

UCHWAŁA NR 2988/20
ZARZĄDU WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO
Z DNIA 25 listopada 2020 r.

W SPRAWIE:

Przyjęcia Roczego Planu Działań Informacyjnych i Promocyjnych na 2021 rok dla Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

NA PODSTAWIE:

Na podstawie art. 9 ust.1 pkt 2 i ust.2 pkt 12 Ustawy z dnia 11 lipca 2014 r. o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014-2020 (Dz.U. z 2020r. poz. 818) oraz art. 41 ust.2 pkt 4 Ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa (Dz.U. z 2020 r. poz. 1668).

§ 1

Przyjmuje się Roczny Planu Działań Informacyjnych i Promocyjnych na 2021 rok dla Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020, który stanowi załącznik do niniejszej Uchwały.

§ 2

Wykonanie uchwały powierza się Marszałkowi Województwa Świętokrzyskiego.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

MARSZAŁEK
WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO

ANDRZEJ BĘTKOWSKI

**Roczny plan działań
informacyjnych i promocyjnych
na 2021 r.
dla Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa
Świętokrzyskiego na lata 2014-2020**

Spis treści:

1. Wstęp.....	3
2. Podstawy opracowania Roczno-go planu działań.....	3
2.1. Kluczowe dokumenty	3
2.2. Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji	3
2.3. Wyniki badań i analiz	3
3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku	4
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok... ..	5
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji	17
6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu....	18

1. Wstęp

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych dla *Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020* zwany dalej Rocznym planem działań, w skrócie RPD) jest dokumentem o charakterze operacyjnym, przygotowanym przez IZ RPO WŚ), na potrzeby realizacji w 2021r. zapisów *Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020*.

Dokument określa podstawy i sposoby realizacji zadań informacyjnych i promocyjnych, poświęconych, *Regionalnemu Programowi Operacyjnemu Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020*, wymienia i opisuje najważniejsze działania komunikacyjne prowadzone przez IZ RPOWŚ oraz IP-WUP, ich cele, ramy czasowe oraz szacunkowy budżet.

Dane kontaktowe do podmiotu odpowiedzialnego za sporządzenie RPD:

IZ RPOWŚ 2014-2020 Departament Inwestycji i Rozwoju – Agnieszka Matachowska-Adamczyk, tel. 41-365 -81-22, agnieszka.matachowska@sejmik.kielce.pl Al. IX Wieków Kielce 3, 25-516 Kielce

2. Podstawy opracowania Roczno planu działań

Uwaga: Należy wskazać dokumenty, które stały się podstawą stworzenia Roczno Planu działań (w tym również wyniki badań, analiz, obserwacji, monitoring, analiza jakościowa podejmowanych działań).

Konsultacje robocze w ramach IZ oraz IP RPOWŚ, doświadczenia z lat ubiegłych, wskaźniki słuchalności na podstawie raportu „Badanie rozpoznawalności i wiedzy o Funduszach Europejskich w społeczeństwie polskim. Edycja 2018 Województwo Świętokrzyskie”.

2.1. Kluczowe dokumenty

- Wytyczne w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020
- Strategia komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020.
- Strategia komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020
- uwarunkowania wynikające z postanowień ustawy z dnia 3 kwietnia 2020 r. o *szczególnych rozwiązaniach wspierających realizację programów operacyjnych w związku z wystąpieniem COVID w 2020 r.* oraz ustawy z dnia 2 marca 2020 r. o *szczególnych rozwiązaniach związanych z zapobieganiem, przeciwdziałaniem, zwalczaniem COVID-19, innych chorób zakaźnych oraz wywołanych nimi sytuacji kryzysowych*

Ewentualnie wymienić pozostałe dokumenty, wykorzystane do opracowania RPD.

2.2. Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.

Cel strategiczny dla danego programu (wskazany w strategii komunikacji) – Komunikacja Funduszy wspomaga wykorzystanie środków z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020 dla realizacji celów rozwojowych regionu świętokrzyskiego.

Cel nadrzędny Strategii komunikacji – wzmocnienie przewagi konkurencyjnej regionu poprzez położenie nacisku na innowacje, przedsiębiorczość, energetykę i projekty z zakresu społeczeństwa informacyjnego

Cele szczegółowe Strategii komunikacji :

- Komunikacja Funduszy Europejskich aktywizuje mieszkańców województwa świętokrzyskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020.
- Komunikacja Funduszy Europejskich w województwie świętokrzyskim wspiera beneficjentów RPOWŚ 2014-2020 w realizacji projektów.
- Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa świętokrzyskiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich.
- Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie świętokrzyskim.

2.3. Wyniki badań i analiz

Należy wymienić tytuły badań i analiz, których wyniki wykorzystano do opracowania RPD oraz krótko opisać ich wyniki, lub krótko opisać wyniki obserwacji, monitoringu lub własnej analizy operacyjnej podejmowanych działań.

