

**UCHWAŁA NR 4702/21**  
**ZARZĄDU WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO**  
**Z DNIA 15 GRUDNIA 2021 ROKU**

**W SPRAWIE:**

**Przyjęcia Roczego Planu Działań Informacyjnych i Promocyjnych na 2022 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 2020 r. 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 Plan Działań Informacyjnych i Promocyjnych na 2022 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 dnia podjęcia.

**MARSZAŁEK**  
**WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO**

**ANDRZEJ BĘTKOWSKI**

Załącznik do Uchwały nr 4702 / 21  
Zarządu Województwa Świętokrzyskiego  
z dnia 15.12.2021 r. stanowiący  
załącznik nr 1 do Wytycznych w zakresie  
informacji i promocji programów  
operacyjnych polityki spójności na lata  
2014-2020

**Roczny plan działań  
informacyjnych i promocyjnych  
na 2022 r.  
dla Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa  
Świętokrzyskiego na lata 2014-2020**



**Rzeczpospolita  
Polska**



**WOJEWÓDZTWO  
ŚWIĘTOKRZYSKIE**

**Unia Europejska**  
Europejskie Fundusze  
Strukturalne i Inwestycyjne



## 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 .....	4
3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku .....	5
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2022 .....	5
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji .....	18
6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu....	22

## 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 2022r. 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

*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 2020 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*
- Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/1060, w którym mowa m.in. *widoczności wsparcia z FE, przejrzystości i zasadach komunikacji na lata 2021-2027*
- zalecenia KE w zakresie komunikacji w celu poprawy widoczności efektów Polityki Spójności oraz informowania opinii publicznej o zaangażowaniu środków europejskich na rzecz przeciwdziałania COVID-19 oraz łagodzenia skutków społeczno-gospodarczych pandemii

*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 2020. Województwo Świętokrzyskie - Raport dla Województwa Świętokrzyskiego”, pkt. 2, wyniki badania dla województwa świętokrzyskiego, przedstawiają się następująco :

- W województwie świętokrzyskim odsetek osób rozpoznających logotyp Funduszy Europejskich wyniósł 62% i wzrósł o 15 p. p. w stosunku do rozpoznawalności w 2018 r. Osoby, które widziały logo, najczęściej miały z nim kontakt na tablicach informacyjnych (41%), w telewizji (34%) oraz w Internecie (10%). Prawie co piąty respondent nie pamięta w jakim miejscu zauważył znak FE (17%).
- W stosunku do poprzednich lat istotnie wzrósł odsetek osób, które nie słyszały o Punktach Informacyjnych Funduszy Europejskich (54% w stosunku 49% z 2018 r., oraz 35% z 2016 r.). Spadł natomiast odsetek osób, które nie słyszały o stronie internetowej [www.funduszeuropejskie.gov.pl](http://www.funduszeuropejskie.gov.pl) (48% w stosunku do 55% w 2018 r.). Istotnie więcej osób słyszało o Portalu Funduszy Europejskich, pomimo, iż z niego nie korzystało (z 30% w 2018 r. do 40% obecnie).
- 20% badanych zetknęło się wcześniej z reklamą, programem, artykułem informacjami o FE (nieznacznie więcej niż mieszkańcy pozostałych województw, gdzie odsetek ten wynosi 17%). Z informacjami o funduszach mieszkańcy województwa świętokrzyskiego spotykają się najczęściej w telewizji (80%).
- Respondenci uważają, że informacje na temat FE są przekazywane zrozumiałym językiem (91%), są również oceniane jako wiarygodne (81%).
- 76% mieszkańców województwa świętokrzyskiego wcale nie czyta ogólnopolskich dzienników ani innych gazet – spadek czytelnictwa), stąd w RPD info-promo na 2022 rok kampania o szerokim zasięgu w znaczącej części będzie ukierunkowana na korzyść kampanii w TV i internecie.
- Mieszkańcy świętokrzyskiego, częściej niż pozostali respondenci słuchają radia (92% w stosunku do 84% Polaków), w tym 79% słucha go codziennie lub prawie codziennie. Wśród najczęściej wymienianych stacji radiowych pojawiły się RMF FM ( 52%) Radio Zet (30%) oraz Polskie Radio Kielce (32%). Na tej podstawie RPD info-promo na 2022 rok zakłada realizację spotów i newsów radiowych.
- Podobnie jak w przypadku mieszkańców pozostałych województw, w świętokrzyskim większość osób ogląda telewizję codziennie lub prawie codziennie (91%). Do najpopularniejszych kanałów telewizyjnych należą Polsat (61%), TVP 1 (57%), TVP 2 (54%) oraz TVN (52%). Kampania szerokiego zasięgu w ramach RPD info-promo 2022 między innymi zakłada wykorzystanie TV regionalnej oraz produkcję audycji promujących Fundusze Europejskie.

