

UCHWAŁA NR 6205/22
ZARZĄDU WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO
Z DNIA 30 LISTOPADA 2022 ROKU

W SPRAWIE:

Przyjęcia informacji dotyczącej stanu realizacji Strategii Komunikacji RPOWŚ 2014-2020 w zakresie działań informacyjnych i promocyjnych prowadzonych w 2021 roku.

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 2022 r. poz. 2094).

§ 1

Przyjmuje się informację dotyczącą stanu realizacji Strategii Komunikacji RPOWŚ 2014-2020 w zakresie działań informacyjnych i promocyjnych prowadzonych w 2021 roku.

§ 2

Wykonanie uchwały powierza się Marszałkowi Województwa Świętokrzyskiego.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem jej podpisania

WICEMARSZAŁEK
WOJEWÓDZTWA ŚWIĘTOKRZYSKIEGO

MAREK BOGUSŁAWSKI
(dokument podpisano elektronicznie)

Załącznik do Uchwały nr 6205/22 Zarządu
Województwa Świętokrzyskiego z dnia
30.11.2022 r.

Stan realizacji Strategii Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014 -2020

Podstawą prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2014-2020 jest *Strategia komunikacji RPOWŚ 2014-2020*, która określa cele oraz formy komunikowania o Funduszach Europejskich.

Działania komunikacyjne realizowane są corocznie na podstawie *Rocznych Planów Działań Informacyjnych i Promocyjnych*, w których zawarty jest opis planowanych przedsięwzięć, ich harmonogram, założone wskaźniki i budżet. Należy podkreślić, że podobnie, jak i w roku 2020, zaplanowane na 2021 r. działania informacyjno-promocyjne uległy pewnej korekcie w związku z pandemią koronawirusa i wprowadzonymi ograniczeniami wynikającymi z sytuacji epidemiologicznej. Niektóre działania wciąż odbywały się w formule on line, choć czasowe złagodzenie obostrzeń sanitarnych pozwoliło na powrót do wydarzeń organizowanych stacjonarnie lub w formule hybrydowej. Podobnie, jak i w roku 2020, część działań informacyjno-promocyjnych skupiona była na przedsięwzięciach współfinansowanych z Funduszy Europejskich, mających na celu przeciwdziałanie skutkom pandemii. Należy jednak podkreślić, że równie silnie wybrzmiał przekaz związany z kończącą się perspektywą UE i finalizowanymi projektami oraz dotyczący prac nad nowym programem regionalnym *Fundusze Europejskie dla Świętokrzyskiego 2021-2027*.

Działania komunikacyjne RPOWŚ 2014-2020 prowadzone w 2020 r.

➤ Portale, serwisy internetowe, prasa i radio:

- prowadzenie strony internetowej RPOWŚ www.rpo-swietokrzyskie.pl – zamieszczanie informacji dotyczących ogłaszanych konkursów, wyników naborów, obowiązujących dokumentów, aktualności (m.in. na temat realizowanych projektów, podpisywanych umów, prezentacja efektów przedsięwzięć realizowanych w ramach RPOWŚ, działań na rzecz wsparcia placówek służby zdrowia walczących ze skutkami COVID-19, przedsięwzięć

skierowanych do przedsiębiorców borykających się z ekonomicznymi skutkami pandemii, informacje o przygotowaniach do nowej perspektywy unijnej na lata 2021-2027).
W 2021 r. strona internetowa RPOWŚ zanotowała: 373 424 odsłon, 59 662 użytkowników (56 701 nowych użytkowników),

- prowadzenie profilu RPOWŚ 2014-2020 www.facebook.com/RPOWS/ na portalu społecznościowym Facebook – promowanie wydarzeń realizowanych w ramach Programu; informacje na temat wykorzystania środków unijnych na przeciwdziałanie skutkom pandemii COVID-19, prezentacja działań beneficjentów, komunikowanie o ważnych wydarzeniach związanych z Funduszami Europejskimi, informowanie o efektach zakończonych projektów, pozyskiwanie nowych odbiorców wśród użytkowników FB i bezpośredni kontakt z nimi, organizacja konkursów dla użytkowników FB, analiza statystyk profilu FB,
- współpraca z mediami elektronicznymi prowadzonymi przez samorząd województwa świętokrzyskiego oraz podległe jednostki (m.in. www.swietokrzyskie.pro, www.facebook.com/UrządMarszalkowskiWojewodztwaSwietokrzyskiego), przygotowywanie tekstów zamieszczanych na portalach, informowanie administratorów o działaniach podejmowanych w ramach RPOWŚ.
- współpraca z mediami lokalnymi i ogólnopolskimi (prasa i radio) – przygotowywanie informacji, komunikowanie o przedsięwzięciach realizowanych w ramach RPOWŚ 2014-2020, przygotowywanie we współpracy z rzecznikiem prasowym odpowiedzi na pytania dziennikarzy dotyczące RPOWŚ.