Na podstawie raportu „Badanie rozpoznawalności i wiedzy o Funduszach Europejskich w społeczeństwie polskim. Edycja 2018. Województwo Świętokrzyskie” w punkcie 2. Podsumowanie wyników badania dla województwa świętokrzyskiego – Konsumpcja wybranych rodzajów mediów przez mieszkańców polski i poszczególne grupy docelowe:

- Dwie trzecie (66%) mieszkańców województwa świętokrzyskiego wcale nie czyta ogólnopolskich dzienników ani innych gazet – spadek czytelnictwa), stąd w RPD info-promo na 2021 brak kampanii powiatowej (prasa papierowa).
- 68 % mieszkańców województwa świętokrzyskiego słucha radia codziennie lub prawie codziennie. Wśród najczęściej wymienianych stacji radiowych pojawiły się RMF FM (48%) Radio Zet (35%) oraz Polskie Radio Kielce (25%) . Na tej podstawie RPD info-promo 2020 zakłada realizację spotów i newsów radiowych.
- 89% mieszkańców regularnie (codziennie lub prawie codziennie) oglądających telewizję jest zbliżony do ogółu Polaków (93%). Kampania szerokiego zasięgu w ramach RPD info-promo 2020 między innymi zakłada wykorzystanie TV regionalnej oraz produkcję filmu promującego Fundusze Europejskie.
- 55% mieszkańców województwa świętokrzyskiego codziennie lub prawie codziennie korzysta z internetu, odwiedzając najczęściej strony: Google (60%), Facebook (56%) i YouTube (50%).44% mieszkańców województwa ma konta na portalu społecznościowym z czego 76% odwiedza je codziennie (najpopularniejszy- 93% Facebook). Dlatego w RPD info-promo na 2020 będziemy aktywnie promować Fundusze Europejskie na portalach społecznościowych.

3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2021.

Poniższe zadania wynikają z dokumentów, materiałów i celów wymienionych w punkcie 2 RPD

- Prowadzenie działań które zwiększą widoczność efektów polityki spójności tj np.: aktywne media społecznościowe, film promujący FE, konkurs dla dzieci z zakresu wiedzy o Funduszach Europejskich, wystawa zdjęć ze zrealizowanych projektów w ramach FE . Planując działania bierzemy pod uwagę wyniki badań, które od lat wskazują, że najczęściej wybieranym kanałem informacyjnym na temat FE /programów jest internet
- Działania informacyjne: prowadzenie kampanii przede wszystkim informującej o efektach zrealizowanych projektów z FE jak również wspomagającej wykorzystanie środków z RPOWŚ przewidzianych do realizacji w 2021 roku
- Działanie edukacyjne wspierające beneficjenta: prowadzenie szkoleń dla beneficjentów zgodnie z zapotrzebowaniem. Szkolenia dla beneficjentów programu np.: w zakresie obsługi systemu SL2014 oraz z rozliczania i sprawozdawczości wniosków o płatność, zamówień publicznych i kontroli projektów.
- Informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach dofinansowania, informowanie o źródłach informacji, informowanie o efektach zrealizowanych projektów z FE, promocja FE w ramach DOFE.

- Koordynacja: czuwanie nad efektywnym i spójnym wdrażaniem działań informacyjno-promocyjnych przez wszystkie zaangażowane podmioty z uwzględnieniem etapów komunikacji („zobacz”, „poleć”, „korzystaj”)
- Realizacja działań zgodnie ze standardami dostępności, o których mowa w dokumencie „Wytyczne 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”
- Wszystkie podejmowane działania jednoznacznie podkreślać będą pochodzenie środków, które je finansują (FE, RPO)
- Biorąc pod uwagę rozprzestrzenienie się COVID-19 w 2020 r. i niepewną sytuacją związaną z dalszym trwaniem stanu pandemii, planujemy działania w oparciu o założenie, że będą musiały być one dostosowane do bieżącej sytuacji i obowiązujących w danym czasie zaleceń
- Stosowanie we wdrażaniu zasad prostego języka

Należy wymienić najważniejsze zadania oraz do każdego zadania podać krótkie uzasadnienie. Zadanie jest tu rozumiane jako kategoria szersza niż działanie. Może ono składać się z kilku działań.

Uwaga: w tabeli 1 należy szczegółowo opisać wszystkie planowane działania podając ich nazwy, opisując elementy, które wejdą w skład działań), wskazując który cel Strategii komunikacji realizuje to działanie, instytucje odpowiedzialne, grupy docelowe, termin realizacji i budżet.

4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2021.

Uzupełnia IK lub IZ RPO lub IP KPO, zgodnie z rozdz. 5.1, pkt 4 i 7 Wytycznych w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020.

- Działania koncentrujące się na zwiększeniu widoczności efektów polityki spójności poprzez prezentowanie efektów wykorzystania Funduszy Europejskich w mediach społecznościowych, produkcję filmu promującego FE, przeprowadzenie konkursu dla dzieci z zakresu wiedzy o Funduszach Europejskich czy wystawę zdjęć ze zrealizowanych projektów w ramach FE .
- Bieżące tworzenie i aktualizowanie baz zrealizowanych i realizowanych projektów tzw. dobrych praktyk i śledzenie rezultatów ich wdrażania (również w wersji angielskiej), promowanie ich i wykorzystywanie m.in. w kontaktach z mediami. Do bazy w miarę możliwości dołączone będą materiały promocyjne typu zdjęcia, filmy, prezentacje, nagrania, wypowiedzi itp., dokumentujące realizację projektu.
- Działania dla beneficjentów koncentrujące się na wspieraniu ich w realizacji projektów. IZ RPOWS będzie informować i edukować beneficjentów o zasadach właściwej i skutecznej realizacji projektów w ramach programu
- Działania dla potencjalnych uczestników projektów koncentrujące się na informowaniu o możliwościach, jakie dla nich istnieją w ramach realizowanych projektów. IZ RPOWS będzie informować o wsparciu i/lub bezpłatnych usługach świadczonych przez beneficjentów RPOWS.
- Komunikaty z wykorzystaniem zrealizowanych projektów, będą priorytetowo zawierały informacje o efektach polityki spójności ze szczególnym uwzględnieniem europejskiej wartości dodanej (EAV).
- Organizacja w regionie Dni Otwartych Funduszy Europejskich, zgodnie z wspólnie wypracowanymi z IK UP założeniami, w tym zapewnienie promocji oraz wsparcia dla beneficjentów biorących udział w akcji
- Działania skierowane do grup: potencjalnych uczestników projektów, uczestników projektów, podmiotów wdrażających IF, potencjalnych ostatecznych odbiorców wsparcia z FE
- Działania skierowane do opinii publicznej/ odbiorców rezultatów w aspekcie promocji efektów polityki spójności