- 58% badanych codziennie lub prawie codziennie korzysta z Internetu, odwiedzając najczęściej następujące strony internetowe: google.pl (70%), facebook.pl (66%), oraz youtube.pl (58%). W związku z powyższym w założeniach RPD info-promo na 2022 rok jest aktywne promowanie Funduszy Europejskich na portalach społecznościowych.

### 3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2022.

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, audycje lub programy promujące 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 2022 roku
- Działanie edukacyjne wspierające beneficjenta: prowadzenie szkoleń dla beneficjentów zgodnie z zapotrzebowaniem.
- 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)
- Informowanie o trwających przygotowaniach do nowej perspektywy i jej otwarciu, a także zapoznanie poszczególnych grup docelowych z założeniami programu na lata 2021-2027
- Biorąc pod uwagę rozprzestrzenianie się COVID-19 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 2022.

*Uzupelnia 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, audycje TV promujące FE, przeprowadzenie konkursu 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.
- Inicjatywy współfinansowane z Funduszy Europejskich w tym instrumentu wsparcia REACT-EU będą komunikowane czytelnie i jasno
- 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 2022.**

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 (2022 R.)	PLANOWANY BUDŻET
<b>1. Koordynacja, w tym badania i ewaluacja, wymiana doświadczeń</b>							
1.1	<b>Koordynacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji</b>	Działania wspierające realizację strategii	IZ, IP	<b>Działania koordynacyjne</b> (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	<b>Udział w grupach</b>	Działania wspierające realizację strategii	IZ, IP	<b>Grupa Sterująca ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich</b> 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



LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2022 R.)	PLANOWANY BUDŻET
		Działania wspierające realizację strategii	IZ, IP	<p><b>Grupa robocza IZ-IP ds. informacji i promocji</b>  Spotkania zaplanowano w miarę potrzeb (min. 1 raz w roku). Grupa zadaniowa ma na celu koordynację działań informacyjno-promocyjnych na poziomie województwa, a także prowadzenie wspólnych akcji promocyjnych i innych działań informacyjno-promocyjnych.  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"> <li>— Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Kielcach,</li> <li>— Świętokrzyskiego Biura Rozwoju Regionalnego (PROW),</li> <li>— IP – ZIT,</li> <li>— PIFE w województwie świętokrzyskim,</li> </ul> <p>Do zadań Grupy należy w szczególności:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wymiana informacji oraz koordynowanie działań podejmowanych przez instytucje zaangażowane we wdrażanie funduszy w województwie w tym podejmowanie wspólnych działań informacyjno-promocyjnych.</li> <li>2. Analiza i ocena skuteczności narzędzi działań informacyjno-promocyjnych.</li> <li>3. Konsultowanie Rocznych Planów Działań informacyjno-promocyjnych.</li> <li>4. Wypracowanie efektywnego systemu komunikacji wewnętrznej poprzez spotkania osób odpowiedzialnych za realizację Funduszy Europejskich w Województwie Świętokrzyskim.</li> </ol>	IZ RPOWS (IR)	Cały rok	0 zł
1.3	Współpraca międzynarodowa						
1.4	Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy			<b>Badanie społeczne</b>			zł
				<b>Ewaluacja</b>			zł
1.5	Inne						
<b>2. Działania informacyjne</b>							
2.1	System	W RPD RPO: informacja:					