➤ **Działania edukacyjne oraz promocyjno-informacyjne dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów**

Na skutek pandemii koronawirusa i wprowadzonych obostrzeń liczba działań edukacyjnych oraz informacyjnych i promocyjnych skierowanych do beneficjentów została przeniesiona do sieci lub przeprowadzono je w formule hybrydowej.

W ramach przedsięwzięć edukacyjnych i promocyjno-informacyjnych w 2021 r. zorganizowano:

- **1 spotkanie** szkoleniowe dla przedsiębiorców ramach konkursu RPOWŚ 2014-2020 dotyczącego Działania 1.2 *Badania i rozwój w sektorze świętokrzyskiej przedsiębiorczości*, w którym wzięło udział **21 osób**,
- **14 spotkań i warsztatów** w formie on line z beneficjentami (łącznie liczba uczestników tych wydarzeń – **249**):
 - ✓ warsztaty dla autorów projektów dotyczących konkursów z Poddziałania 9.2.1 (wsparcie rodzin; opieka nad osobami niesamodzielnymi), 11.01.2021r., liczba uczestników: **58**,
 - ✓ dla autorów projektów dotyczących konkursu z Poddziałania 9.2.2 *Rozwój wysokiej jakości usług społecznych i zdrowotnych – ZIT*, 08.02.2021 r., liczba uczestników: **8**,
 - ✓ cykl szkoleń dla pracowników świętokrzyskich JST w zakresie tworzenia projektów w perspektywie finansowej 2021-2027 cz.1: „Logika projektu”:21.09, 23.09, 28.09, 30.09, 05.10, 07.10, 12.10, 14.10, 19.10, 28.10, liczba uczestników: **150**,

- ✓ szkolenie dla pracowników świętokrzyskich podmiotów medycznych w zakresie przygotowania RPZ 26.10.2021 r., liczba uczestników: **15**,
- ✓ warsztaty dla autorów projektów dotyczących konkursu z Poddziałania 8.1.1 *Zwiększanie dostępu do opieki nad dziećmi do lat 3*, 14.12.2021 r., liczba uczestników: **18**.

➤ **Konferencje, uroczyste podpisanie umów:**

- Złagodzenie obostrzeń związanych z pandemią koronawirusa umożliwiło organizację konferencji, spotkań, uroczystości podpisania umów w ramach RPOWŚ 2014-2020. Część wydarzeń realizowana była w formule on line lub w trybie hybrydowym. W 2021 r. zorganizowano m.in.:
 - ✓ 19.01 - spotkanie podsumowujące wsparcie świętokrzyskiej gospodarki w ramach tarczy antykryzysowej *Ochrona, Odbudowa, Rozwój MŚP* w okresie pandemii wirusa SARS-COV2,
 - ✓ 28.01 – konferencję on line poświęconą polityce regionalnej województwa świętokrzyskiego oraz założeniom nowego programu regionalnego, w której uczestniczyli samorządowcy z całego regionu,
 - ✓ 16.03 – konferencję on line poświęconą możliwościom wsparcia edukacji, spraw społecznych, zdrowia i rynku pracy w nowej unijnej perspektywie na lata 2021-2027 oraz podsumowaniu przedsięwzięć realizowanych w ramach EFS. Liczba uczestników – 130 osób,
 - ✓ 30.03 – konferencję poświęconą możliwościom wsparcia w nowej perspektywie finansowej Unii Europejskiej miejskich obszarów funkcjonalnych. Liczba uczestników on line - 80 osób,
 - ✓ 18.06 – spotkanie poświęcone nowemu programowi regionalnemu na lata 2021-2027, liczba uczestników w formule on line – 130 osób,
 - ✓ 24.09 – międzynarodową konferencję „Potencjał eksportowy i handlowy świętokrzyskich producentów sektora spożywczo-przetwórczego” w ramach projektu promocji gospodarczej województwa świętokrzyskiego „Świętokrzyskie – hard to pronounce, easy to do business in” z Działania 2.4 *Promocja gospodarcza kluczowych branż gospodarki regionu* (Zamek Rycerski w Sandomierzu),
 - ✓ 30.09 – uroczystą inaugurację konsultacji społecznych projektu programu regionalnego *Fundusze Europejskie dla Świętokrzyskiego 2021-2027* odbywającą się w formule hybrydowej. Przez cały październik aż do 8 listopada odbyło się **13 spotkań we wszystkich świętokrzyskich powiatach**, w których uczestniczyło **1683 osób** w formie stacjonarnej i on line,
 - ✓ 19.10 – spotkanie stacjonarne (WDK w Kielcach) poświęcone finansowaniu LGD-ów w ramach nowej unijnej perspektywy,
 - ✓ 10.11 – spotkanie on line z prezydentami, burmistrzami i wójtami gmin województwa świętokrzyskiego na temat nowej unijnej perspektywy,
 - ✓ 10.12 – konferencję podsumowującą cykl konsultacji społecznych programu regionalnego *Fundusze Europejskie dla Świętokrzyskiego 2021-2027* (Targi Kielce),