- Stała i konsekwentna bezpłatna współpraca z mediami oparta na inicjowaniu zainteresowania dziennikarzy tematyką programową.
- Dotarcie do opinii publicznej w regionie i uczestników projektów z informacją o wsparciu z funduszy UE na walkę i przeciwdziałanie skutkom pandemii COVID-19, w tym m.in. o podpisanych umowach, zakupie środków trwałych, itd.
- Informowanie o trwających przygotowaniach do nowej perspektywy i jej otwarciu, a także zapoznanie poszczególnych grup docelowych z założeniami programu na lata 2021-2027

Tabela 1. Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach KPO / RPO w roku 2021.

Działania wymienione w kolumnie „Nazwa działania” są przykładowe. Jeśli nie będą realizowane np. konferencje, należy usunąć kategorię. Natomiast jeśli będzie realizowanych np. kilka konferencji, należy powielić wiersze oraz uzupełnić opisy działań, nadal w kategorii działań „Konferencje”. Każde działanie powinno zostać opisane w punktach, przy wykorzystaniu poniższych informacji (potem zwane „minimum”), z wyjątkiem działania o szerokim zasięgu:

Opis działania, w tym:

- *kluczowe elementy/narzędzia, np. audycja radiowa, cykl artykułów,*
- *szacunki liczbowe (liczby możliwe do określenia na etapie planowania, np. szacunkowa liczba uczestników szkoleń),*
- *informacja o współpracy z partnerami lub innymi podmiotami zewnętrznymi,*
- *inne istotne informacje, w tym ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami, zaangażowanie beneficjentów.*

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2021 R.)	PLANOWANY BUDŻET
1. Koordynacja, w tym badania i ewaluacja, wymiana doświadczeń							
1.1	Koordynacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji	Działania wspierające realizację strategii	IZ, IP	Działania koordynacyjne (w tym współpraca i nadzór nad IP) 1. Aktualizacja dokumentów strategicznych i planistycznych na potrzeby systemu informacji i promocji w zakresie RPOWŚ. 2. Analiza i opiniowanie dokumentów operacyjnych i ich aktualizacja (roczne plany działań informacyjnych i promocyjnych dla RPOWŚ) przygotowywanych przez IZ, IP. 3. Analizowanie sprawozdań z działań informacyjnych i promocyjnych sporządzonych przez IP. 4. Przygotowywanie zbiorczego sprawozdania z realizacji działań informacyjnych i promocyjnych dla wdrażania RPOWŚ. 5. Monitorowanie wypełniania przez poszczególne instytucje zaleceń dotyczących prowadzenia działań komunikacyjnych oraz realizacji planów informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych.	IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	0 zł
1.2	Udział w grupach	Działania wspierające realizację strategii	IZ, IP	Grupa Sterująca ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich Działanie ma na celu udział przedstawicieli IZ w Grupie Sterującej. W skład Grupy wchodzi przedstawiciele Instytucji Koordynującej Umowę Partnerstwa, wszystkich instytucji zarządzających krajowymi i regionalnymi Programami Operacyjnymi w tym RPOWŚ. Działanie obejmuje wymianę informacji i doświadczeń.	IK UP/ IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	0 zł
		Działania wspierające realizację	IZ, IP	Grupa robocza IZ-IP ds. informacji i promocji Spotkania zaplanowano w miarę potrzeb (min. 1 raz w roku). Grupa zadaniowa ma na celu koordynację działań	IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	0 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2021 R.)	PLANOWANY BUDŻET
		strategii		<p>informacyjno-promocyjnych na poziomie województwa, a także prowadzenie wspólnych akcji promocyjnych i innych działań informacyjno-promocyjnych.</p> <p>W skład Grupy będą wchodzić przedstawiciele Departamentów Urzędu Marszałkowskiego Województwa Świętokrzyskiego odpowiedzialni za promocję województwa i kontakty z mediami oraz przedstawiciele instytucji:</p> <ul style="list-style-type: none"> — Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Kielcach, — Świętokrzyskiego Biura Rozwoju Regionalnego (PROW), — IP – ZIT, — PIFE w województwie świętokrzyskim, <p>Do zadań Grupy należy w szczególności:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wymiana informacji oraz koordynowanie działań podejmowanych przez instytucje zaangażowane we wdrażanie funduszy w województwie w tym podejmowanie wspólnych działań informacyjno-promocyjnych. 2. Analiza i ocena skuteczności narzędzi działań informacyjno-promocyjnych. 3. Konsultowanie Rocznych Planów Działań informacyjno-promocyjnych. 4. Wypracowanie efektywnego systemu komunikacji wewnętrznej poprzez spotkania osób odpowiedzialnych za realizację Funduszy Europejskich w Województwie Świętokrzyskim. 			
1.3	Współpraca międzynarodowa						
1.4	Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy			Badanie społeczne			zł
				Ewaluacja			zł
1.5	Inne						
2. Działania informacyjne							
2.1	System informacji - sieć PIFE	<p><i>W RPD RPO: informacja:</i></p> <p>Sieć PIFE w województwie świętokrzyskim prowadzona jest w ramach umowy o numerze DIP/BDG-II/POP/86/14 zawartej w dniu 19.05.2014 r. z póź. zm. między ministrem do spraw rozwoju regionalnego a Województwem Świętokrzyskim. W województwie funkcjonuje główny punkt w Kielcach i 2 punkty lokalne w następujących miejscowościach: Sandomierz, Skarżysko-Kamienna.</p> <p>Szczegółowe plany realizacji tego działania na dany rok są przedstawiane we Wniosku o przyznanie dotacji celowej na 2021 r.</p>					