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2022 R.)	PLANOWANY BUDŻET
	<b>informacji - sieć PIFE</b>			<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 2022 r.</p> <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 2022 rok.</p>			
2.2	<b>Informowanie o wydarzeniach, eventach, podpisywaniu umów</b>			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	<b>Portale i serwisy internetowe</b>	1,2,3	Mieszkańcy regionu świętokrzyskiego, beneficjenci i potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów	Prowadzenie i bieżąca aktualizacja strony internetowej <a href="http://www.rpo-swietokrzyskie.pl">www.rpo-swietokrzyskie.pl</a> 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
	<b>Portale i serwisy internetowe</b>						
2.4	<b>Baza wiedzy<sup>1</sup></b>	1,2,3	IZ, IP	Uzupełnianie i aktualizowanie informacji w serwisie Baza Wiedzy.	IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	0 zł
2.5	<b>Mapa dotacji<sup>2</sup></b>	1,2,3	Mieszkańcy regionu świętokrzyskiego, beneficjenci i potencjalni	Stałe aktualizowanie bazy projektów na <a href="http://www.mapadotacji.gov.pl">www.mapadotacji.gov.pl</a> . IZ uprości/uzupełni 3 opisy projektów na Mapie Dotacji UE miesięcznie	IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	0 zł

<sup>1</sup> Administracja zespołami programu w Bazie Wiedzy o Funduszach Europejskich.

<sup>2</sup> 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 (2022 R.)	PLANOWANY BUDŻET
			beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów				
2.6	<b>Wyszukiwarka Dotacji</b> <sup>3</sup>	1,2,3	Mieszkańcy regionu świętokrzyskiego, beneficjenci i potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów	Stałe aktualizowanie treści na <a href="http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka">www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka</a>	IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	0 zł
2.7	Inne						zł
<b>3. Działania edukacyjne</b>							
3.1	<b>Szkolenia dla beneficjentów</b> <sup>4</sup> - Szkolenia stacjonarne/online	2	beneficjenci	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń w miarę zapotrzebowania, dla beneficjentów np.: na temat rozliczania i sprawozdawczości wniosków o płatność, zamówień publicznych, kontroli i promocji projektów oraz  Przewidywana liczba szkoleń 1  Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: 50 osób	IZ RPOWŚ (IR)	II-IV kwartał	20 000,00zł
3.2	<b>Szkolenia dla beneficjentów</b> - Szkolenia online (e-learning, webinaria itp.)	2	beneficjenci				

<sup>3</sup> Uzupelnianie informacji o naborach na portalu FE i w Wyszukiwarce Dotacji.

<sup>4</sup> 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 (2022 R.)	PLANOWANY BUDŻET
3.3	<b>Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów<sup>5</sup></b> - Szkolenia stacjonarne	1	Potencjalni beneficjenci	Szkolenia w zakresie nowej perspektywy finansowej informujące o programie regionalnym Fundusze Europejskie dla Świętokrzyskiego 2021-2027  Przewidywana liczba szkoleń 2  Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: 200 osób	IZ RPOWŚ (IR)	II-IV kwartał	50 000,00 zł
	<b>Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów</b> - Szkolenia stacjonarne	1	Potencjalni beneficjenci	Spotkania informacyjne (szkolenia), zachęcające do aplikowania w ramach naborów EFS ogłaszanych w programie regionalnym Fundusze Europejskie dla Świętokrzyskiego 2021-2027 Liczba spotkań: 2 Liczba osób przeszkolonych: 350	DW EFS	II/III kwartał	35 000,00 zł
3.4	<b>Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów</b> - Szkolenia online (elearning, webinaria itp.)	1	Potencjalni beneficjenci				
3.5	<b>Inne (np. spotkania informacyjne, szkolenia dla pracowników systemu wdrażania)</b>						
	<b>Inne (np. spotkania informacyjne, szkolenia dla pracowników systemu wdrażania)</b>						
<b>4. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w Internecie</b>							

<sup>5</sup>Jw.

