 12 ustawy z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju (Dz. U. z 2014 r., poz. 1649 t. j.), art. 41 ust. 2 pkt 4a ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa (Dz. U. z 2013 r., poz. 596, z późn. zm.) , uchwała się, co następuje:

§ 1

Przyjmuje się Proponowany sposób wdrożenia rekomendacji z raportu ewaluacyjnego „Ocena działań informacyjno-promocyjnych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013”, który stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

Wykonanie uchwały powierza się Marszałkowi Województwa Świętokrzyskiego.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

WICEMARSZAŁEK
WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO

JAN MAĆKOWIAK

ZAŁĄCZNIK do uchwały nr 618/15 Zarządu Województwa Świętokrzyskiego z dnia 19.08.2015r.

Proponowany sposób wdrożenia rekomendacji z raportu ewaluacyjnego „Ocena działań informacyjno-promocyjnych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013”							
L.p.	Wniosek	Rekomendacja	Adresat rekomendacji	Sposób wdrożenia rekomendacji	Termin realizacji	Status rekomendacji	Sposób wdrożenia rekomendacji/ Uzasadnienie odrzucenia rekomendacji
1.	W analizowanym Planie Komunikacji (tak w wersji z 2008 r., jak i w wersji aktualnej) – ani w założeniach, ani w prezentacji grup docelowych oraz kanałów i narzędzi komunikacji – nie uwzględniono opisu specyfiki regionalnego środowiska medialnego i generalnie regionalnego kontekstu działań. (str. 18-22)	Rekomenduje się uwzględnienie w strategii komunikacji 2014-2020 specyfiki regionalnej i przedstawienie diagnozy. Sugeruje się, aby w diagnozie (która powinna stanowić punkt wyjścia przyszłej, regionalnej strategii komunikacji) wykorzystać doświadczenia z realizacji działań komunikacyjnych dot. RPOWŚ, jak również odwołać się do innych źródeł wiedzy na temat warunków komunikacji społecznej w regionie, czyli np. ogólnodostępnych badań medioznawczych, badań socjologicznych czy badań opinii publicznej oraz przeprowadzonej ewaluacji. (str. 18-22)	IZ (zespół odpowiedzialny za przygotowanie strategii komunikacyjnej RPOWŚ 2014-2020).	Wprowadzenie niezbędnych zapisów do strategii komunikacji na lata 2014-2020. W strategii powinna zostać zawarta diagnoza sytuacji w obszarze działań komunikacyjnych (uwzględniająca specyfikę regionalną województwa świętokrzyskiego).	Zgodny z terminem przygotowania strategii komunikacyjnej dla RPOWŚ na lata 2014-2020	Rekomendacja w części do wdrożenia	W Strategii komunikacji RPOWŚ 2014-2020 został zawarty opis sytuacji w obszarze działań komunikacyjnych. Nie zawarto w nim diagnozy specyfiki regionalnego środowiska medialnego. Proponowane zapisy dot. warunków komunikacji w regionie zostaną wprowadzone przy aktualizacji Strategii
2.	W kontekście tzw. dwufundusowości RPOWŚ 2014-2020 należy wprowadzić do komunikacji wewnętrznej (w ramach IZ) narzędzie, które poprawi jej skuteczność funkcjonowania. (str. 22-25)	Rekomenduje się stworzenie grupy roboczej skupiającej przedstawicieli komórek organizacyjnych zaangażowanych w działania komunikacyjne RPOWŚ 2014-2020. Dobrych praktyk w tym zakresie dostarcza funkcjonowanie Regionalnej Informacyjnej Grupy Roboczej ds. Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007-2013. (str. 22-25)	IZ (zespół odpowiedzialny za przygotowanie strategii komunikacyjnej RPOWŚ 2014-2020); Departament Polityki Regionalnej).	Wprowadzenie niezbędnych zapisów dot. powstania grupy do strategii komunikacji. Prowadzenie działań inicjujących powstanie grupy.	Wprowadzenie zapisów o grupie (zgodnie z terminem przygotowania strategii komunikacyjnej dla RPOWŚ na lata 2014-2020); powstanie grupy - do końca 2015 roku.	Rekomendacja do wdrożenia w całości	
3.	Analiza zestawu wskaźników zawartych w Planie Komunikacji (2007-2013)	Należy do strategii komunikacji na lata 2014-2020 wprowadzić oprócz wskaźników produktu, również	IZ (zespół odpowiedzialny za	Wprowadzenie wskaźników do strategii komunikacji. Dla wskaźników rezultatu/	Zgodny z terminem przygotowania strategii	Rekomendacja w części wdrożona	Wprowadzono do dokumentu wskaźniki