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2021 R.)	PLANOWANY BUDŻET
		<p>Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z MFiPR. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy.</p> <p><i>W RPD nie należy zamieszczać działań zrealizowanych w ramach Sieci PIFE i we współpracy z Siecią PIFE. Szczegóły dotyczące tych działań zostaną wykazane we Wniosku o przyznanie dotacji.</i></p> <p>celowej na 2021 rok.</p>					
2.2	Informowanie o wydarzeniach, eventach, podpisywaniu umów			Cykliczne przekazywanie informacji do IK UP na temat uroczystości i innych inicjatyw własnych lub beneficjentów związanych z konferencjami, wydarzeniami, z podpisywaniem umów, otwarciem/oddaniem do użytku projektów, etc.		Cały rok	0 zł
2.3	Portale i serwisy internetowe	1,2,3	Mieszkańcy regionu świętokrzyskiego, beneficjenci i potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów	Prowadzenie i bieżąca aktualizacja strony internetowej www.rpo-swietokrzyskie.pl zawierającej informacje o możliwościach dofinansowania projektów z RPOWŚ. W ramach aktualizacji portalu będą zamieszczane przykłady projektów w jęz. polskim i angielskim., równoległe również na Mapie Dotacji	IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	10 000,00 zł
	Portale i serwisy internetowe						
2.4	Baza wiedzy¹	1,2,3	IZ, IP	Uzupełnianie i aktualizowanie informacji w serwisie Baza Wiedzy.	IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	0 zł
2.5	Mapa dotacji²	1,2,3	Mieszkańcy regionu świętokrzyskiego, beneficjenci i potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów	Stałe aktualizowanie bazy projektów na www.mapadotacji.gov.pl . IZ uprości/uzupełni 3 opisy projektów na Mapie Dotacji UE miesięcznie	IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	0 zł

¹ Administracja zespołami programu w Bazie Wiedzy o Funduszach Europejskich.

² Uzupełnianie informacji o projektach w Mapie Dotacji UE.

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2021 R.)	PLANOWANY BUDŻET
2.6	Wyszukiwarka Dotacji ³	1,2,3	Mieszkańcy regionu świętokrzyskiego, beneficjenci i potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów	Stałe aktualizowanie treści na www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka	IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	0 zł
2.7	Inne						zł
3. Działania edukacyjne							
3.1	Szkolenia dla beneficjentów ⁴ - Szkolenia stacjonarne/online	2	beneficjenci	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla beneficjentów na temat <i>(proszę wpisać tematykę szkoleń)</i> : 1 obsługa systemu SL 2014 2 rozliczanie i sprawozdawczość wniosków o płatność 3 zamówienia publiczne i kontrola projektów Przewidywana liczba szkoleń 4 Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: 100 osób	IZ RPOWŚ (IR)	II-IV kwartał	70 000,00zł
	Szkolenia dla beneficjentów - Szkolenia stacjonarne/online	2	beneficjenci	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla beneficjentów na następujące tematy: 1. prawidłowe wypełnianie wniosków o płatność w projektach 2. monitorowanie wskaźników projektów 3. zgadnienia związane z kwalifikowalnością wydatków Przewidywana liczba szkoleń: 5 Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: 100 osób	DW EFS	II-IV kwartał	15 000 zł

³ Uzupelnianie informacji o naborach na portalu FE i w Wyszukiwarce Dotacji.

⁴ Należy uzupełnić w zakresie szkoleń organizowanych przez instytucję zarządzającą i pośredniczącą. Wykaz szkoleń realizowanych w ramach Sieci PIFE będzie przedstawiony w sprawozdaniach projektowych PIFE i nie należy go tu umieszczać.

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2021 R.)	PLANOWANY BUDŻET
3.2	Szkolenia dla beneficjentów - Szkolenia online (e-learning, webinaria itp.)	2	beneficjenci	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla beneficjentów w formie ... <i>(proszę wpisać jaka będzie forma szkolenia)</i> na następujące tematy <i>(proszę wpisać tematykę szkoleń)</i> : 1..... 2..... 3..... Szkolenia będą dostępne na stronie www ... <i>(proszę podać czy będzie to strona Państwa instytucji, czy platforma szkoleniowa specjalnie utworzona na potrzeby szkoleń, czy strona internetowa wykonawcy lub inna strona)</i> Przewidywana liczba szkoleń ...			zł
3.3	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów⁵ - Szkolenia stacjonarne						
	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów - Szkolenia stacjonarne						
3.4	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów - Szkolenia online (elearning, webinaria itp.)	1	Potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje przeprowadzenie szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w formie... <i>(proszę wpisać jaka będzie forma szkolenia)</i> na następujące tematy 1..... 2..... 3..... Szkolenia będą dostępne na stronie ... <i>(proszę podać, czy będzie to strona Państwa instytucji, czy platforma szkoleniowa)</i>			zł

⁵Jw.

