



**Strategia komunikacji
Regionalnego Programu Operacyjnego
Województwa Łódzkiego
na lata 2014-2020**

SPIS TREŚCI

SPIS TREŚCI	2
WSTĘP.....	4
1. OKREŚLENIE SYTUACJI WYJŚCIOWEJ	4
1.1. DIAGNOZA.....	4
1.2. PODSTAWY PRAWNE	5
1.3. OPIS PRAC NAD DOKUMENTEM	5
1.4. INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA OPRACOWANIE I WDROŻENIE STRATEGII KOMUNIKACJI PROGRAMU	6
2. CEL GŁÓWNY I CELE SZCZEGÓŁOWE KOMUNIKACJI PROGRAMU.....	10
3. GŁÓWNY KOMUNIKAT.....	10
4. STOSOWANIE GŁÓWNEGO KOMUNIKATU PROGRAMU W DZIAŁANIACH INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH	10
4.1. KOMUNIKATY UZUPEŁNIAJĄCE PROGRAMU.....	11
4.2. PERSPEKTYWY PREZENTACJI KORZYŚCI ORAZ STYL KOMUNIKACJI.....	11
5. GRUPY DOCELOWE I SPOSOBY KOMUNIKACJI Z NIMI	11
5.1. SEGMENTY GRUP DOCELOWYCH	11
5.2. GRUPY DOCELOWE PROGRAMU	11
5.3. MECHANIZM KOMUNIKACJI.....	12
5.4. PRZYKŁADOWE NARZĘDZIA KOMUNIKACJI.....	12
5.5. SYSTEM WSPARCIA POTENCJALNYCH BENEFICJENTÓW I BENEFICJENTÓW	15
5.6. PODSTAWOWE KANAŁY INFORMACJI	17
5.7. KOMUNIKACJA Z OSOBAMI Z RÓŻNYMI NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIAMI.....	18
6. KOORDYNACJA KOMUNIKACJI FUNDUSZY EUROPEJSKICH	19
6.1. WSPÓŁPRACA PRZY DZIAŁANIACH KOMUNIKACYJNYCH OBEJMUJĄCYCH WSZYSTKIE FUNDUSZE UWZGLĘDNIONE W UMOWIE PARTNERSTWA	19
6.2. KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA MIĘDZY INSTYTUCJAMI WDRAŻAJĄCYMI PROGRAM	20
6.3. ZASADY PROWADZENIA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH	20
7. REALIZACJA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH W PARTNERSTWIE	21
7.1. WSPIERANIE POTENCJALNYCH BENEFICJENTÓW I BENEFICJENTÓW W DZIAŁANIACH INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH.....	21
7.2. DZIAŁANIA INSTYTUCJI WSPIERAJĄCEJ POTENCJALNEGO BENEFICJENTA I BENEFICJENTA W ZAKRESIE ICH OBOWIĄZKÓW INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH.....	21
7.3. WSPÓŁPRACA Z PARTNERAMI.....	22
7.4. KOMUNIKACJA Z MEDIAMI	22
7.5. KOMUNIKACJA Z LIDERAMI OPINII.....	23
8. OCENA EFEKTÓW STRATEGII.....	23
8.1. OCENA REALIZACJI CELÓW STRATEGII	23
8.2. OCENA BIEŻĄCA DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH	29

8.3. MONITORING DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH.....	29
8.4. SPRAWOZDAWCZOŚĆ.....	29
9. RAMOWY HARMONOGRAM	30
10. ROCZNA AKTUALIZACJA DZIAŁAŃ	30
11. WIZUALIZACJA	30
12. SZACUNKOWY BUDŻET NA REALIZACJĘ STRATEGII.....	32
13. WYKAZ STOSOWANYCH SKRÓTÓW I NAZW.....	32
14. SPIS ILUSTRACJI	34
15. SPIS TABEL	34

WSTĘP

Strategia komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020 jest dokumentem określającym zasady prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych w ramach RPO Wł 2014-2020, w województwie łódzkim w latach 2014-2020. Zasady te obejmują całość działań IZ oraz innych instytucji biorących udział w realizacji programu i dotyczą nie tylko działań *stricte* informacyjno-promocyjnych, ale także całokształtu kontaktów z potencjalnymi beneficjentami i beneficjentami. W związku z tym należy pamiętać, że w procesie tym uczestniczą nie tylko osoby odpowiedzialne za prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych, ale również osoby odpowiedzialne za opracowywanie dokumentacji konkursowej, ocenę wniosków oraz nadzór nad realizacją projektów.

Wymogiem w realizacji działań informacyjno-promocyjnych jest ich zgodność z zasadami horyzontalnymi:

- równouprawnieniem mężczyzn i kobiet,
- zapobieganiem dyskryminacji,
- zrównoważonym rozwojem,
- partnerstwem.

U podstaw *Strategii komunikacji programu* leży przekonanie, że skuteczna komunikacja jest niezbędna dla sprawnej realizacji zadań związanych z wdrażaniem FE w regionie.

1. OKREŚLENIE SYTUACJI WYJŚCIOWEJ

1.1. DIAGNOZA

Diagnoza została sporządzona w oparciu o badania ewaluacyjne¹ i społeczne, doświadczenia z okresu programowania 2007-2013 i 2004-2006 oraz kierunki wskazane w horyzontalnej *Strategii komunikacji polityki spójności*.

- 1) Zdecydowana większość mieszkańców łódzkiego (84%) zauważa korzyści płynące z wejścia Polski do UE. Wyniki dotychczasowych badań dowodzą jednak, że korzyści te badani dostrzegają bardziej na poziomie ogólnym niż w swoim życiu codziennym (59%).
- 2) Znaczna większość mieszkańców województwa (aż 92% - wynik ten jest wyższy w stosunku do ogółu Polaków – 90%) spotkała się z określeniami „Fundusze Europejskie” lub „Fundusze Unijne”, przy czym trzy czwarte rozumie ich znaczenie – wynik ten jest istotnie wyższy w stosunku do ogółu Polaków (71% vs. 63%).
- 3) 73 % mieszkańców łódzkiego dostrzega w swym najbliższym otoczeniu obszary lub projekty wspierane z FE w ramach polityki spójności – również ten wynik jest wyższy w stosunku do ogółu Polaków (68%).
- 4) 36% mieszkańców województwa deklaruje znajomość grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich. Osiągnięty wynik jest wyższy

¹Badanie pt. „Ewaluacja działań komunikacyjnych RPO Wł w latach 2010 - 2013” przeprowadzone przez EGO s.c. oraz „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań – Edycja 2014” przeprowadzone na zlecenie MliR przez Realizacja Sp. z o.o.

od średniej krajowej (32%), jest jednak nadal niski i wymaga podjęcia działań podnoszących wiedzę potencjalnych beneficjentów w tym zakresie.

- 5) Spośród dostępnych źródeł informacji nt. Funduszy Europejskich dostępnych w województwie łódzkim beneficjenci najwyżej oceniają strony internetowe i Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich działającą na terenie regionu łódzkiego oraz Punkt Informacyjny COP.
- 6) Wyniki audytu lingwistycznego tekstów i programów radiowych i telewizyjnych z okresu programowania 2007-2013 wskazują, że należy je uprościć tak aby były zrozumiałe dla przeciętnego obywatela.

Biorąc pod uwagę powyższe, w działaniach komunikacyjnych w okresie programowania 2014-2020 zostanie wzmocniona osobista perspektywa odbiorcy, jako ważny element systemu postaw i przekonań mieszkańców województwa łódzkiego.

W komunikacji z beneficjentem i potencjalnym beneficjentem będzie wykorzystywany przede wszystkim potencjał punktów informacyjnych działających w województwie łódzkim oraz stron internetowych instytucji funkcjonujących w systemie wdrażania Funduszy Europejskich, przy czym w komunikacji powinien być stosowany jeszcze bardziej czytelny i zrozumiały powszechnie język. Mając na uwadze zasadę równego dostępu do informacji w komunikacji będą uwzględniane również potrzeby osób z różnymi niepełnosprawnościami. Ponadto IZ RPO WŁ będzie kontynuować współpracę z partnerami społeczno-gospodarczymi, mediami oraz liderami opinii.