	<p>pokazuje, że był to całościowy i stosunkowo prosty system przyczyniający się do ilościowego śledzenia postępu rzeczowego, finansowego i czasowego Planu Komunikacji. Jego podstawowym mankamentem był jednak brak jakościowych wskaźników pozwalających ocenić efekty/rezultaty prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych RPOWŚ (np. zwiększenie świadomości mieszkańców nt. RPOWŚ, wkładu RPOWŚ w rozwój regionu itp.) (str. 25-32)</p>	<p>wskaźniki rezultatu i oddziaływania, które umożliwią ocenę efektów prowadzonych działań komunikacyjnych. (str. 25-32)</p>	<p>przygotowanie strategii komunikacyjnej RPOWŚ 2014-2020);</p>	<p>oddziaływania należy określić wartości bazowe na podstawie dostępnych wyników badań, analiz i/lub wiedzy osób zaangażowanych w działania informacyjno-promocyjne. Zbudowanie wokół wskaźników systemu monitoringowego i sprawozdawczego.</p>	<p>komunikacyjnej dla RPOWŚ na lata 2014-2020.</p>		<p>wskazane przez Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju MiiR tj.: rezultatu strategicznego; rezultatu bezpośredniego oraz wskaźników produktu</p>
4.	<p>Przekaz kierowany do grup docelowych nie jest do końca czytelny dla znaczącej ich części, zwłaszcza w przypadku ogółu społeczeństwa i potencjalnych beneficjentów. (str. 59-76)</p>	<p>Należy dążyć do tego, aby tworzyć komunikaty, których indeks FOG (indeks czytelności tekstu) będzie w granicach 9, czyli będzie zrozumiały dla osoby z wykształceniem co najmniej gimnazjalnym. Warto w tym kontekście wykorzystywać dostępne narzędzia np. jasnopis.pl. (str. 59-76)</p>	IZ	<p>Należy do oceny języka przygotowywanych przekazów wykorzystywać dostępne narzędzia analizy lingwistyczno-semiotycznej (analiza FOG, analiza proporcji między rzeczownikami a czasownikami użytymi w tekście, analiza słów kluczowych – frekwencja wyrazów). Są to publicznie dostępne i dosyć łatwe w stosowaniu narzędzia badawcze.</p>	Działanie ciągłe	Rekomendacja odrzucona	<p>Zakłada się, że język komunikatów będzie przystępny i przyjazny dla odbiorców. Używanie narzędzi analizy lingwistyczno-semiotycznej w tym zakresie nie jest konieczne.</p>
5.	<p>Mieszkańcy województwa patrzą na środki unijne z perspektywy własnych korzyści. Podobnie kształtują się potrzeby informacyjne, w których mieszkańcy oczekują informacji o tym, jakie korzyści uzyskają bezpośrednio oni sami. W następnej kolejności chcieliby się dowiedzieć jak ze środków z RPOWŚ skorzystają ich miejsca pracy (firma, instytucja) i miejsce</p>	<p>Należy w tworzeniu komunikatów uwzględnić w większym stopniu perspektywę korzyści indywidualnych odbiorcy, osobistą perspektywę mieszkańca regionu. (str. 40-51)</p>	IZ	<p>W przekazie należy brać pod uwagę, że ich odbiorca zadaje sobie zwykle pytanie: co ja z tego mam, będę miał? Nośną formułą przekazu jest też odwoływanie się do doświadczeń osób, o których odbiorca może powiedzieć: to ktoś jak ja. Pozytywne skutki FE dla takiej osoby, przedstawione w przekazie mają większą</p>	Działanie ciągłe	IZ będzie się kierować przy realizacji działań wskazaną rekomendacją	