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2021 R.)	PLANOWANY BUDŻET
				<p><i>specjalnie utworzona na potrzeby szkoleń, czy strona internetowa wykonawcy lub inna strona</i></p> <p>Przewidywana liczba szkoleń ...</p>			
3.5	Inne (np. spotkania informacyjne, szkolenia dla pracowników systemu wdrażania)	1,3,4	Odbiorcy wsparcia w ramach Działania 10.5 RPOWŚ – przedsiębiorcy i pracownicy, ogół społeczeństwa	Konferencja dotycząca aktualnej oferty działań i usług rozwojowych kierowanych do przedsiębiorców, instytucji otoczenia biznesu, organizacji i podmiotów zainteresowanych wspieraniem i rozwojem przedsiębiorczości. Ponadto zaprezentowane będzie wstępne podsumowanie efektów wdrażanych działań z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego 2014-2020, z uwzględnieniem projektów realizowanych w 2021 roku. Planowana liczba uczestników: 100 osób.	WUP Kielce	I/II kwartał	7 000,00 zł
	Inne (np. spotkania informacyjne, szkolenia dla pracowników systemu wdrażania)						
4. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w Internecie							
4.1	Pakiet działań pronaborowych	1	Potencjalni beneficjenci	<p>Dla każdego naboru/ przygotowane zostaną następujące działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> - publikacja ogłoszenia o konkursie na PFE (w tym w wyszukiwarce dotacji) - publikacja ogłoszenia o konkursie na stronie internetowej IOK/IZ - wysłanie informacji o konkursie do PIFE - wysłanie newslettera z informacją o konkursie lub jeśli instytucja nie dysponuje tym narzędziem, wysłanie informacji o konkursie emailem - wysłanie notatki prasowej na temat ogłaszanego konkursu 		Proszę nie wypełniać tych pól	Proszę nie wypełniać tych pól

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2021 R.)	PLANOWANY BUDŻET
				<p>Nabory/konkursy na trudniejsze/ mało popularne działania objęte zostaną rozszerzonym pakietem działań promocyjnych, na który składać się będzie dodatkowo (zaznacz właściwe)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> organizacja spotkania/szkolenia informacyjnego</p> <p><input type="checkbox"/> publikacja ogłoszenia konkursie w prasie lokalnej/regionalnej</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> organizacja szkolenia z właściwego przygotowania wniosków</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> emisja spotów radiowych w stacjach o zasięgu regionalnym</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> publikacja informacji o konkursie w mediach społecznościowych</p> <p><input type="checkbox"/> inny(proszę wymienić jaki)</p>			
4.1.a	Działania dla MŚP		Potencjalni beneficjenci	Tutaj proszę wymienić/zebrać wszystkie działania, jakie są planowane do podjęcia dla sektora MŚP, jeśli stanowi on grupę potencjalnych beneficjentów. Działania te powinny być szczegółowo rozpisane w innych wierszach tabeli, zgodnie z charakterem działań.		Proszę nie wypełniać tych pól	Proszę nie wypełniać tych pól
4.1.b	Działania dla MŚP		Beneficjenci	Tutaj proszę wymienić/zebrać wszystkie działania, jakie są planowane do podjęcia dla sektora MŚP, jeśli stanowi on grupę beneficjentów. Działania te powinny być szczegółowo rozpisane w innych wierszach tabeli, zgodnie z charakterem działań.		Proszę nie wypełniać tych pól	Proszę nie wypełniać tych pól
4.2	Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu	1,3,4	Beneficjenci, Potencjalni beneficjenci, Opinia publiczna	Szczegóły znajdują się w tabeli 3. Kampania informacyjna o RPOWŚ 2014-2020 z wykorzystaniem mediów społecznościowych, papierowej prasy regionalnej, portali internetowych oraz radia regionalnego, TV	IZ RPOWŚ (IR)	III-IV kwartał	400 000,00 zł
4.3	Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)	<p>Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input type="checkbox"/> nie <input type="checkbox"/></p> <p>Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej:</p> <p>- czego będą dotyczyć audycje/spoty</p> <p>- co obejmują (produkcję i/lub emisję)</p>					

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2021 R.)	PLANOWANY BUDŻET
				Audycje <i>Prosimy o uwzględnienie działań niebędących częścią działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu⁶. Opis wszystkich działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu należy umieścić w tabeli nr 3.</i>			zł
		1,3,4	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Spoty Materiał filmowy pokazujący efekty wdrażania RPOWS w ramach perspektywy finansowej 2014-2020 oraz zachęcający do korzystania z środków unijnych.	WUP Kielce	III/IV kwartał	20 016,00 zł
4.4	Radio, (audycje sponsorowane, reklamy)	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input type="checkbox"/> nie <input checked="" type="checkbox"/>					
		<i>Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej:</i> - czego będą dotyczyć audycje/reklamy - co obejmują (produkcję i/lub emisję)					
		1,3,4	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Reklamy (spoty) będą dotyczyć promocji efektów naborów na dofinansowanie projektów z osi 8 i 9 RPO WŚ i promocji założeń nowej perspektywy; współpracę z rozgłościami regionalnymi obejmie produkcję spotów i ich emisję	DW EFS	IV kwartał	20 000 zł
		1	Potencjalni beneficjenci	Reklamy (spoty) będą dotyczyć promocji aktualnych naborów na dofinansowanie projektów w ramach EFRR RPOWS (fakultatywnie); współpracę z rozgłościami regionalnymi obejmie produkcję spotów i ich emisję	IZ RPOWS (IR)	Cały rok	30 000,00 zł
		1,3,4	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Spoty, audycje sponsorowane dot. Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego promujące aktualną ofertę projektową, a także pokazujące efekty wdrażania RPO WŚ i promujące korzystanie z Funduszy Europejskich.	WUP Kielce	II/III kwartał	15 000,00 zł
4.5	Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input type="checkbox"/> nie <input checked="" type="checkbox"/>					
		<i>Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej:</i> - czego będą dotyczyć artykuły/reklamy itp - gdzie będą publikowane (prasa o jakim zasięgu)					
		1,3,4	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Ogłoszenia, reklamy, art. sponsorowane w prasie o zasięgu regionalnym będą dotyczyć promocji RPO WŚ 2014-2020, m.in. przez pokazanie realizowanych projektów oraz informacji o	IZ RPOWS (IR)	II, III i IV kwartał	50 000,00 zł