Lp.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2022 R.)	PLANOWANY BUDŻET
4.1	Pakiet działań pronaborowych	1	Potencjalni beneficjenci	<p>Dla każdego naboru/ przygotowane zostaną następujące działania:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- publikacja ogłoszenia o konkursie na PFE (w tym w wyszukiwarce dotacji)</li> <li>- publikacja ogłoszenia o konkursie na stronie internetowej IOK/IZ</li> <li>- wysłanie informacji o konkursie do PIFE</li> <li>- wysłanie newslettera z informacją o konkursie lub jeśli instytucja nie dysponuje tym narzędziem, wysłanie informacji o konkursie emailem</li> <li>- wysłanie notatki prasowej na temat ogłaszanego konkursu</li> </ul> <p>Nabory/konkursy na trudniejsze/ mało popularne działania objęte zostaną rozszerzonym pakietem działań promocyjnych, na który składać się będzie dodatkowo (zaznacz właściwe)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/> organizacja spotkania/szkolenia informacyjnego</li> <li><input type="checkbox"/> publikacja ogłoszenia konkursie w prasie lokalnej/regionalnej</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> organizacja szkolenia z właściwego przygotowania wniosków</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> emisja spotów radiowych w stacjach o zasięgu regionalnym</li> <li><input checked="" type="checkbox"/> publikacja informacji o konkursie w mediach społecznościowych</li> <li><input type="checkbox"/> inny .....(proszę wymienić jaki)</li> </ul>		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 (2022 R.)	PLANOWANY BUDŻET
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	<b>Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu</b>	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 wraz z wesją on-line, portali internetowych oraz radia regionalnego, TV	IZ RPOWŚ (IR)	III-IV kwartał	800 000,00 zł
4.3	<b>Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)</b>	<p>Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input type="checkbox"/> nie <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej:  - czego będą dotyczyć audycje/spoty  - co obejmują (produkcję i/lub emisję)</p>					
		1,3,4	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	<p>Audycje  <i>Prosimy o uwzględnienie działań niebędących częścią działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu<sup>6</sup>. Opis wszystkich działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu należy umieścić w tabeli nr 3.</i></p> <p>Materiał filmowy pokazujący efekty wdrażania RPOWŚ w ramach perspektywy finansowej 2014-2020 (produkcja i emisja)</p>	IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	50 000,00 zł
		1,3,4	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Materiał filmowy zachęcający do korzystania z środków europejskich, poprzez uczestnictwo w projektach współfinansowanych z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego wdrażanych przez WUP Kielce. Materiał filmowy będzie skorelowany z aktualną ofertą projektową – zależną od trwających naborów – Działanie 10.2, Działanie 10.4, Działanie 10.5. Długość materiału filmowego maksymalnie 3 minuty. Liczba emisji zależna będzie od bieżących cen, zakłada się około 10 emisji materiału.	WUP Kielce	I/III kwartał	10 000,00 zł