Z uwagi na fakt, że w okresie 2007-2013 udało się osiągnąć znaczną rozpoznawalność znaku graficznego Narodowej Strategii Spójności w nowej perspektywie w celu zachowania ciągłości obecności FE w Polsce zachowano znak NSS nadając mu dopasowaną do aktualnych trendów formę.

1.2. PODSTAWY PRAWNE

W celu zapewnienia skutecznej koordynacji działań informacyjno-promocyjnych prowadzonych przez poszczególne instytucje Polska opracowała wspólną dla wszystkich programów *Strategię komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020*. Strategia ta ma charakter strategii w rozumieniu art. 116 rozporządzenia ramowego.

Strategia komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020 została opracowana w oparciu o wspólną Strategię komunikacji, zgodnie z przepisami art. 116 *Rozporządzenia ramowego* oraz zgodnie z zapisami rozdziału 5.6 „Informacja i promocja” *Umowy Partnerstwa*, rozdziału 3 podrozdziału 2 horyzontalnych *Wytycznych w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020*, jak również *Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020*.

1.3. OPIS PRAC NAD DOKUMENTEM

Pierwszym etapem prac nad nowym dokumentem było sformułowanie kluczowych zapisów strategii komunikacji programu obejmujących cel nadrzędny i cele szczegółowe oraz przyporządkowanie im odpowiednich mierników.

Bazę do napisania *Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020* stanowił szablon opracowany przez MFiPR we współpracy z IZ KPO i RPO. W przygotowanie projektu zostały włączone zespoły pracowników zajmujących się przygotowaniem perspektywy 2014-2020 w regionie. W rezultacie przeprowadzonych prac merytorycznych opracowany został wstępny projekt *Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020*. Projekt ten został przedstawiony do konsultacji instytucjom i komórkom organizacyjnym Urzędu Marszałkowskiego Województwa Łódzkiego,

zaangażowanym we wdrażanie FE w regionie. W ich wyniku opracowano projekt dokumentu, który kierowany jest do akceptacji IK UP.

1.4. INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA OPRACOWANIE I WDROŻENIE STRATEGII KOMUNIKACJI PROGRAMU

Instytucją odpowiedzialną za opracowanie i realizację *Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020* jest Instytucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020 – Zarząd Województwa Łódzkiego. Koordynacja działań informacyjno-promocyjnych została powierzona Wydziałowi Komunikacji Funduszy Europejskich w Departamencie Promocji w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Łódzkiego (UMWŁ PMV).

Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego

Departament Promocji Wydział Komunikacji Funduszy Europejskich ul. Tuwima 22/26

90-002 Łódź

tel. 42 663 32 98

e-mail: promocja.rpo@lodzkie.pl

Działania informacyjno-promocyjne odnoszące się do wybranych osi priorytetowych realizują dwie Instytucje Pośredniczące, tj. Centrum Obsługi Przedsiębiorcy (COP) oraz Wojewódzki Urząd Pracy w Łodzi (WUP).

Komórkami realizującymi działania informacyjno-promocyjne w zakresie I-II osi RPO WŁ 2014-2020 jest Zespół Promocji Informacji i Komunikacji w Centrum Obsługi Przedsiębiorcy.

Centrum Obsługi Przedsiębiorcy

ul. Moniuszki 7/9, 90-101 Łódź

Zespół Promocji Informacji i Komunikacji

tel. 42 230 15 55/56/87

e-mail: promocja@cop.lodzkie.pl

e-mail: info@cop.lodzkie.pl

Komórką realizującą działania informacyjno-promocyjne w zakresie VIII-IX osi RPO WŁ 2014-2020 jest Oddział promocji i informacji EFS w Wydziale Obsługi EFS w Wojewódzkim Urzędzie Pracy w Łodzi.

Wojewódzki Urząd Pracy w Łodzi

Wydział Obsługi EFS

Oddział promocji i informacji EFS

ul. Wólczańska 49

90-608 Łódź

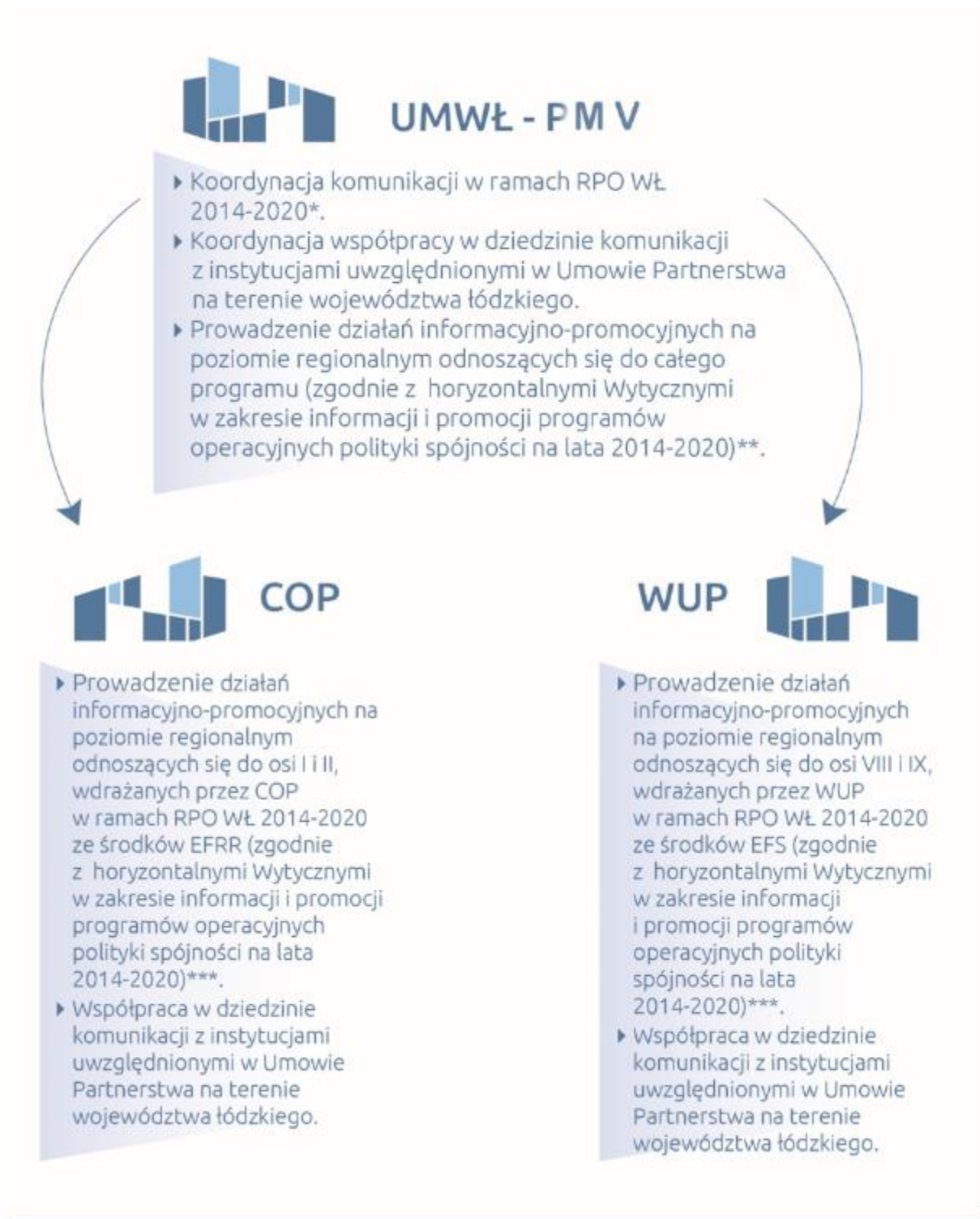
tel. 42 638 91 30/39

e-mail: rpo@wup.lodz.pl

Schemat współpracy IZ z IP przedstawiony został na rys. 1

Wydział Komunikacji FE podejmuje także inicjatywy informacyjno-promocyjne z innymi instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie Funduszy Europejskich i we współpracy z partnerami.