⁶ Zgodnie z definicją działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu, zawartą w *Strategii komunikacji polityki spójności*.

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2021 R.)	PLANOWANY BUDŻET
				tematach, terminach i kwotach aktualnych naborów			
	Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)	1,2,3	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Artykuł prasowy dot. Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego promujący aktualną ofertę projektową, zachęcającą do skorzystania przez przedsiębiorców z Bazy Usług Rozwojowych.	WUP Kielce	I/II kwartał	15 000,00 zł
	Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)	1,2,3	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Artykuł prasowy dot. Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego stanowiący podsumowanie dotychczasowych działań zrealizowanych z RPO w województwie świętokrzyskim, pokazujące wymierne rezultaty projektów a także promowanie korzystania z Funduszy Europejskich.	WUP Kielce	II/IV kwartał	20 015,00 zł
	Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)	1,2,3	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Ogłoszenia, reklamy, art. sponsorowane w dzienniku o zasięgu regionalnym będą dotyczyć promocji RPO WŚ 2021-2027 w zakresie EFS	DW EFS	IV kwartał	15 000 zł
4.6	Internet (sponsorowane publikacje, reklamy, media społecznościowe)	<p>Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input checked="" type="checkbox"/> nie <input type="checkbox"/></p> <p>Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej: - jakie działania będą prowadzone - na jakich stronach internetowych</p>					
				Publikacje w Internecie ⁷ Jw.			zł
				Reklamy Jw.			zł
4.7	inne			Jw.			zł
5. Imprezy otwarte i inne							
5.1	Eventy, pikniki, festyny						zł

⁷ Włączając działania w mediach społecznościowych, również te realizowane bezkosztowo.

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2021 R.)	PLANOWANY BUDŻET
5.2	Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy itp.						zł
5.3	Organizacja akcji Dni Otwartych Funduszy Europejskich	3,4	Potencjalni beneficjenci, Opinia publiczna	Dni Otwarte Funduszy Europejskich w Województwie Świętokrzyskim. W ramach Dni Otwartych Funduszy Europejskich zostanie przeprowadzona kampania skierowana do beneficjentów (pisma z zaproszeniem do udziału w akcji, mailing, kontakt telefoniczny), kampania promocyjna w mediach (konferencja prasowa, materiały dla dziennikarzy, artykuły we wszystkich kanałach medialnych UMWŚ – strona internetowa, iTVSejmik Kielce, komunikaty Biura Prasowego, media społecznościowe). W ramach zadania zapewnione będą dla beneficjentów dodatkowe materiały, gadżety oraz dodatkowe atrakcje. Ponadto, zostanie zapewniona obsługa fotograficzna oraz wsparcie organizacyjne.	IZ RPOWŚ (IR)	II- III kwartał	240 000,00 zł
5.4	Konferencje	1,2,4	Beneficjenci, Potencjalni beneficjenci	2 konferencje horyzontalne dot. stanu wdrażania RPOWŚ 2014-2020 i przyszłej perspektywy finansowej UE	IZ RPOWŚ (IR)	II- IV kwartał	70 000,00 zł
6. Konkursy							
6.1	Konkursy promocyjne	1,2,3	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Organizacja konkursu związanego z Funduszami Europejskimi	IZ RPOWŚ (IR)	II- IV kwartał	50 000,00 zł
6.2	Inne						
7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych							
7.1	Publikacje (drukowane i elektroniczne)	1,2	Beneficjenci, Potencjalni beneficjenci, Opinia publiczna	Biuletyn informacyjny wydawany przez Departament IR, poświęcony zagadnieniom dot. RPOWŚ 2014-2020. Dystrybucja przewiduje wszystkie punkty terenowe, urzędy, miejsca użyteczności publicznej. Wersja on-line w formie pdf. jest zamieszczana na stronie programu.	IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	100 000,00 zł
7.2	Zdjęcia i	1,2	Beneficjenci,	Produkcja filmu promującego FE w województwie.	IZ RPOWŚ	Cały rok	120 000,00 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2021 R.)	PLANOWANY BUDŻET
	materiały video		Potencjalni beneficjenci, Opinia publiczna		(IR)		
7.3	Materiały promocyjne typu gadżety	1,2,3	Potencjalni beneficjenci	W ramach działania przewidują się zamówienie kalendarzy i materiałów promocyjnych związanych bezpośrednio z RPOWŚ 2014-2020 oraz podnoszących świadomość o Funduszach Europejskich. Na kalendarze jest przewidziane 80 000,00 zł w ramach podanej kwoty: Planujemy wykonanie ok 3000 szt.łącznie w różnych formatach oraz trójdzielny.	IZ RPOWŚ (IR)	III-IV kwartał	150 000,00 zł
	Materiały promocyjne typu gadżety	1,2	Beneficjenci, Potencjalni beneficjenci	Materiały konferencyjne dla uczestników spotkań i konferencji.	WUP	I kwartał	5 000,00 zł
7.4	Materiały brandingowe i wystawiennicze, np. rollupy, ścianki						zł
7.5	Inne	1,2,3	Potencjalni Beneficjenci, beneficjenci	W ramach działania przewidują się zakup artykułów spożywczych na potrzeby spotkań z beneficjentami RPOWŚ 2014-2020 w zakresie wdrażania i realizacji projektów dofinansowanych w ramach RPOWŚ Przewiduje się ok 15 spotkań w miesiącu.	IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	10 000,00 zł
ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU							1 432 031,00 PLN