<sup>6</sup> 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 (2022 R.)	PLANOWANY BUDŻET
		1,3,4	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Materiał filmowy promujący efekty wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego w województwie świętokrzyskim w zakresie aktywizacji zawodowej osób pozostających bez zatrudnienia powyżej 30-stego roku życia. Materiał filmowy będzie jednocześnie zachętą to śledzenia informacji na temat nadchodzącej nowej perspektywy finansowej. Długość materiału filmowego maksymalnie 3 minuty – dopasowane będzie do aktualnych potrzeb, podobnie jak liczba emisji, która zależna będzie od bieżących cen. Planujemy około 10-ciu emisji.	WUP Kielce	III-IV kwartał	10 000,00 zł
		1,3,4	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Programy telewizyjne promujące efekty wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego 2014-2021 w województwie świętokrzyskim („dobre praktyki” w zakresie edukacji, spraw społecznych i zdrowia). Materiał filmowy będzie jednocześnie zachętą to śledzenia informacji na temat perspektywy finansowej 2021-2027.  Liczba zrealizowanych programów: 3	DW EFS	III/IV kwartał	35 000,00 zł
<b>4.4</b>	<b>Radio, (audycje sponsorowane, reklamy)</b>	<p>Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.:      tak <input type="checkbox"/>      nie <input checked="" type="checkbox"/></p> <p><i>Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej:</i>  - czego będą dotyczyć audycje/reklamy  - co obejmują (produkcję i/lub emisję)</p>					
		1,3,4	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Reklamy (spoty) będą dotyczyć promocji efektów naborów na dofinansowanie projektów z osi 8 i 9 RPO WŚ oraz promocji założeń nowej perspektywy; współraca z rozgłościami regionalnymi obejmie produkcję spotów i ich emisję.	DW EFS	II kwartał	45 000,00 zł
		1	Potencjalni beneficjenci	Reklamy (spoty) będą dotyczyć promocji aktualnych naborów na dofinansowanie projektów w ramach EFRR RPOWŚ ( fakultatywnie); współraca z rozgłościami regionalnymi obejmie produkcję spotów i ich emisję	IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	20 000,00 zł
		1,3,4	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Spoty, audycje sponsorowane dot. Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego promujące aktualną ofertę projektową. Spoty będą zachęcać do udziału w projektach szkoleniowych i dotacyjnych w zależności od aktualnie trwających naborów. Liczba emisji i długość	WUP Kielce	I/III kwartał	10 000,00 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2022 R.)	PLANOWANY BUDŻET
				dopasowane będą do aktualnych cen rynkowych.			
		1,3,4	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Spoty, audycje sponsorowane promujące pozytywne efekty wdrażania RPO WŚ w województwie świętokrzyskim. Liczba i długość spotów zależna będzie od aktualnych cen.	WUP Kielce	I/III kwartał	10 000,00 zł
<b>4.5</b>	<b>Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)</b>	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input type="checkbox"/> nie <input checked="" type="checkbox"/>					
		Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej: - 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 tematach, terminach i kwotach aktualnych naborów	IZ RPO WŚ (IR)	II, III i IV kwartał	50 000.00 zł
	<b>Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)</b>	1,2,3	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Ogłoszenia, reklamy, art. sponsorowane w dzienniku o zasięgu regionalnym oraz w bezpłatnym tygodniku regionalnym. Publikacje dotyczyć będą promocji RPO WŚ 2021-2027 w zakresie EFS.	DW EFS	III/IV kwartał	55 000 zł
<b>4.6</b>	<b>Internet (sponsorowane publikacje, reklamy, media społecznościowe)</b>	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak <input type="checkbox"/> nie <input checked="" type="checkbox"/>					
		Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej: - jakie działania będą prowadzone - na jakich stronach internetowych					
				Publikacje w Internecie <sup>7</sup> Jw.			zł
				Reklamy Jw.			zł
	<b>Internet (sponsorowane publikacje, reklamy, media społecznościowe)</b>	1,2,3	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Kampania w mediach społecznościowych – między innymi na facebooku Wojewódzkiego Urzędu Pracy, obejmująca reklamy oraz sponsorowane posty. Długość trwania kampanii oraz szczegółowy zakres sponsorowanych działań zależą będzie od aktualnych cen oraz możliwości oferowanych przez wykonawców zamówienia. Działania nie będą realizowane w ramach kampanii o szerokim	WUP Kielce	I/III kwartał	17 514,00 zł