- ✓ **22 uroczyste podpisanie umów** na realizację projektów w ramach RPOWŚ 2014-2020 (w tym – 5 w terenie, poza siedzibą urzędu, w miejscu w którym będzie realizowany projekt z udziałem przedstawicieli władz centralnych). To jedna z form promocji funduszy europejskich, umowy te dotyczyły m.in. realizacji projektów współfinansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego wspierających edukację, służbę zdrowia i przestrzeń społeczną, a także przedsięwzięć współfinansowanych z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego związanych z efektywnością energetyczną, rewitalizacją oraz komunikacją.
- ✓ uroczyste rozpoczęcia lub zakończenia inwestycji współfinansowanych w ramach RPOWŚ 2014-2020 (m.in. 8.06 – wmurowanie aktu erekcyjnego pod budowę kompleksu laboratoriów Głównego Urzędu Miar w Kielcach, 4.07 – otwarcie Parku Edukacyjnego Akademia Bajki w Pacanowie),
- ✓ konferencje prasowe poświęcone realizacji RPOWŚ 2014-2020.

➤ **Kampanie informacyjno – promocyjne:**

- W 2021 r. przeprowadzono **kampanię promocyjno-informacyjną RPOWŚ 2014-2020**, której hasło przewodnie brzmiało „**Fundusze Europejskie w Świętokrzyskiem. Dookoła Ciebie**”. Objęła ona telewizję, radio, prasę, media elektroniczne (w tym społecznościowe) oraz nośniki elektroniczne w środkach komunikacji miejskiej. Skierowana była do wszystkich grup wiekowych mieszkańców regionu świętokrzyskiego, a jej głównym celem była prezentacja przedsięwzięć współfinansowanych z funduszy europejskich, w tym również działań związanych z walką ze skutkami COVID-19.

Kampania trwała od sierpnia do października 2021 r. i objęła:

- ✓ Produkcję i emisję 6 spotów 30-sekundowych i 6 spotów 60-sekundowych przeznaczonych do emisji w telewizji regionalnej,
- ✓ Produkcję i emisję 6 promocyjnych spotów radiowych (każdy o długości 45 s), ich emisja trwała jeden miesiąc. W każdej rozgłośni tj.: Radiu Kielce, Radiu RMF Maxxx, Radiu Złote Przeboje, Radiu eM, Radiu Fama, Meloradiu, Radiu Wawa, Radiu Eska łącznie wyemitowano po 300 spotów (6 rodzajów) w najlepszym czasie antenowym,
- ✓ 5 artykułów prasowych w dzienniku regionalnym „Echo Dnia” (w lipcu i sierpniu 2021 r. w wydaniach piątkowych),
- ✓ 5 publikacji na portalu internetowym: www.echodnia.eu (3 artykuły dotyczące funduszy europejskich i 2 artykuły na temat znaczenia środków unijnych w kontekście zwalczania pandemii),
- ✓ 15 postów sponsorowanych na portalu społecznościowym Facebook, emisję 6 spotów reklamowych na FB oraz 6 na kanale YouTube.
- ✓ 3 reklamy na ekranach wizyjnych w środkach komunikacji publicznej składające się z 3 plansz reklamowych (przygotowanie oraz emisja przez okres jednego miesiąca w 45 autobusach 6 razy na godzinę),