5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji

UWAGA: WSKAŹNIKI ZAMIESZCZONE W TABELI 2 POWINNY BYĆ TOŻSAME ZE WSKAŹNIKAMI ZAMIESZCZONYMI W STRATEGII KOMUNIKACJI PO/ RPO

Tabela 2. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji KPO / RPO w roku 2021

(Tabela zawiera wypełnione wiersze, w ślad za Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020. Podobnie powinna zostać wypełniona tabela dla Strategii komunikacji danego programu. W kolejnych latach należy uzupełniać wartości osiągnięte na koniec poprzedniego roku (kumulatywnie), jeśli są dostępne dane, oraz wartość docelową tylko na kolejny rok.)

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta na koniec roku 2015	Wartość osiągnięta na koniec roku 2016	Wartość osiągnięta na koniec roku 2017	Wartość docelowa na koniec roku 2018	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2019	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2020	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2021	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2022	Wartość docelowa na koniec roku 2023	
Komunikacja Funduszy Europejskich aktywizuje mieszkańców województwa świętokrzyskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020	Liczba odwiedzin portalu informacyjnego/serwisu internetowego RPO oraz strony IP (łącznie dla IZRPOWŚ i IP)	0	72 787	352 046	619 832	822090	1 267 314	1 322 090	1 522 090		4 080 000	
	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu na temat możliwości finansowania w województwie świętokrzyskim	0	1	2	3	4	6	6	6		13	
	Znajomość w województwie świętokrzyskim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich	42 %		35%			55 %	Dane z MliR				50 %
	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w województwie świętokrzyskim w ramach Programu	0	870	2 736 ⁸	3 720 ⁹	4 400	5 127	5 280	5 280			9 600
	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa świętokrzyskiego dot. Możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego	0	15 936	30 164	43 034	52976	63 698	64 107	72 000			42 000
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa świętokrzyskiego	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa świętokrzyskiego dot. Realizacji projektu	0	7	10	808 Dane z MR	1414	1 823				467	

⁸ Wskaźnik został poprawnie zaktualizowany w dniu 10.10.2018 na podstawie konsultacji z departamentami wdrażającymi. Dane zostały ujęte w tabeli wskaźników w sprawozdaniu za IV kwartał 2017 r.

⁹ Wskaźnik został poprawnie zaktualizowany w dniu 10.10.2018 na podstawie konsultacji z departamentami wdrażającymi. Dane zostały ujęte w tabeli wskaźników w sprawozdaniu za IV kwartał 2017 r.

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta na koniec roku 2015	Wartość osiągnięta na koniec roku 2016	Wartość osiągnięta na koniec roku 2017	Wartość docelowa na koniec roku 2018	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2019	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2020	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2021	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2022	Wartość docelowa na koniec roku 2023
wspiera beneficjentów programu w realizacji projektów	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w województwie	0	0	0 ¹⁰	581 ¹¹	960	1 511	1 677	1 877		4 400
	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego w województwie świętokrzyskim	0	0	0	0	0	0	1	2		5
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa świętokrzyskiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich	Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w województwie świętokrzyskim	89%		94%		91% Dane MiiR					93%
	Znajomość celów obszarów lub działań, na które przeznaczone są Fundusze Europejskie w województwie świętokrzyskim	44%		39%		34% Dane MiiR					52%
	Świadomość obszarów lub projektów wspierających z Funduszy Europejskich w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa świętokrzyskiego	77%		78%		70% Dane MiiR					81%
	Odsetek mieszkańców dostrzegających wpływ Funduszy Europejskich na rozwój województwa świętokrzyskiego	91%		88%		82% Dane MiiR					93%
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację	Odsetek mieszkańców województwa świętokrzyskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich	66%		73 %		63% Dane MiiR					69%

¹⁰ Wskaźnik został poprawnie zaktualizowany w dniu 10.10.2018 na podstawie konsultacji z departamentami wdrażającymi. Dane zostały ujęte w tabeli wskaźników w sprawozdaniu za IV kwartał 2017 r.

¹¹ Wskaźnik został poprawnie zaktualizowany w dniu 10.10.2018 na podstawie konsultacji z departamentami wdrażającymi. Dane zostały ujęte w tabeli wskaźników w sprawozdaniu za IV kwartał 2017 r.

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta na koniec roku 2015	Wartość osiągnięta na koniec roku 2016	Wartość osiągnięta na koniec roku 2017	Wartość docelowa na koniec roku 2018	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2019	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2020	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2021	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2022	Wartość docelowa na koniec roku 2023
<i>mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie świętokrzyskim</i>											

6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

UWAGA: INFORMACJE PRZEDSTAWIONE W TABELI 3 DOTYCZĄCE KOSZTU, CZASU TRWANIA, GRUP DOCELOWYCH KAMPANII O SZEROKIM ZASIĘGU POWINNY BYĆ SPÓJNE Z DANymi WYNIKAJĄCYMI Z TABELI 1.