Rys. 1. Schemat organizacyjny komórek zaangażowanych we wdrażanie Strategii komunikacji programu.



*Do zadań PMV należy koordynacja działań komunikacyjnych w ramach RPO Wł 2014-2020, w tym przede wszystkim:

1. czuwanie nad wypełnianiem obowiązków informacyjnych przez instytucje zaangażowane we wdrażanie RPO Wł 2014-2020 i prowadzenie monitoringu oraz kontroli w tym zakresie,
2. przekazywanie IP wszelkich informacji, dokumentów i interpretacji niezbędnych do prawidłowego wdrażania programu w zakresie informacji i promocji, w tym przede wszystkim szczegółowych zasad wypełniania obowiązków informacyjnych przez beneficjentów oraz wzorów oznaczeń w formie elektronicznej,
3. monitorowanie postępów we wdrażaniu *Strategii* oraz analizowanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych.

** Do zadań PMV należy prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych skierowanych do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów oraz do mieszkańców województwa łódzkiego, odnoszących się do całego programu, w tym przede wszystkim:

1. współpraca z Siecią Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich w województwie łódzkim,
2. prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu, w tym działań w radiu i telewizji,
3. prowadzenie działań promocyjnych w Internecie, w tym strony internetowej poświęconej RPO Wł 2014-2020 www.rpo.lodzkie.pl oraz uzupełnianie informacji na portalu www.funduszeuropejskie.gov.pl i www.mapadotacji.gov.pl w zakresie swojej właściwości,
4. organizacja eventów, pikników i festynów,
5. publikacja materiałów informacyjnych, programowych oraz produkcja gadżetów będących jedynie uzupełnieniem i wsparciem realizowanych działań informacyjno-promocyjnych,
6. zapewnianie działań edukacyjnych dla pracowników instytucji zaangażowanych w proces realizacji programu, a także dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów.
7. Wsparcie beneficjentów w wykonywaniu przez nich obowiązków promocyjnych w czasie nieprzewidzianych sytuacji kryzysowych związanych z m. in. epidemią, pandemią² itp., których skutki są nieprzewidziane i wpływają na realizację projektów – na co beneficjent nie ma wpływu.

***Do zadań IP należy prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych skierowanych do beneficjentów i potencjalnych beneficjentów oraz w razie potrzeby uczestników i potencjalnych uczestników projektów, odnoszących się do określonych osi priorytetowych, działań i poddziałań wdrażanych przez instytucje w ramach RPO Wł 2014-2020 ze środków EFRR lub EFS, w tym przede wszystkim:

1. przekazywanie beneficjentom informacji niezbędnych do przygotowania i realizacji projektów oraz prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych (stosownie do postanowień rozdziału 6.4 horyzontalnych *Wytycznych w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020*),
2. monitorowanie i kontrola wypełniania obowiązków informacyjnych przez beneficjentów oraz, na wniosek IZ, przekazywanie informacji w tym zakresie,
3. prowadzenie działań informacyjnych w mediach w zakresie informacji o naborze wniosków o dofinansowanie projektu oraz wsparcie merytoryczne, prowadzonych przez IZ, działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu, w tym działań prowadzonych w mediach (z wyłączeniem telewizji),

² W 2020 r. UE dotknęła pandemia COVID19, którego skutki oddziaływały na instytucje i beneficjentów na nieprzewidywalną skalę. W ramach projektów, które mają przeciwdziałać negatywnym skutkom pandemii, Komisja Europejska zaleciła wsparcie beneficjentów poprzez pomoc beneficjentom w realizacji obowiązków promocyjnych, które IZ i IP finansują lub realizują z własnych zasobów przewidzianych na działania komunikacyjne.

4. prowadzenie działań promocyjnych, informacyjnych i szkoleniowych związanych z wdrażaniem, będących w kompetencji danej IP osi priorytetowych RPO Wł 2014-2020, skierowanych m.in. do potencjalnych beneficjentów oraz beneficjentów z uwzględnieniem różnych form komunikacji, w tym elektronicznych,
5. zapewnianie działań edukacyjnych dotyczących RPO Wł 2014-2020 dla pracowników instytucji zaangażowanych w proces jego realizacji. Działania są planowane na podstawie analizy potrzeb,
6. zapewnianie informacji nt. osób przewidzianych do kontaktów – punktów kontaktowych, które są w stanie dostarczyć informacji na temat programu operacyjnego, w tym ogłaszanych przez IP naborach wniosków (dane teleadresowe, w tym minimum bezpośredni numer telefonu i adres e-mail).
7. Wsparcie beneficjentów w wykonywaniu przez nich obowiązków promocyjnych w czasie nieprzewidywanych sytuacji kryzysowych związanych z m. in. epidemią, pandemią³ itp., których skutki są nieprzewidywane i wpływają na realizację projektów – na co beneficjent nie ma wpływu.

³ W 2020 r. UE dotknęła pandemia wirusa SARS-COVID19, którego skutki oddziaływały na instytucje i beneficjentów na nieprzewidywalną skalę. W ramach projektów, które mają przeciwdziałać negatywnym skutkom pandemii, Komisja Europejska zaleciła wsparcie beneficjentów poprzez pomoc beneficjentom w realizacji obowiązków promocyjnych, które IZ i IP finansują lub realizują z własnych zasobów przewidzianych na działania komunikacyjne.

2. CEL GŁÓWNY I CELE SZCZEGÓŁOWE KOMUNIKACJI PROGRAMU

Cel nadrzędny Strategii komunikacji:

Komunikacja Funduszy Europejskich w województwie łódzkim wspomaga wykorzystanie środków europejskich dla realizacji celów rozwojowych regionu.

Wynikające z niego cele szczegółowe:

Komunikacja Funduszy Europejskich w województwie łódzkim:

- aktywizuje mieszkańców województwa łódzkiego w ubieganiu się o wsparcie z FE w ramach RPO Wł 2014-2020,
- wspiera w województwie łódzkim beneficjentów RPO Wł 2014-2020 w realizacji projektów,
- zapewnia mieszkańcom województwa łódzkiego informację na temat projektów współfinansowanych z FE,
- zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy FE w województwie łódzkim.

3. GŁÓWNY KOMUNIKAT

Główny komunikat Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020.

Fundusze Europejskie w Łódzkiem wspierają tych, którzy realizując dobre pomysły, zwiększają możliwości i poprawiają jakość życia mieszkańców regionu.

4. STOSOWANIE GŁÓWNEGO KOMUNIKATU PROGRAMU W DZIAŁANIACH INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH

Fundusze Europejskie prezentowane są w następujących rolach:

- Fundusze Europejskie wspierają osoby i organizacje, które chcą rozwijać Polskę, w tym jej regiony,
- Fundusze Europejskie są katalizatorami zmian (przyspieszają je i wzmacniają),
- Fundusze Europejskie są wszechstronnym mechanizmem pomocy, a nie wyłącznie środkami finansowymi,
- Fundusze Europejskie wspierają zarówno wielkie zmiany w skali kraju, regionu, jak i zmiany lokalne oraz zmiany w życiu osobistym,
- Fundusze Europejskie zachęcają mieszkańców Polski do współpracy.

W celu wzmocnienia przekazu oraz w związku z kontynuacją dotychczasowej polityki komunikacyjnej IP i komórki organizacyjne Urzędu Marszałkowskiego Województwa Łódzkiego zajmujące się wdrażaniem RPO Wł 2014-2020 będą w działaniach informacyjno-promocyjnych stosować hasło: **Zmieniamy Łódzkie z Funduszami Europejskimi**. Zachęceni do tego będą również beneficjenci programu.