<sup>7</sup> 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 (2022 R.)	PLANOWANY BUDŻET
				zasięgu.			
	<b>Internet (sponsorowane publikacje, reklamy, media społecznościowe)</b>	1,2,3	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Kampania w mediach społecznościowych – między innymi na facebooku, yt, instagramie – reklamy geotargetowane, posty sponsorowane.	DW EFS	I/III kwartał	30 000,00 zł
4.7	inne						zł
<b>5. Imprezy otwarte i inne</b>							
5.1	<b>Eventy, pikniki, festyny</b>						zł
5.2	<b>Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy itp.</b>						zł
5.3	<b>Organizacja akcji Dni Otwartych Funduszy Europejskich</b>	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 UMWS – 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	140 000,00 zł
5.4	<b>Konferencje</b>	1,2,4	Beneficjenci, Potencjalni	2 konferencje horyzontalne dot. stanu wdrażania RPOWŚ 2014-2020 i przyszłej perspektywy finansowej UE	IZ RPOWŚ (IR)	II- IV kwartał	70 000,00 zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2022 R.)	PLANOWANY BUDŻET
			beneficjenci				
<b>6. Konkursy</b>							
6.1	<b>Konkursy promocyjne</b>	1,2,3	Uczestnicy projektów, opinia publiczna	Organizacja konkursu związanego z Funduszami Europejskimi. W ramach powyższego działnia planujemy zorganizowanie konkursu dla dzieci/ młodzież w zakresie wiedzy o FE.	IZ RPOWŚ (IR)	II- IV kwartał	30 000,00 zł
6.2	Inne						
<b>7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych</b>							
7.1	<b>Publikacje (drukowane i elektroniczne)</b>	1,2	Beneficjenci, Potencjalni beneficjenci, Opinia publiczna	Biuletyn informacyjny wydawany przez Departament IR, poświęcony zagadnieniom dot. RPOWŚ 2014-2020. Wydawany tylko w wersja on-line w formie pdf. I flipbook zamieszczane na stronie programu.	IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	10 000,00 zł
7.2	<b>Zdjęcia i materiały video</b>	1,2	<i>Beneficjenci, Potencjalni beneficjenci, Opinia publiczna</i>	Zakup profesjonalnych zdjęć wykorzystywanych do prowadzonych działań nformacyjno-promocyjnych	IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	100 000,00 zł
7.3	<b>Materiały promocyjne typu gadżety</b>	1,2,3	Potencjalni beneficjenci	W ramach działania przewiduję się zamówienie kalendarzy i materiałów promocyjnych związanych bezpośrednio z RPOWŚ 2014-2020 oraz podnoszących świadomość o Funduszach Europejskich. Materiały promocyjne zostaną zamówione na potrzeby spotkań z beneficjentami, konferencji organizacji konkursów itp. Planujemy zamówić: długopisy , notesy, teczki składane, torby papierowe, kredki dla dzieci, piłki, breloki odblaskowe, lampki rowerowe diodowe... itp.. wszystko w ilościach ok 300 - 400 szt (+,-). W miare możliwości, planujemy zegarki z krokomierzem czy np.: kretywnie klocki na nagrody. Na kalendarze jest przewidziane 70 000,00 zł w ramach podanej kwoty.	IZ RPOWŚ (IR)	III-IV kwartał	140 000,00 zł
7.4	<b>Materiały brandingowe i wystawiennicze, np. rollupy, ścianki</b>						zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN (2022 R.)	PLANOWANY BUDŻET
7.5	Inne	1,2,3	Potencjalni Beneficjenci, beneficjenci	W ramach działania przewiduję się zakup artykułów spożywczych na potrzeby spotkań z beneficjentami RPOWŚ 2014-2020 w zakresie wdrażania i realizacji projektów dofinansowanych w ramach RPOWŚ .	IZ RPOWŚ (IR)	Cały rok	10 000,00 zł
<b>ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU</b>							<b>1 757 514,00 PLN</b> (IR- 1 500 000,00 EFS – 200 000,00 WUP- 57 514,00 )

## 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 2022**

*(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	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	2 730 242	2 930 242	3 130 242	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	6	13

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>Europejskich w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020</i>											
	<i>Znajomość w województwie świętokrzyskim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich</i>	42 %		35%		55 %		65 %			50 %
	<i>Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w województwie świętokrzyskim w ramach Programu</i>	0	870	2 736 <sup>8</sup>	3 720 <sup>9</sup>	4 400	5 127	5 341	5 341	5 891	9 600
	<i>Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa świętokrzyskiego dot. Możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego</i>	0	15 936	30 164	43 034	52 976	63 698	79 814	87 707	94 000	42 000
<i>Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa świętokrzyskiego wspiera beneficjentów programu w realizacji projektów</i>	<i>Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa świętokrzyskiego dot. Realizacji projektu</i>	0	7	10	808 Dane z MR	1414	1 823	2 115			467
	<i>Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w</i>	0	0	0 <sup>10</sup>	581 <sup>11</sup>	960	1 511	1 511	1 711	1 761	4 400

<sup>8</sup> 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.

<sup>9</sup> 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.

<sup>10</sup> 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.