(Jeśli działań tego typu jest wiele, to każde z nich należy opisać w osobnej tabeli. W takim wypadku należy skopiować tabelę i nadać jej kolejny numer porządkowy.)

Tabela 3. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania	IZ RPOWŚ – Departament Inwestycji i Rozwoju (IR) w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Świętokrzyskiego	
2. Nazwa działania	Jak Fundusze Europejskie zmieniają województwo świętokrzyskie oraz jakie są efekty polityki spójności w regionie	
3. Główny komunikat	Fundusze Europejskie zmieniają naszą rzeczywistość.	
4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wpływ na zwiększenie widoczności efektów polityki spójności 2. Znaczący wzrost wejść na stronę internetową programu oraz promocja poprzez portale społecznościowe. Przeprowadzenie kampanii w mediach społecznościowych tj.: na portalach Facebook, Youtube. Wszystkie publikowane treści, grafiki i materiały video muszą być dostosowane również do odczytu na urządzeniach mobilnych. Kampania będzie odbywała się z wykorzystaniem profili/ stron Zamawiającego na wskazanych portalach. Opublikowanie i przeprowadzenie promocji wszystkich postów: minimalny zasięg płatny każdego z postów osiągnie 30 tys. przy geotargowaniu na województwo świętokrzyskie, przy czym zasięg organiczny wyniesie minimum 1.000. 	
5. Opis działania		
a) Skrótowy opis działania	artykuły publikowanych w prasie regionalnej , produkcja i emisja spotów radiowych oraz telewizyjnych publikacje on-line, media społecznościowe	
b) Grupa docelowa (np. przedsiębiorcy, osoby bezrobotne, jednostki samorządu terytorialnego)	<ul style="list-style-type: none"> • Mieszkańcy regionu • jednostki JST • MŚP • Instytucje otoczenia biznesu • Placówki edukacyjne • Ogół społeczeństwa (Opinia publiczna) 	
c) Zasięg terytorialny działania	Teren województwa świętokrzyskiego	
d) Narzędzia¹² oraz szczegółowy budżet	Audycje telewizyjne <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i>	0 PLN
	Spoty telewizyjne <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i>	100 000,00 PLN
	Audycje radiowe <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i>	0 PLN
	Spoty radiowe <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i>	100 000,00 PLN
	Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe <i>Tytuł prasowy, rodzaj publikacji, tematyka</i>	100 000,00 PLN
	Publikacje w internecie	100 000,00 PLN

¹² Elementy: nazwy stacji/ grupy stacji, liczba emisji, tytuły prasowe oraz nazwy portalu należy podać, jeśli są znane na tym etapie.

	Nazwa portalu, tematyka	
	Reklamy w internecie Nazwa portalu, rodzaj narzędzia, tematyka	0 PLN
	Ambient, OOH, inne Rodzaj narzędzia, tematyka	0 PLN
	BUDŻET ŁĄCZNIE	400 000,00 PLN
e) Termin realizacji	II-IV kwartał 2021	
f) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	<p>Telewizja np. Zasięg w GRP Zasięg 1+ Zasięg efektywny (np. zasięg 3+)</p> <p>Kampania radiowa np. m.in. Zasięg w GRP (Gross Rating Point) zgodnie z iloczynem zasięgu i częstotliwości GPR: 7,40 punktów, w grupie wiekowej 30+ Zasięg 1+ Zasięg efektywny (np. zasięg 3+)</p> <p>Prasa Brak danych</p> <p>Internet Brak danych</p> <p>Poziom estymowanych wskaźników zostanie określony w zleceniu zamówienia zgodnie z proponowanym media planem.</p> <p>Na chwilę obecną nie można jednoznacznie określić, jakie wskaźniki zostaną użyte w przypadku narzędzi, które zostaną uwzględnione do realizację kampanii. Poziom estymowanych wskaźników zostanie podany przez wybraną rozgłośnię radiową na etapie realizacji przedmiotu umowy.</p>	
6. Uzasadnienie działania	<ul style="list-style-type: none"> który cel/cele ze strategii realizują te działania cel: 1,2,3,4 na podstawie Strategii komunikacji RPOWŚ 2014-2020. uzasadnienie realizacji działania Kampania informacyjna o szerokim zasięgu pozwoli na prowadzenie działań horyzontalnych. W odróżnieniu od kampanii naborowej, przekaz kierowany jest do opinii publicznej zapewniając szeroki dostęp i zaangażowanie wszystkich grup. Kampania horyzontalna kładzie nacisk na płynące korzyści z FE dla wszystkich odbiorców – mieszkańców regionu. czy działanie uwzględnia zasady efektywnościowe, o których mowa w Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 (właściwe zaznaczyć): 	
	1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu	TAK/NIE
	2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji	TAK/NIE
3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej	TAK/NIE	
4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej	TAK/NIE	
5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego	TAK/NIE	
6. Zasada uzupełniania się komunikatów	TAK/NIE	
	<ul style="list-style-type: none"> <i>inne istotne informacje, np. ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami, zaangażowanie beneficjentów, współpraca z partnerami</i> Konferencje organizowane w miejscach z podjazdem dla osób z niepełnosprawnością Dbłość o przejrzystość strony internetowej programu 	

7. Osoba do kontaktu	Imię i nazwisko: Agnieszka Matachowska-Adamczyk Numer telefonu: 041 36 58 122 Adres mailowy: agnieszka.matachowska@sejmk.kielce.pl
-----------------------------	--