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

4.1. KOMUNIKATY UZUPEŁNIAJĄCE PROGRAMU

Fundusze Europejskie w Łódzkiem wspierają podnoszenie konkurencyjności MŚP.

Fundusze Europejskie w Łódzkiem zmieniają otoczenie poprzez wspieranie rozwoju zrównoważonego transportu.

Fundusze Europejskie w Łódzkiem przyczyniają się do zwiększenia ochrony środowiska naturalnego i efektywnego wykorzystania zasobów.

Fundusze Europejskie w Łódzkiem zmieniają otoczenie na bardziej przyjazne dla mieszkańców poprzez wspieranie rewitalizacji i usług dla społeczeństwa.

Fundusze Europejskie w Łódzkiem przyczyniają się do wzrostu zatrudnienia i walki z ubóstwem.

Fundusze Europejskie w Łódzkiem wspierają inwestycje w edukację.

Fundusze Europejskie w Łódzkiem wspierają profilaktykę zdrowotną mieszkańców regionu.

Fundusze Europejskie w Łódzkiem inwestują w zdrowie.

4.2. PERSPEKTYWY PREZENTACJI KORZYŚCI ORAZ STYL KOMUNIKACJI

Instytucje podejmujące działania informacyjno-promocyjne powinny świadomie wybierać perspektywę prezentacji Funduszy Europejskich (JA, MY lub REGION) w celu wzmocnienia efektywności komunikacji. Należy brać pod uwagę zalety i wady każdej z perspektyw. W przypadku możliwości zastosowania różnych wariantów należy przyjąć następującą kolejność rozpatrywania perspektyw komunikacji:

1. Perspektywa indywidualna (JA),
2. Perspektywa społeczności (MY),
3. Perspektywa zewnętrznego otoczenia (REGION).

Styl komunikacji Funduszy Europejskich został opisany w *Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020*.

5. GRUPY DOCELOWE I SPOSOBY KOMUNIKACJI Z NIMI

5.1. SEGMENTY GRUP DOCELOWYCH

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

1. **beneficjenci** (faktyczni i potencjalni) - są to liderzy zmian,
2. **uczestnicy projektów** (faktyczni i potencjalni),
3. **odbiorcy rezultatów** rozumiani jako szeroko pojęta opinia publiczna.

Komunikacja obejmuje wszystkie trzy segmenty. Liderzy zmian są grupą priorytetową z punktu widzenia realizacji celów rozwojowych kraju i jego regionów.

5.2. GRUPY DOCELOWE PROGRAMU

Przykładowe grupy docelowe komunikacji w ramach poszczególnych segmentów.

Segment 1. **Beneficjenci** (faktyczni i potencjalni): mali i średni przedsiębiorcy działający w sektorze regionalnych inteligentnych specjalizacji (branża medyczna, farmacja i kosmetyki, energetyka, nowoczesny przemysł włókienniczy i przemysł mody, zaawansowane materiały budowlane, innowacyjne rolnictwo i przetwórstwo rolno-spożywcze, informatyka i telekomunikacja), jednostki samorządu terytorialnego i ich jednostki organizacyjne, instytucje otoczenia biznesu, konsorcja naukowo-przemysłowe, instytucje integracji i pomocy społecznej, instytucje rynku pracy, instytucje ochrony zdrowia, instytucje nauki i edukacji, organizacje pozarządowe;

Segment 2. **Uczestnicy projektów** (faktyczni i potencjalni): młodzież, studenci, wykluczeni cyfrowo, bezrobotni i zagrożeni bezrobociem, osoby 50+, osoby z niepełnosprawnościami;

Segment 3. **Odbiorcy rezultatów**: opinia publiczna (mieszkańcy województwa).

5.3. MECHANIZM KOMUNIKACJI


Mechanizm komunikacji określa sposób dotarcia do poszczególnych grup docelowych i składa się z czterech etapów: zobacz, zainteresuj się, realizuj (w przypadku beneficjenta) lub korzystaj (w przypadku uczestnika projektu), poleć (w przypadku beneficjenta i uczestnika projektu). Szczegółowo mechanizm komunikacji został opisany w *Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020*.

5.4. PRZYKŁADOWE NARZĘDZIA KOMUNIKACJI

Poniższa tabela przedstawia przykładowe narzędzia komunikacji, które mogą zostać wykorzystane w komunikacji z określonym segmentem docelowych odbiorców.



Tabela 1. Przykładowe narzędzia komunikacji.

ODBIORCY REZULTATÓW (mieszkańcy województwa łódzkiego)

Mechanizm komunikacji	Przykładowe narzędzia komunikacji
	<p>Dotarcie pośrednie*:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kampanie reklamowe w mediach regionalnych, • lokowanie idei/projektów, w mediach regionalnych, • kampanie w mediach społecznościowych, • gry i konkursy realizowane z mediami regionalnymi, • mailingi, • działania PR w mediach regionalnych, • reklama szeptana. <p>Dotarcie bezpośrednie**:</p> <ul style="list-style-type: none"> • imprezy i wydarzenia promocyjne, • Portal Funduszy Europejskich, Serwis programu RPO WŁ 2014-2020 i system stron internetowych IP, • konkursy, • marketing w wyszukiwarkach, • aplikacje mobilne. <p>Działania edukacyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wywiady z ekspertami, • ulotki, przewodniki itp.



POTENCJALNI BENEFICJENCI I POTENCJALNI UCZESTNICY PROJEKTÓW

Mechanizm komunikacji	Przykładowe narzędzia komunikacji

 ZOBACZ	<p>Dotarcie pośrednie*:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kampanie reklamowe w mediach regionalnych, • lokowanie idei/projektów w mediach regionalnych, • kampanie w mediach społecznościowych, • mailingi, • działania PR w mediach regionalnych, • reklama szeptana. <p>Dotarcie bezpośrednie**:</p> <ul style="list-style-type: none"> • serwis programu RPO Wł 2014-2020 i system stron internetowych IP, • marketing w wyszukiwarkach.
 ZAINTERESUJ SIĘ	<p>Dotarcie pośrednie*:</p> <ul style="list-style-type: none"> • kampanie reklamowe w mediach regionalnych, • kampanie w mediach społecznościowych, • mailingi, • działania PR w mediach regionalnych, • reklama szeptana. <p>Dotarcie bezpośrednie**:</p> <ul style="list-style-type: none"> • serwis programu RPO Wł 2014-2020 i system stron internetowych IP, • materiały informacyjne sieciowe (video prezentacje, podcasty), • informacja w PIFE oraz punktach kontaktowych IP, • linia telefoniczna dla potencjalnych beneficjentów, • konferencje i szkolenia, • drukowane lub elektroniczne materiały informacyjno-promocyjne. <p>Działania edukacyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • przewodniki i instrukcje na stronach internetowych instytucji, • informacja w PIFE oraz punktach kontaktowych IP, • konferencje i szkolenia, • publikacje/audycje edukacyjne w mediach regionalnych, • ulotki, przewodniki itp.

BENEFICJENCI i UCZESTNICY PROJEKTÓW

<p>Mechanizm komunikacji</p>	<p>Przykładowe narzędzia komunikacji</p>
-------------------------------------	---

 <p>REALIZUJ/ KORZYSTAJ</p>	<p>Dotarcie pośrednie*:</p> <ul style="list-style-type: none"> • reklama szeptana, • narzędzia bezpośredniej współpracy między beneficjentami. <p>Dotarcie bezpośrednie**:</p> <ul style="list-style-type: none"> • serwis programu RPO Wł 2014-2020 i system stron internetowych IP, • materiały informacyjne sieciowe (video prezentacje, podcasty), • informacja w PIFE oraz punktach kontaktowych IP, • linia telefoniczna dla beneficjentów, • konferencje i szkolenia, • drukowane lub elektroniczne materiały promocyjne. <p>Działania edukacyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • przewodniki i instrukcje na stronach internetowych IZ i IP, • informacja w PIFE oraz punktach kontaktowych IP, • szkolenia i konferencje, wizyty studyjne, • publikacje/audycje edukacyjne w mediach regionalnych, • warsztaty i praktyki, • ulotki, przewodniki, itp.
 <p>POLEĆ</p>	<p>Dotarcie pośrednie*:</p> <ul style="list-style-type: none"> • reklama szeptana, • narzędzia bezpośredniej współpracy między beneficjentami. <p>Dotarcie bezpośrednie**:</p> <ul style="list-style-type: none"> • serwis programu RPO Wł 2014-2020 i system stron internetowych IP, • akcje zachęcające beneficjentów i uczestników projektów do rekomendowania korzystania z FE.