	zamieszkania (miejscowość, gmina). Dopiero w następnej kolejności chcą wiedzieć co może zyskać na tym województwo. Działania informacyjne postrzegane są jako dostarczające informacji w odwrotnej kolejności: najpierw województwo, później powiat, gmina, miejscowość, firma i na końcu mieszkańcy. (str. 40-51)			siłę przekazu, niż informacje dla niej abstrakcyjne.			
6.	Ze względu na prowadzone od lat działania informacyjno-promocyjne oraz wzrastające zainteresowanie społeczne FE przyrasta i zyskuje na szczegółowości wiedza grup docelowych tych działań. Oznaczać to może bardziej krytyczne nastawienie odbiorców. (str. 113-116)	Należy uwzględnić w formułowaniu przekazu, że odbiorca dysponuje często dość szczegółową wiedzą na temat FE. (str. 113-116)	IZ	Odbiorca może być zainteresowany takimi kwestiami jak: efektywność wsparcia w ramach FE, przypadki nietrafionych inwestycji, adekwatność tego wsparcia w stosunku do potrzeb kraju, regionu i jego miejsca zamieszkania (gminy, powiatu, miasta), prawidłowość dystrybucji środków unijnych, jawność procedur, prostota lub stopień komplikacji procedur na tle innych krajów UE, wpływ Polski na kierunki wsparcia, itp. Tego typu tematy należy w większym niż obecnie stopniu włączyć do przekazu związanego z RPOWŚ, zarówno przekazu bezpośredniego IZ, jak przekazywanego przez dziennikarzy jako grupę pośredniczącą.	Działanie ciągłe	IZ będzie się kierować przy realizacji działań wskazaną rekomendacją	
7.	W związku z rozwojem mediów elektronicznych (w tym m.in. mediów społecznościowych) należy się spodziewać większego zainteresowania ze strony odbiorców wykorzystaniem	Należy prowadzić działania informacyjno-promocyjne wykorzystując narzędzia nowoczesnej komunikacji (m.in. media społecznościowe). (str. 100-102, 107-109)	IZ	Prowadzenie tych działań należy powierzyć ekspertom w tych dziedzinach, potrafiącym prawidłowo sformułować przekaz i znającym zasady jego skutecznego	Działanie ciągłe	IZ będzie się kierować przy realizacji działań wskazaną rekomendacją	