<sup>11</sup> 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>województwie</i>										
	<i>Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego w województwie świętokrzyskim</i>	0	0	0	0	0	0	1	2	3	5
<i>Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa świętokrzyskiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich</i>	<i>Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w województwie świętokrzyskim</i>	89%		94%		91% Dane MiiR		90% Dane MFiPR			93%
	<i>Znajomość celów obszarów lub działań, na które przeznaczone są Fundusze Europejskie w województwie świętokrzyskim</i>	44%		39%		34% Dane MiiR		29% Dane MFiPR			52%
	<i>Świadomość obszarów lub projektów wspierających z Funduszy Europejskich w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa świętokrzyskiego</i>	77%		78%		70% Dane MiiR		62% Dane MFiPR			81%
	<i>Odsetek mieszkańców dostrzegających wpływ Funduszy Europejskich na rozwój województwa świętokrzyskiego</i>	91%		88%		82% Dane MiiR		85% Dane MFiPR			93%
<i>Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie świętokrzyskim</i>	<i>Odsetek mieszkańców województwa świętokrzyskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich</i>	66%		73 %		63% Dane MiiR					69%

## 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**

<b>1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania</b>	IZ RPOWŚ – Departament Inwestycji i Rozwoju (IR) w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Świętokrzyskiego	
<b>2. Nazwa działania</b>	Jak Fundusze Europejskie zmieniają województwo świętokrzyskie oraz jakie są efekty polityki spójności w regionie	
<b>3. Główny komunikat</b>	Fundusze Europejskie zmieniają naszą rzeczywistość.	
<b>4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wpływ na zwiększenie widoczności efektów polityki spójności</li> <li>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.</li> </ol>	
<b>5. Opis działania</b>		
<b>a) Skrótowy opis działania</b>	produkcja i emisja spotów radiowych oraz telewizyjnych, artykuły publikowanych w prasie regionalnej wraz z publikacjami on-line, media społecznościowe	
<b>b) Grupa docelowa (np. przedsiębiorcy, osoby bezrobotne, jednostki samorządu terytorialnego)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mieszkańcy regionu</li> <li>• jednostki JST</li> <li>• MŚP</li> <li>• Instytucje otoczenia biznesu</li> <li>• Placówki edukacyjne</li> <li>• Ogół społeczeństwa (Opinia publiczna )</li> </ul>	
<b>c) Zasięg terytorialny działania</b>	Teren województwa świętokrzyskiego	
<b>d) Narzędzia<sup>12</sup> oraz szczegółowy budżet</b>	<b>Audycje telewizyjne</b> <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i>	0,00 PLN
	<b>Spoty telewizyjne</b> <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i>	300 000,00 PLN
	<b>Audycje radiowe</b> <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i>	0,00 PLN
	<b>Spoty radiowe</b> <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i>	300 000,00 PLN
	<b>Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe</b> <i>Tytuł prasowy, rodzaj publikacji, tematyka</i>	100 000,00 PLN
	<b>Publikacje w internecie</b>	100 000,00 PLN

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

	Nazwa portalu, tematyka	
	<b>Reklamy w internecie</b> Nazwa portalu, rodzaj narzędzia, tematyka	0 PLN
	<b>Ambient, OOH, inne</b> Rodzaj narzędzia, tematyka	0 PLN
	<b>BUDŻET ŁĄCZNIE</b>	800 000,00 PLN
e) Termin realizacji	II-IV kwartał 2022	
f) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	<p><b>Telewizja np.</b> Zasięg w GRP Zasięg 1+ Zasięg efektywny (np. zasięg 3+)</p> <p><b>Kampania radiowa np.</b> 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><b>Prasa</b> Brak danych</p> <p><b>Internet</b> 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"> <li><b>który cel/cele ze strategii realizują te działania</b> cel: 1,2,3,4 na podstawie Strategii komunikacji RPOWŚ 2014-2020.</li> <li><b>uzasadnienie realizacji działania</b> 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.</li> <li><b>czy działanie uwzględnia zasady efektywnościowe, o których mowa w Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 (właściwe zaznaczyć):</b></li> </ul>	
	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"> <li>inne istotne informacje, np. ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami, zaangażowanie beneficjentów, współpraca z partnerami</li> <li>Konferencje organizowane w miejscach z podjazdem dla osób z niepełnosprawnością</li> <li>Dbłość o przejrzystość strony internetowej programu</li> </ul>		

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