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

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

Produkcja i dystrybucja przedmiotów promocyjnych typu gadżety nie jest rekomendowanym narzędziem promocji FE. Wydatki na cele reprezentacyjne, których nie można jednoznacznie uznać za związane z promocją funduszy polityki spójności, są niedozwolone. Przedmiotów o charakterze upominkowym nie można stosować w komunikacji FE.

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

5.5. SYSTEM WSPARCIA POTENCJALNYCH BENEFICJENTÓW I BENEFICJENTÓW

5.5.1. ZAPEWNIENIE SZEROKIEGO, WIELOKANAŁOWEGO I UŻYTECZNEGO DOSTĘPU DO INFORMACJI I POMOCY

Informacja skierowana do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów jest dostępna non-stop; jest wielokanałowa i wielopoziomowa oraz użyteczna.

Portal i system stron internetowych FE zapewnia informację dostępną w trybie ciągłym, czyli przez 24 godziny na dobę, 7 dni w tygodniu.

Informacja kierowana za pośrednictwem wielu kanałów komunikacji, w szczególności przez:

- portal www.funduszeuropejskie.gov.pl,
- strony internetowe IZ www.rpo.lodzkie.pl i IP www.cop.lodzkie.pl oraz www.rpo.wup.lodz.pl,
- Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich,
- osoby przewidziane do kontaktów – punkty kontaktowe w IP,
- opiekunów projektów,
- materiały informacyjne,
- konferencje i szkolenia.

Informacja jest uporządkowana według stopnia zaawansowania potencjalnego beneficjenta lub beneficjenta w procesie ubiegania się o współfinansowanie i realizacji projektu. Na różnych etapach tego procesu występują różne potrzeby informacyjne.

Użyteczność informacji udostępnianych beneficjentowi lub potencjalnemu beneficjentowi wynika z uwzględnienia przy jej opracowaniu perspektywy beneficjenta/potencjalnego beneficjenta, jego potrzeb i oczekiwań. Podstawowym kryterium użyteczności informacji jest jej sformułowanie klarownym i zrozumiałym językiem oraz utrzymanie komunikacji w możliwie najbardziej zwięzłej formule. Przy opracowywaniu tekstów nt. FE będą brane pod uwagę zasady i wytyczne które znalazły się w opracowaniu zbiorowym pod kierownictwem prof. Jana Miodka pt. „*Jak pisać o Funduszach Europejskich*” oraz innych opracowaniach w tym zakresie. Będzie również wykorzystywane narzędzie do badania cech stylistycznych tekstów dające możliwości oceny poziomu mglistości języka (indeks FOG-PL). Ponadto planuje się przeprowadzenie stosownych szkoleń dla pracowników opracowujących materiały informacyjne, dokumenty programowe oraz dziennikarzy.

5.5.2. OPIS SYSTEMU WSPARCIA POTENCJALNYCH BENEFICJENTÓW.

Potencjalni beneficjenci, ale także inne zainteresowane podmioty powinni uzyskać przede wszystkim informacje na temat celów programów i możliwości finansowania. Szczególna rola w tym zakresie przypada Punktom Informacyjnym Funduszy Europejskich, punktom kontaktowym IP oraz systemowi stron internetowych FE.

Do 30 listopada każdego roku IZ RPO Wł 2014-2020 zamieszcza na swojej stronie internetowej harmonogram naboru wniosków o dofinansowanie na następny rok kalendarzowy a co najmniej 30 dni przed planowanym rozpoczęciem poszczególnych naborów, jak również ogłoszenia o naborach wniosków o dofinansowanie.

Ponadto IZ we współpracy z IP dążą do takiego doboru działań informacyjnych i edukacyjnych, które zapewniają dotarcie do potencjalnych beneficjentów oraz ich odpowiednie poinformowanie na temat możliwości wsparcia. Opis przykładowych narzędzi mających służyć realizacji tego celu można znaleźć w tabeli w rozdziale 5.4.

5.5.3. OPIS SYSTEMU WSPARCIA BENEFICJENTÓW.

Beneficjenci otrzymują wsparcie od samego początku realizacji projektu, co pozwoli, uniknąć błędów już na starcie. W tym celu IZ zapewnia, że beneficjent otrzymuje niezbędne dokumenty określające

warunki uzyskanego wsparcia i szczegółowe wymagania dotyczące realizacji projektu. Szczególna rola w tym zakresie przypada Punktom Informacyjnym Funduszy Europejskich, punktom kontaktowym IP oraz systemowi stron internetowych FE.

Ponadto IZ we współpracy z IP dążą do takiego doboru działań informacyjnych i edukacyjnych, które zapewniają właściwą realizację projektów. Przykładowe narzędzia komunikacji służące osiągnięciu tego celu opisano w tabeli w rozdziale 5.4. Ponadto sposobem współpracy IZ i IP z beneficjentem jest wprowadzenie instytucji opiekuna projektu – osoby, która pozostaje w bezpośrednim kontakcie z beneficjentem.

5.6. PODSTAWOWE KANAŁY INFORMACJI

Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich (PIFE)

Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich w województwie łódzkim zapewnia potencjalnym beneficjentom i beneficjentom dostęp do kompleksowej informacji o FE w latach 2014-2020.

W tym zakresie współpracuje z instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie RPO Wł 2014-2020 a w szczególności osobami przewidzianymi do kontaktów – punktami kontaktowymi w IP, a także z sieciami funkcjonującymi w ramach programów finansowanych z Europejskiego Funduszu Rolnictwa i Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego.

Sieć PIFE w województwie łódzkim jest koordynowana przez MFiPR i działa na podstawie jednolitych w całej Polsce standardów funkcjonowania.

Zakres usług sieci obejmuje m.in.:

- diagnozę klienta – zaklasyfikowanie pomysłu na projekt do konkretnego priorytetu i działania w programie finansowanym z Funduszy Europejskich,
- informowanie o warunkach, kryteriach i procedurach przyznania dotacji,
- przedstawienie „krok po kroku” procesu ubiegania się o dofinansowanie,
- pomoc w znalezieniu odpowiedniego projektu dla osób poszukujących wsparcia,
- konsultacje na etapie przygotowywania wniosków/projektów,
- konsultacje na etapie realizacji projektu,
- wstępną pomoc w rozliczaniu projektów,
- indywidualne konsultacje u klienta⁴,
- organizowanie spotkań informacyjnych oraz szkoleń dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów.

Punkty sieci PIFE w województwie łódzkim znajdują się w Łodzi, Bełchatowie, , Łowiczu i Sieradzu. Dodatkowo w celu zwiększenia dostępu do informacji o Funduszach Europejskich organizowane są Mobilne Punkty Informacyjne w miejscowościach, w których nie ma siedziby PIFE.

Osoby przewidziane do kontaktu – punkty kontaktowe w IP

Przy IP odpowiedzialnych za wdrażanie poszczególnych osi priorytetowych w ramach EFRR i EFS, działają punkty kontaktowe, które dostarczają informacji na temat osi I, II oraz VIII i IX w ramach RPO Wł 2014-2020, w tym ogłaszanych przez instytucję naborach wniosków. W WUP funkcję punktu kontaktowego pełni Oddział promocji i informacji EFS, zaś w COP punkt kontaktowy funkcjonuje w ramach Zespołu Konsultantów. Aktualne dane teleadresowe, w tym minimum bezpośredni numer telefonu i adres e-mail wskazane są na stronach internetowych IZ i IP.