- wyprodukowano **3-minutowy telewizyjny materiał filmowy** promujący RPOWŚ w Telewizji Świętokrzyskiej. W telewizyjnym materiale filmowym podsumowano dotychczasowe efekty wdrażania tzw. projektów miękkich w województwie świętokrzyskim czyli szkoleń, kursów, staży i dotacji, realizowanych z RPOWŚ na lata 2014-2020. Ponadto odbiorcy materiału filmowego zachęceni byli do korzystania z dostępnych form wsparcia. **Liczba emisji materiału: 15** w prime time od 03 do 24.11.2021 r. Długość materiału filmowego: 3:33 min.
- zrealizowano akcję informacyjno-promocyjną we współpracy z Telewizją Polską, pod hasłem „**7 minut z funduszami**”. Wyprodukowano i wyemitowano **5 odcinków programu**, w którym przedstawione zostały efekty wykorzystania funduszy unijnych (EFS) na przykładzie konkretnych projektów i pokazane podstawowe, planowane kierunki działań EFS w regionie w perspektywie 2021-2027,
- Spoty, audycje sponsorowane dotyczące RPOWŚ promujące aktualną ofertę projektową, a także pokazujące efekty wdrażania RPOWŚ:
 - ✓ produkcja i emisja 40-sekundowego spotu radiowego promującego RPOWŚ. Spot zachęcał osoby pozostające bez zatrudnienia po 30-stym roku życia do skorzystania z projektów wdrażanych w ramach RPOWŚ, zarówno szkoleniowych jak i dotacyjnych **Liczba emisji: 80**. Materiał emitowano od 13.07 do 18.08.2021 r. w Radiu Kielce w najlepszym czasie antenowym.
 - ✓ produkcja i emisja 50- sekundowego spotu radiowego, promującego RPOWŚ. W spocie zamieszczono informację o możliwości pozyskania środków przez pracodawców na utworzenie miejsca pracy. **Liczba emisji spotów: 75**. Materiał był emitowany od 11 do 29.10.2021 r. w Radu Kielce w najlepszym czasie antenowym.
- Ogłoszenia, reklamy, artykuł sponsorowane w prasie dotyczące promocji funduszy europejskich w zakresie EFS:
 - ✓ **4 reklamy** w największym dzienniku o zasięgu regionalnym („Echo Dnia”) – podsumowanie RPOWŚ 2014-2020 i promocja konkursu „Żłobkowego”,
 - ✓ **3 „rozkładówki”** w bezpłatnym „Tygodnik EM” pokazujące efekty wdrażania EFS na przykładzie konkretnych projektów i informowanie o przygotowaniach do nowej perspektywy finansowej.
- Publikacje w prasie regionalnej i lokalnej **4 artykułów prasowych** dotyczących PROWŚ:
 - ✓ 2 jednostronicowe publikacje w prasie regionalnej w dzienniku „Echo Dnia”: 19 i 26 listopada 2021 r., dotyczących działań skierowanych do osób pozostających bez zatrudnienia powyżej 30-stego roku życia oraz pracodawców. Każdy z artykułów publikowany był w wersji elektronicznej na stronie internetowej dziennika przez tydzień od dnia publikacji w wersji papierowej,
 - ✓ 2 jednostronicowe publikacje w prasie lokalnej - w „Tygodniku eM”: 28.11.2021 r. i 05.12.2021 r., promujące efekty korzystania z projektów dotacyjnych RPOWŚ realizowanych przez WUP. Każdy z artykułów był publikowany w wersji elektronicznej na stronie internetowej tygodnika przez tydzień od daty publikacji w wersji papierowej.

➤ **Eventy:**

- **Dni Otwarte Funduszy Europejskich** - Dni Otwarte Funduszy Europejskich odbyły się **17-19 września**, w formule hybrydowej: stacjonarnie i on-line. Łącznie odbyło się **28 wydarzeń**, były to: prezentacje filmowe i fotograficzne na stronie www.dniotwarte.eu, konkursy na Facebooku, warsztaty, wykłady, spacer, zwiedzanie miejsc niedostępnych na co dzień. Uczestnicy oferowali zniżki na bilety wstępu i rabaty na usługi. W ramach DOFE zorganizowano konkurs plastyczny dla przedszkoli na twórcze ozdobienie kolorowanki w formacie XXL z mapą województwa świętokrzyskiego z naniesionymi obiektami, które otrzymały dofinansowanie z FE. W konkursie nadesłano 51 zgłoszeń. Komisja konkursowa przyznała 3 równorzędne nagrody.