	<p>tych mediów. Ponadto zmiana pokoleniowa i technologiczna zachodząca obecnie spowoduje, że kontakt z wykorzystaniem tych mediów stanie się standardem.</p> <p>(str. 100-102, 107-109)</p>			<p>rozpowszechniania. Podstawowymi zasadami jakimi należy się kierować wykorzystując ten kanał komunikacji to aktualność komunikatu oraz jego zwięzłość i prostota. Nowoczesne narzędzia komunikacyjne umożliwiają interakcję z odbiorcą, dlatego bardzo ważne jest bieżące komunikowanie w zależności od potrzeb odbiorców.</p>			
8.	<p>Występuje problem w dystrybuowaniu informacji o prowadzonych działaniach szkoleniowych. Zdiagnozowano relatywnie niski (48% badanych) poziom świadomości możliwości uczestnictwa w zajęciach. Na brak informacji wskazywali głównie pracownicy JST.</p> <p>(str. 81-88)</p>	<p>Rekomenduje się wprowadzenie usprawnień do polityki szkoleniowej związanych z informowaniem o dostępnych szkoleniach.</p> <p>(str. 81-88)</p>	IZ	<p>Wykorzystanie strony internetowej do informowania zainteresowanych o prowadzonych szkoleniach.</p>	Działanie ciągle	<p>IZ będzie się kierować przy realizacji działań wskazaną rekomendacją</p>	
9.	<p>W szkoleniach dotyczących RPOWŚ dużo częściej biorą udział przedstawiciele JST niż przedsiębiorcy. Ci ostatni tłumaczą to brakiem czasu związanym z obowiązkami firmowymi. Brak jednego miejsca – bazy wiedzy – zbierającego i udostępniającego materiały z przeprowadzonych działań szkoleniowych.</p> <p>(str. 81-88)</p>	<p>Należy wprowadzić możliwość transmisji on-line szkoleń oraz udostępnianie nagrań video w materiałach ze szkoleń, a także wprowadzić formy distance learningu. Rekomenduje się też stworzenie podstrony internetowej jako swoistego kompendium wiedzy zbierającego wszystkie wytworzone materiały szkoleniowe.</p> <p>(str. 81-88)</p>	IZ	<p>W pierwszej kolejności należy wprowadzić nagrywanie szkoleń jako standard obowiązujący (szkolenia dostępne w archiwum). W kolejnym etapie należy sprawdzić możliwości w zakresie szkoleń on-line (techniczne, organizacyjne) i ewentualnie w przypadku pozytywnych opinii wprowadzić narzędzia pozwalające na tego typu formę komunikacji.</p>	Koniec czerwca 2016 roku.	<p>Rekomendacja w części do wdrożenia</p>	<p>Rekomendacja wdrożona w zakresie udostępniania materiałów szkoleniowych na stronie internetowej. Nie przewiduje się szkoleń on-line</p>
10.	<p>Z perspektywy mieszkańców telewizja jest głównym źródłem informacji o RPOWŚ, do innych ważnych źródeł należą – internet oraz radio, a także</p>	<p>Należy wykorzystywać w kontakcie z mieszkańcami (ogół społeczeństwa) telewizję, internet, radio i materiały informacyjne. Należy wykorzystywać w kontakcie</p>	IZ	<p>Należy w strategii komunikacyjnej dla RPOWŚ 2014-2020 wprowadzić te kanały komunikacji jak</p>	Zgodny z terminem przygotowania strategii komunikacyjnej dla RPOWŚ na lata	<p>Rekomendacja wdrożona w całości</p>	

	<p>materiały informacyjne. Największym zaufaniem mieszkańców i potencjalnych beneficjentów cieszy się strona internetowa, dalej mieszkańcy wybierają telewizję, natomiast potencjalni beneficjenci spotkania bezpośrednie – związane jest to z potrzebami informacyjnymi. Mieszkańcy potrzebują bardziej ogólnych informacji, natomiast potencjalni beneficjenci potrzebują wiedzy, którą mogliby wykorzystać w aplikowaniu o środki. (str. 52-58)</p>	<p>z potencjalnymi beneficjentami internet (głównie strona internetowa), spotkania, szkolenia, warsztaty, case study. (str. 52-58)</p>		<p>najskuteczniejsze.</p>	<p>2014-2020;</p>		
11.	<p>Warto w ramach RPOWŚ organizować dni otwarte inwestycji/projektów zgodnie z koncepcją liderów zmian wynikającą ze strategii PS. Polegałoby to na wizytach zarówno potencjalnych beneficjentów, ale z drugiej strony formuła dnia otwartego oznacza, że są one dostępne dla każdego, czyli wszelkich przedstawicieli opinii publicznej. Taka akcja byłaby również okazją do promowania rezultatów przy pomocy mediów, które także można by zapraszać na takie otwarcie. (str. 112-113)</p>	<p>Należy wśród możliwych do realizacji działań komunikacyjnych uwzględnić tzw. dni otwarte projektów. (str. 112-113)</p>	IZ	<p>Należy wprowadzić odpowiednie zapisy do strategii komunikacyjnej dot. RPOWŚ 2014-2020, tak by organizację dni otwartych umieścić wśród dostępnych kanałów działań komunikacyjnych skierowanych zarówno do mieszkańców, jak i potencjalnych beneficjentów.</p>	<p>Zgodny z terminem przygotowania strategii komunikacyjnej dla RPOWŚ na lata 2014-2020;</p>	<p>Rekomendacja w części wdrożona</p>	<p>Rekomendacja wdrożona w zakresie realizacji wydarzeń promocyjnych bez wprowadzania nazewnictwa Dni Otwartych</p>