Osoby zatrudnione w IP i dostarczające informacji na temat ww. osi działają na podstawie tych samych co sieć PIFE jednolitych standardów funkcjonowania stosownie do postanowień *Wyciągu ze Standardów Funkcjonowania Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich*⁵.

⁴ Usługa dostępna dla osób z różnymi niepełnosprawnościami.

⁵ Dokument dostępny na stronie www.rpo.lodzkie.pl.

Portal Funduszy Europejskich

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

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

Wyszukiwarka Dotacji, stanowiąca element PFE, obejmuje zarówno dotacje, jak i instrumenty zwrotne dostępne w ramach krajowych i regionalnych programów operacyjnych, a także wybrane działania Programu Rozwoju Obszarów Wiejskich i Programu Operacyjnego „Rybnactwo i Morze” oraz możliwości otrzymania dofinansowania przez osoby fizyczne.

Na Portalu Funduszy Europejskich znajduje się przekierowanie do serwisu IZ RPO WŁ 2014-2020. Ponadto IZ RPO WŁ 2014-2020 współpracuje z IK UP w uzupełnianiu i aktualizowaniu PFE oraz jego poszczególnych funkcjonalności, w tym Wyszukiwarki Dotacji.

Serwis programu RPO WŁ 2014-2020 i system stron internetowych IP

Serwis programu RPO WŁ 2014-2020 www.rpo.lodzkie.pl jest osobną stroną stworzoną i prowadzoną przez IZ RPO WŁ zgodnie ze wspólnie wypracowanymi szablonami stron internetowych, należących do systemu Funduszy Europejskich w Internecie.

Serwis RPO WŁ 2014-2020 zawiera m.in.: informacje na temat programu i realizowanych w jego ramach naborach wniosków, dokumenty programowe w wersji elektronicznej, przekierowanie do Wyszukiwarki Dotacji oraz do Portalu FE, listę teleadresową PIFE w województwie łódzkim a także wykaz operacji, w formacie arkusza kalkulacyjnego, który umożliwia sortowanie danych, ich przeszukiwanie, wyciąganie, porównywanie i ich łatwe publikowanie w Internecie. Wychodząc z podejścia proklienckiego serwis jest przyjazny dla potencjalnego Internauty. Pozwala dzięki zastosowanym filtrom i przejrzystej strukturze na łatwe przeszukiwanie, wyciąganie, porównywanie i sortowanie danych i informacji.

IZ odpowiada za:

- publikowanie i zapewnienie aktualności treści w serwisie programu i Portalu FE, w tym informacji dotyczących naborów wniosków,
- uzupełnianie oraz zapewnienie aktualności danych w Wyszukiwarce Dotacji,
- aktualizację i weryfikację przykładów projektów w języku polskim i w języku angielskim.

IP na swoich stronach, www.cop.lodzkie.pl, www.rpo.wup.lodz.pl umieszczają informacje poświęcone temu obszarowi RPO WŁ 2014-2020, który leży w ich kompetencji oraz informację o roli IP w systemie wdrażania tego obszaru. W Wyszukiwarce Dotacji, na Portalu Funduszy Europejskich oraz na stronie www.rpo.lodzkie.pl IP zamieszczają informacje przy koordynacji IZ.

5.7. KOMUNIKACJA Z OSOBAMI Z RÓŻNYMI NIEPEŁNOSPRAWNOŚCIAMI

Podstawowym wymogiem komunikacji z osobami z niepełnosprawnościami jest **zapewnienie równego dostępu do informacji** na temat Funduszy Europejskich. Należy dążyć do tego, aby **skuteczność komunikacji z osobami z różnymi niepełnosprawnościami była taka sama, jak w przypadku komunikacji z pozostałymi grupami**. Wypełnienie tych wymogów wiąże się z uwzględnieniem w komunikacji z osobami z niepełnosprawnościami następujących zasad:

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

Powyższe wymogi mają swoje bezpośrednie źródło i podstawę w *Konwencji o prawach osób niepełnosprawnych Narodów Zjednoczonych*, w szczególności w artykule 9, w zakresie dostępności informacji i komunikacji oraz artykule 21, w zakresie wolności wypowiedzania się i wyrażania opinii oraz dostępu do informacji.

Wszystkie instytucje funkcjonujące w systemie realizacji programów polityki spójności działające w dziedzinie informacji i promocji są zobowiązane do przestrzegania *Wytycznych 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*.

Powyższe zasady wyznaczają ogólny kierunek działań. IZ w swojej siedzibie oraz w Głównym i Lokalnych Punktach Informacyjnych zapewnia podjazdy i windy dla osób niepełnosprawnych, poza tym dla osób głuchoniemych zapewniona jest bieżąca pomoc tłumacza języka migowego. Ponadto w Punktach Informacyjnych zamontowane są pętle indukcyjne ułatwiające słyszenie osobom słabosłyszącym. W razie potrzeby, na organizowanych spotkaniach i szkoleniach, zapewniony jest tłumacz języka migowego. Realizowane przez IZ programy telewizyjne tłumaczone są przez tłumacza języka migowego. Strona internetowa programu www.rpo.lodzkie.pl dostosowana jest do potrzeb osób niedowidzących, ponadto wybrane informacje, przeznaczone dla osób niedosłyszących tłumaczone są przez tłumacza języka migowego. Ponadto IZ RPO Wł 2014-2020 będzie utrzymywać kontakt z organizacjami reprezentowanymi przez osoby z różnymi niepełnosprawnościami w celu konsultacji konkretnych rozwiązań ułatwiających osobom z niepełnosprawnościami odbiór prowadzonych działań.

6. KOORDYNACJA KOMUNIKACJI FUNDUSZY EUROPEJSKICH

6.1. WSPÓŁPRACA PRZY DZIAŁANIACH KOMUNIKACYJNYCH OBEJMUJĄCYCH WSZYSTKIE FUNDUSZE UWZGLĘDNIONE W UMOWIE PARTNERSTWA

IZ oraz IP w ramach RPO Wł 2014-2020 współpracują z instytucjami odpowiedzialnymi za wdrażanie Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego, a także instytucjami, które wdrażają pozostałe programy w ramach polityki spójności, zgodnie z zasadami wskazanymi w *Umowie Partnerstwa* i w ramach prac Komitetu ds. Umowy Partnerstwa, w szczególności dbając o:

- bieżącą wymianę informacji na temat podejmowanych działań w dziedzinie komunikacji,
- poszukiwanie możliwości prowadzenia wspólnych działań informacyjnych i promocyjnych,
- tam gdzie to wskazane, informowanie potencjalnych beneficjentów i uczestników projektów o możliwościach uzyskania wsparcia, także w ramach Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz pozostałych programów w ramach polityki spójności,
- udostępnianie informacji na temat programu instytucjom, które wdrażają inne programy polityki spójności.

Przedstawiciele instytucji, które wdrażają program, biorą udział w pracach grup roboczych powołanych przez Instytucję Koordynującą UP w zakresie informacji i promocji.

IZ działa na rzecz utworzenia wspólnej platformy wymiany informacji i współpracy na terenie województwa łódzkiego w celu skoordynowania działań informacyjno-promocyjnych pięciu funduszy:

Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności, Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego. W tym celu zostanie m.in. utworzona **Grupa ds. Koordynacji FE**. Głównym zadaniem ww. grupy będzie koordynacja działań informacyjno-promocyjnych w ramach ww. funduszy. Jej spotkania będą służyły przede wszystkim wymianie informacji o planowanych działaniach informacyjnych i promocyjnych, zidentyfikowaniu dobrych praktyk, a także nawiązaniu współpracy pomiędzy instytucjami biorącymi udział w jej pracach. W jej skład wejdą m.in. przedstawiciele instytucji zaangażowanych we wdrażanie FE na poziomie regionalnym oraz przedstawiciele podmiotów, realizujących lub koordynujących działania informacyjne o politykach UE lub jej funduszach. Grupa spotka się przynajmniej 2 razy w roku.