- **Publikacje:**
 - Biuletyn informacyjny poświęcony zagadnieniom związanym z funduszami unijnymi *Świętokrzyski Kompas Unijny*, przygotowano **5 wydań** - dwa o nakładzie 6000 egzemplarzy i trzy – o nakładzie 2000 egzemplarzy. Nakład łączny – **18000 egzemplarzy**. Dystrybucja objęła wszystkie punkty terenowe, urzędy, miejsca użyteczności publicznej. Wszystkie wydania biuletynu dostępne są w wersji on-line na stronie internetowej www.rpo-swietokrzyskie.pl

- **Punkty informacyjne:**

Informacji na temat możliwości pozyskania środków unijnych udzielają trzy działające w województwie świętokrzyskim **Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich**. Prowadzą one konsultacje, które skierowane są do wszystkich mieszkańców, w tym osób fizycznych i przedsiębiorców, jak również przedstawiciele podmiotów publicznych zainteresowanych pozyskaniem środków bezzwrotnych, jak i wsparcia zwrotnego w formie preferencyjnych pożyczek, poręczeń czy też kredytów. Punkty, działające w **Kielcach, Sandomierzu oraz Skarżysku – Kamiennej**, osiągnęły w 2021 r. następujące wskaźniki:

 - Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa świętokrzyskiego dotyczących możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego: 9 152,
 - Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa świętokrzyskiego dotyczących realizacji projektu: 297,
 - Liczba dyżurów w gminach (Mobilnych Punktów Informacyjnych): 99,
 - Liczba spotkań informacyjnych dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów (stacjonarnych i on-line): 38.

- **Materiały promocyjne i brandingowe:**
 - W 2021 r. przygotowano materiały promocyjne, tj. kalendarze książkowe oraz trójdzielne, gadzety promocyjne, ścianki promocyjne niezbędne do realizacji działań informacyjno-promocyjnych:
 - ✓ Kalendarze książkowe A6 -500 sztuk,
 - ✓ Kalendarze książkowe A5 – 900 sztuk,

- ✓ Kalendarze książkowe A4 – 900 sztuk,
- ✓ Kalendarze trójdzielne – 1 000 sztuk
- ✓ Gadżety promocyjne – 4 385 sztuk,
- ✓ Flagi unijne – 2 komplety.

➤ Podsumowanie:

łącznie na działania informacyjno-promocyjne w 2021 roku przeznaczono budżet w wysokości **763 tys. zł**. Niektóre z zadań (związane np. ze współpracą z mediami lokalnymi) realizowane były bezkosztowo.

Choć rok 2021, podobnie jak i poprzedni, przebiegał pod znakiem pandemii, to jednak następowało czasowe łagodzenie obostrzeń, co pozwalało na organizację wydarzeń stacjonarnych lub w formule hybrydowej. Miało to ogromne znaczenie dla podejmowanych działań informacyjno-promocyjnych i osiąganych w ich wyniku efektów. Mimo, że doświadczenia z pierwszego roku pandemii COVID-19 nauczyły wszystkich sprawnego poruszania się w sieci, jednoznacznie należy stwierdzić, że przestrzeń wirtualna nie zastąpi nigdy bezpośredniego kontaktu z człowiekiem. Jednocześnie w 2021 r. Internet wciąż był ważnym przekazywaczem treści informacyjno-promocyjnych i platformą spotkań.

W podejmowanych w 2021 r. działaniach główny nacisk położono na trzy aspekty – **informację na temat współfinansowanych ze środków unijnych działań służących walce ze skutkami pandemii COVID-19, promocję efektów wdrażania RPOWŚ 2014-2020 oraz prezentację założeń nowego programu regionalnego na lata 2021-2027**. Do ogółu społeczeństwa zostały wysłany jasny przekaz na temat wsparcia środków unijnych dla placówek służby zdrowia i przedsiębiorców. Równoległe promowane były efekty przedsięwzięć współfinansowanych z funduszy unijnych, zadbane także o to, by w przestrzeni publicznej wybrzmiał przekaz o kolejnych ważnych dla społeczności lokalnych umowach na dofinansowanie ze środków UE (np. budowa kampusu GUM czy projekt regulacji rzeki Modły).