6.2. KOMUNIKACJA WEWNĘTRZNA MIĘDZY INSTYTUCJAMI WDRAŻAJĄCYMI PROGRAM

Dobra komunikacja oraz współpraca między instytucjami wdrażającymi FE jest niezbędnym warunkiem realizacji *Strategii* i jej odpowiedniej koordynacji.

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

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

Przykładowe narzędzia komunikacji, jakie zostaną wykorzystane w komunikacji wewnętrznej między instytucjami wdrażającymi program, to m.in.:

- grupy robocze – regularne lub zwoływane *ad hoc* w celu omówienia bieżących spraw,
- baza wiedzy – zbiór wiedzy udostępniony wszystkim instytucjom,
- intranet – internetowy kanał komunikacji między komórkami zaangażowanymi we wdrażanie programu,
- komunikacja poprzez telefon, mail,
- szkolenia i prezentacje.

6.3. ZASADY PROWADZENIA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH

Komunikacja dotycząca FE odbywa się na wielu poziomach i obejmuje wszystkie podmioty, tj. IK UP, IZ, IP oraz beneficjentów a także inne instytucje, m.in. związek ZIT.

Zgodnie ze *Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020* określono sześć zasad, które regulują zakres oraz przedmiot komunikacji, a także kryteria wyboru narzędzi:

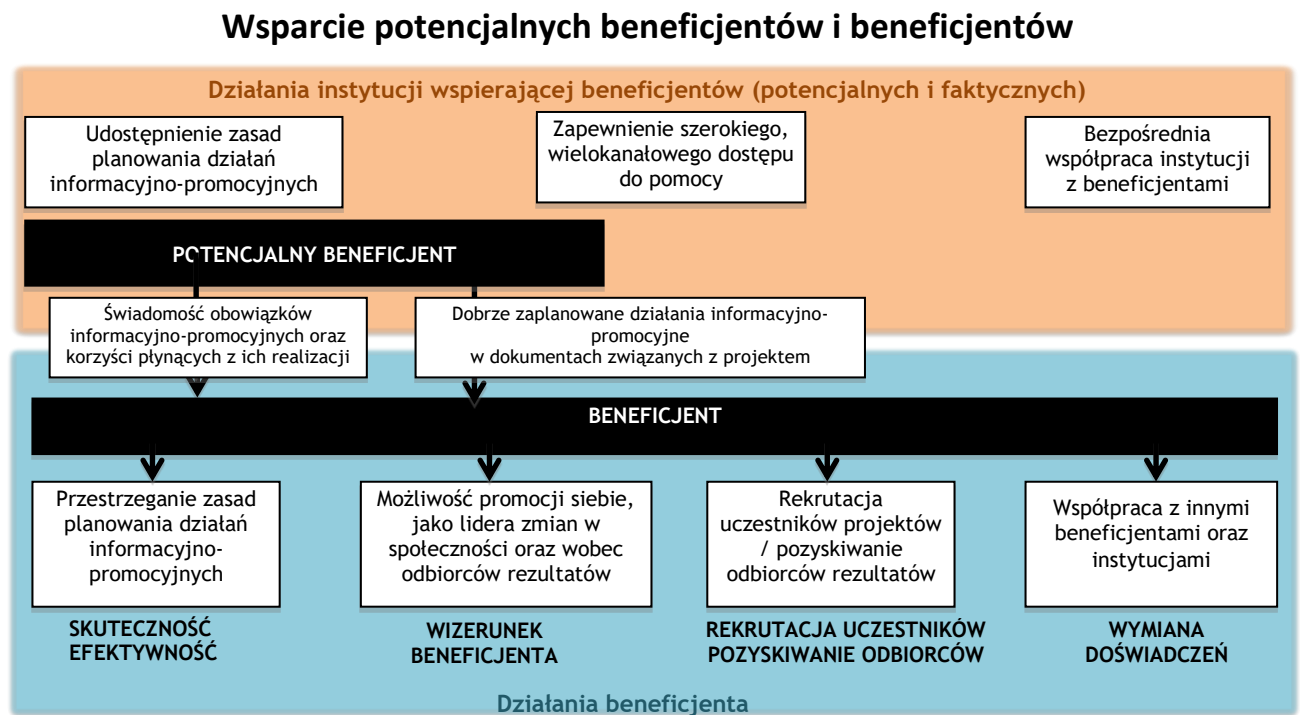
1. zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej komunikacji z grupą docelową programu, osi priorytetowej lub projektu,
2. zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji,
3. zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej,
4. zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej,
5. zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego,
6. zasada uzupełniania się komunikatów.

Zasady te należy uwzględniać w okolicznościach wskazanych w *Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020*.

7. REALIZACJA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH W PARTNERSTWIE

7.1. WSPIERANIE POTENCJALNYCH BENEFICJENTÓW I BENEFICJENTÓW W DZIAŁANIACH INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH

Rys. 2. System wspierania potencjalnych beneficjentów i beneficjentów



7.2. DZIAŁANIA INSTYTUCJI WSPIERAJĄCEJ POTENCJALNEGO BENEFICJENTA I BENEFICJENTA W ZAKRESIE ICH OBOWIĄZKÓW INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH

Wsparcie ze strony właściwej instytucji dla beneficjentów oraz potencjalnych beneficjentów polega na udostępnieniu zasad planowania działań informacyjno-promocyjnych (zawartość pakietu została opisana poniżej) oraz na bezpośredniej współpracy instytucji z beneficjentami w zakresie działań informacyjno-promocyjnych, m.in.:

- zapraszaniu do występowania na konferencjach i targach,
- zapraszaniu do udziału w audycjach telewizyjnych i radiowych oraz wypowiedziach dla prasy,
- udostępnianiu linków do stron projektów przedstawiających dobre praktyki.

Pakiet zawierający zasady planowania działań informacyjno-promocyjnych obejmuje w szczególności:

- informacje o obowiązkach beneficjenta w zakresie informacji i promocji,
- informacje o korzyściach beneficjenta wynikających z promocji projektu,
- informacje o kanałach komunikacji z instytucjami oraz wsparciu udzielanym beneficjentom,
- główne zasady planowania działań informacyjno-promocyjnych prowadzonych przez beneficjentów z punktu widzenia wymogów realizacji projektów. Pakiet ten znajduje się w **Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji**. Poradnik ten, w wersji cyfrowej, dostępny jest na Portalu Funduszy Europejskich oraz stronach internetowych IZ i IP.

7.3. WSPÓŁPRACA Z PARTNERAMI

W poszczególne działania informacyjno-promocyjne mogą być zaangażowani partnerzy: właściwe władze lokalne, regionalne i inne władze publiczne, partnerzy społeczno-gospodarczy, podmioty reprezentujące społeczeństwo obywatelskie (w tym organizacje pozarządowe, np. zajmujące się ochroną środowiska, promujące włączenie społeczne, równość płci i brak dyskryminacji), a także instytucje edukacyjne i badawcze, przedstawicielstwo Komisji Europejskiej, centra informacji europejskiej i biuro informacji Parlamentu Europejskiego.

Przy okazji organizacji imprez, event'ów, konferencji itp., w których wskazane jest uczestnictwo partnerów, będą oni zapraszani do np. przygotowania stoiska czy prezentacji. Ponadto część z partnerów będzie członkami Grupy ds. Koordynacji FE, służącej wymianie informacji i współpracy na terenie województwa łódzkiego w celu skoordynowania działań informacyjno-promocyjnych Funduszy Europejskich.