W podejmowanych działaniach informacyjno-promocyjnych skierowanych do mieszkańców regionu ogromny nacisk położono na atrakcyjność i różnorodność przekazu oraz skuteczne wykorzystanie kanałów komunikacyjnych (zwłaszcza elektronicznych).

Prowadzone w 2021 r. działania skierowano także na rozpowszechnianie informacji o przygotowaniach do nowej unijnej perspektywy na lata 2021-2027. Służyły temu m.in. konsultacje społeczne projektu programu, w których w formule stacjonarnej i wirtualnej mógł wziąć udział każdy mieszkaniec regionu świętokrzyskiego.

Wiele cennych wniosków na temat efektów przedsięwzięć promocyjno-informacyjnych, znajomości tematyki związanej z funduszami unijnymi oraz postrzegania ich przez mieszkańców naszego regionu dostarcza najnowsze opracowanie ***Badania rozpoznawalności i wiedzy o funduszach europejskich w społeczeństwie polskim - edycja 2020. Wartości wskaźników realizacji celów STRATEGII KOMUNIKACJI POLITYKI SPÓJNOŚCI NA LATA 2014-2020***.

Wynika z niego, że zdecydowana **większość mieszkańców województwa świętokrzyskiego (84%) zna pojęcie „Fundusze Europejskie”,** niestety znacznie gorzej jest z wiedzą na temat celów, obszarów lub działań, na które przeznaczane są FE w Polsce i w regionie, bowiem deklaruje ją **zaledwie odpowiednio - 38% i 45% respondentów.** Wyższa, bo wynosząca 62%, jest świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu ankietowanych.

Z badania wynika również, że **82% respondentów dostrzega wpływ Funduszy Europejskich na rozwój kraju, 4% mniej spośród nich docenia znaczenie środków unijnych w rozwoju naszego regionu. Co niezmiernie cieszy aż 99% mieszkańców województwa świętokrzyskiego zna cele, obszary lub działania, na które przeznaczane są środki z UE, ale tylko 53% ankietowanych potwierdza, że osobiście z nich korzysta.**

Zaprezentowane dane wskazują, że wiedza o funduszach europejskich wciąż nie jest satysfakcjonująca, co skłania do stwierdzenia, iż konieczne jest prowadzenie intensywnych działań informacyjno-promocyjnych i szukania nowych, atrakcyjnych form oraz kanałów przekazu. Muszą być one dostosowane do konkretnej grupy wiekowej, wykształcenia czy miejsca zamieszkania, a treść przekazu powinna być na tyle zajmująca i atrakcyjna, by zatrzymać uwagę potencjalnych odbiorców. Dla przykładu - Facebook jest miejscem skutecznej komunikacji z osobami młodą, kolejnymi kanałami komunikacyjnymi, które odgrywają znaczącą rolę w tej grupie wiekowej, są YouTube i Instagram. Natomiast osoby po 50 roku życia korzystają przede wszystkim z kanałów tradycyjnej telewizji, wiedzę czerpią również z gazet codziennych, a także tygodników i miesięczników. **Racjonalne wykorzystanie wszystkich kanałów przekazu – zarówno tych tradycyjnych, jak i nowoczesnych - wydaje się więc najlepszym rozwiązaniem.** Po okresie pandemii zasadnym jest powrót do organizacji wydarzeń promujących FE (np. koncertów, konkursów, konferencji), które mogą stać się znakomitym miejscem przekazu i wymiany doświadczeń na temat wykorzystania funduszy unijnych.

Warto odwołać się również do regionalnego badania ewaluacyjnego przeprowadzonego tuż po zakończeniu kampanii informacyjno-promocyjnej **„Fundusze Europejskie w Świętokrzyskiem. Dookoła Ciebie”,** którą przeprowadzono jesienią 2021 r. na próbie 100 respondentów zamieszkujących województwo świętokrzyskie. Rzuciła ona światło nie tylko na efekty trwającej trzy miesiące kampanii (*jej szczegółowy opis znajduje się na s. 4*), ale również pokazuje jak w regionie postrzegane są FE i jaka jest wiedza na ich temat.

Z badania wynika, że **zdecydowana większość osób (89%) ma wiedzę na temat wykorzystania Funduszy Europejskich w projektach realizowanych w województwie świętokrzyskim.** Ankietowani wskazywali, że pozytywnie oceniają zmiany zachodzące w województwie świętokrzyskim w kontekście wykorzystania Funduszy Europejskich. 56% badanych mieszkańców słyszało o wykorzystywaniu środków unijnych do zwalczania pandemii COVID-19.

Z kampanią informacyjną dotyczącą pomocy Unii Europejskiej w walce z pandemią COVID-19 oraz wykorzystania Funduszy Europejskich w województwie świętokrzyskim ankietowani najczęściej spotykali się w portalach informacyjnych (47%) oraz mediach społecznościowych (39%). Co trzeci respondent (33%) spotykał się z kampanią w prasie regionalnej.

Wśród inwestycji promowanych w kampanii informacyjnej RPOWŚ największą rozpoznawalnością cieszyła się przebudowa dworca PKP w Skarżysku – Kamiennej i rozbudowa Europejskiego Centrum Bajki w Pacanowie – po 47,6% odpowiedzi. Niewiele mniejszą rozpoznawalność wśród respondentów (45,1%) uzyskała rozbudowa Bazy Laboratoryjnej CENWIS – Politechnika Świętokrzyska. Z kampanii informacyjnej ankietowani najrzadziej kojarzyli budowę Centrum Edukacji Przyrodniczej – Umianowice (8,5%).

W kontekście przeprowadzonej kampanii informacyjnej respondenci wskazywali, że Fundusze Europejskie wspierając przedsiębiorstwa w trakcie pandemii COVID-19 (51%), pełnią znaczącą rolę w rozwoju lokalnej społeczności (49%), wspierają naukę i edukację (49%) oraz pomagają w walce z pandemią poprzez zapewnienie środków ochrony osobistej personelu medycznego (46%).

Przeprowadzone badanie ankietowe pozwoliło stwierdzić, że mieszkańcy rozpoznają Fundusze Europejskie, w tym również w kontekście przeprowadzonej kampanii. Prawie wszystkie z prezentowanych w ramach kampanii inwestycji były kojarzone przez co najmniej co trzeciego badanego mieszkańca. Również prawie wszystkie formy kampanii były widoczne przez co najmniej 1/5 badanych mieszkańców. Wyjątek w dotarciu do mieszkańców stanowiły kampanie w autobusach, które uzyskały niższy odsetek udzielonych odpowiedzi. **Może to wynikać ze spadku liczby pasażerów w środkach komunikacji w czasie pandemii COVID-19. Na podstawie udzielonych odpowiedzi w badaniu ankietowym można stwierdzić, że mieszkańcy pozytywnie ocenili zarówno prowadzoną kampanię, jak i wpływ Funduszy Europejskich na rozwój regionu i życia mieszkańców.**

Rozpoczynając nową perspektywę UE **koniecznym staje się budowanie marki programu regionalnego *Fundusze Europejskie dla Świętokrzyskiego 2021-2027*** i szerokie informowanie o szansach, jakie środki unijne stwarzają dla regionu i jego mieszkańców. Bazując na wytycznych zawartych w *Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich na lata 2021-2027* należy zaznaczyć, że celem przedsięwzięć informacyjno-promocyjnych powinno być w najbliższych latach: wspieranie działań służących wykorzystaniu FE dla rozwoju Polski i regionu świętokrzyskiego, podnoszenie świadomości ich znaczenia i roli Unii Europejskiej w rozwoju naszych społeczności lokalnych i kształtowaniu przyszłości. Konieczne jest skuteczne komunikowanie o tym, na jakie wsparcie w nowej perspektywie na lata 2021-2027 może liczyć nasz region i poszczególne grupy (np. przedsiębiorcy, samorządy lokalne, bezrobotni, seniorzy, młodzież szkolna). Biorąc pod uwagę, że materia „funduszowa” sama w sobie jest dość skomplikowana, należy zadbać, by przekaz był zrozumiały, jednoznaczny i atrakcyjny, a jednocześnie trafiał w możliwości percepcyjne konkretnej grupy docelowej. Bardzo silny nacisk należy położyć na wywiązywanie się przez beneficjentów realizujących projekty unijne z obowiązków informacyjno-promocyjnych, co również służyć będzie skutecznej komunikacji związanej z Funduszami Europejskimi.