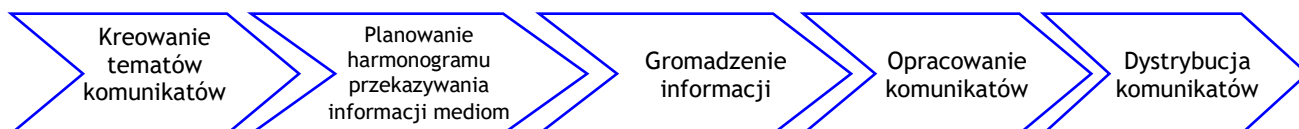
7.4. KOMUNIKACJA Z MEDIAMI

Strategia komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 nakłada na komórki zajmujące się promocją Funduszy Europejskich obowiązek prowadzenia aktywnej polityki informacyjno-promocyjnej na temat Funduszy Europejskich w mediach we współpracy lub za pośrednictwem komórek odpowiedzialnych za relacje z mediami, w szczególności z biurami prasowymi instytucji wdrażających FE. Biura prasowe, dzięki swojej kompetencji w obszarze *public relations* mogą zwiększyć efektywność komunikacji, szczególnie na etapie dystrybucji komunikatów.

Media są niezbędnym pośrednikiem w dotarciu z informacją na temat Funduszy Europejskich do masowego odbiorcy. Same także mogą skutecznie docierać do wybranych liderów zmian, uczestników projektów i odbiorców rezultatów.

Proces ten nie jest jednorazowy. Skuteczna komunikacja z mediami wymaga stałej współpracy polegającej na aktywnym, stałym dostarczaniu mediom informacji o Funduszach Europejskich.

Zgodnie ze *Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020* model pracy komórki odpowiedzialnej za działania informacyjno-promocyjne Funduszy Europejskich powinien odpowiadać następującemu schematowi:



Narzędzia współpracy z mediami obejmują m.in.:

- opracowane gotowe do wykorzystania informacje - zgodnie z formatami stosowanymi przez dane medium,
- konferencje prasowe,
- wywiady,
- cykliczne spotkania z dziennikarzami,
- wizytacje projektów,
- zaproszenia dziennikarzy na uroczystości,
- newslettery,
- mailingi,
- działania dla mediów na stronie internetowej instytucji,
- audycje i reportaże.

IZ i IP będą ponadto gromadzić przykłady dobrych praktyk, w tym m.in.: opisy projektów, a także zdjęcia i inne materiały graficzne mogące uatrakcyjnić przekaz, przeglądowe dane statystyczne, podsumowania i infografiki dotyczące realizacji programu, osi priorytetowych, działań i poddziałań. Będą one dostępne *ad hoc* w przypadku zgłoszonego zapotrzebowania przez media lub inne instytucje współpracujące przy promocji FE.

Współpracę z mediami regionalnymi koordynuje komórka odpowiedzialna za koordynację działań informacyjno-promocyjnych RPO WŁ 2014-2020.

IP wspiera merytorycznie działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu, prowadzone przez IZ w mediach. W uzasadnionych przypadkach IZ może na wniosek IP wyrazić zgodę na samodzielne prowadzenie przez nią działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu w mediach.

7.5. KOMUNIKACJA Z LIDERAMI OPINII

Każda grupa docelowa posiada swoich liderów opinii. Są to jednostki, które doskonale rozumieją daną grupę i które charakteryzują się szczególnym na nią wpływem. Liderzy opinii mają zróżnicowaną charakterystykę oraz przybierają różną postać, w tym:

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

Czasem dotarcie do danej grupy docelowej może być bardzo trudne. Przykładem może być dotarcie do młodzieży. Liderzy opinii, ze względu na siłę swojego oddziaływania i szczególną rolę w społecznościach mogą zapewnić bardziej efektywne dotarcie do takiej grupy docelowej.

By zapewnić np. lepsze dotarcie do młodzieży IZ będzie wykorzystywać wypracowane w minionej perspektywie kontakty z uczelniami i szkołami. Zaś w przypadku przedsiębiorców wykorzystywane będą działające w regionie łódzkim instytucje wspierające przedsiębiorców, takie jak np. Łódzka Agencja Rozwoju Regionalnego, Fundacja Rozwoju Przedsiębiorczości, Izby Gospodarcze czy NGO.

8. OCENA EFEKTÓW STRATEGII

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

8.1. OCENA REALIZACJI CELÓW STRATEGII

Dane dla wskaźników rezultatu strategicznego – w zakresie wskazanym przez Strategię komunikacji polityki spójności – w latach 2016, 2018 oraz najpóźniej w roku poprzedzającym sprawozdanie końcowe zostaną przekazane IZ przez IK UP na podstawie przeprowadzanych przez IK UP badań na próbie mieszkańców województwa.

Efekty *Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020* są oceniane w oparciu o:

- Sprawozdania z rocznych planów działań informacyjnych i promocyjnych dla RPO WŁ 2014-2020.

- Badania skuteczności i efektywności prowadzonych działań, przeprowadzone przez IZ. IZ przeprowadzi takie badania przynajmniej trzykrotnie w trakcie trwania perspektywy, na potrzeby sprawozdań w 2017 i 2019 roku oraz sprawozdania końcowego.

Tabela 2. System wskaźników oceniających stopień realizacji celów Strategii komunikacji programu.

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Instytucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
Komunikacja Funduszy Europejskich w województwie łódzkim wspomaga wykorzystanie środków europejskich dla realizacji celów rozwojowych regionu.	Realizacja celu nadrzędnego strategii jest mierzona poziomem realizacji celów szczegółowych wynikających z celu nadrzędnego				Zbiorcza analiza poziomu wskaźników opisujących realizację celów szczegółowych	Corocznie	IZ		
Komunikacja Funduszy Europejskich aktywizuje mieszkańców województwa łódzkiego w ubieganiu się o wsparcie z FE w ramach RPO Wł 2014-2020	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania w województwie łódzkim	Liczba zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu (w rozumieniu CPR, zał. XII pkt 2.1.2 b – „jedno szeroko zakrojone działanie informacyjne rocznie”), promujących część lub cały program operacyjny, skierowanych do minimum 2 grup docelowych i wykorzystujących minimum 3 narzędzia komunikacji, przy czym wszystkie te działania są realizowane pod wspólnym komunikatem, dotyczącym możliwości finansowania w województwie	Sztuka	Produktu	Monitoring RPO	Corocznie	IZ	0	3
	Liczba odwiedzin portalu informacyjnego/serwisu internetowego RPO oraz stron IP	Do wartości wskaźnika wliczana jest liczba odwiedzin danego portalu/serwisu internetowego poświęconego danemu programowi, lub odwiedzin wszystkich zakładek/podzakładek/stron poświęconych danemu programowi, jeśli portal obejmuje szerszą tematykę, w danym przedziale czasowym. Odwiedziny są rozumiane jako grupa interakcji zachodzących w witrynie w danym przedziale czasowym. Odwiedziny mogą obejmować wiele odsłon stron, zdarzeń i mogą trwać od sekundy do 24 godzin. Pojedynczy użytkownik może zainicjować wiele odwiedzin. Wygasają one po 30 minutach bezczynności użytkownika oraz o północy. Na potrzeby monitoringu odwiedzalności strony danej IP, statystyki powinny odnosić się do wszystkich zakładek/podzakładek/stron dot. danej instytucji, a nie do całości portalu.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	Monitoring RPO	Corocznie	IZ	0	4.500.000

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Instytucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w województwie łódzkim w ramach programu	Obliczając wartość wskaźnika należy zsumować wszystkich uczestników wszystkich form szkoleniowych dla potencjalnych beneficjentów (tj. szkoleń, warsztatów, seminariów, kursów itp.). Dana osoba powinna zostać policzona tyle razy w ilu szkoleniach wzięła udział.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	Monitoring RPO	Corocznie	IZ	0	16.800
	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa łódzkiego dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego	Liczba wszystkich konsultacji udzielonych w punktach informacyjnych, z wyłączeniem spotkań informacyjnych i szkoleń. Jako konsultacja rozumiane jest zasięgnięcie informacji u pracownika punktu informacyjnego w zakresie: możliwości uzyskania wsparcia z Funduszy Europejskich, zagadnień związanych z realizacją projektów finansowanych z FE oraz generalnych zasad funkcjonowania FE.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	Dane z MFiPR	Corocznie	IK UP	Dane z MFiPR	74.265
	Znajomość w województwie łódzkim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z FE	Odsetek mieszkańców województwa znających co najmniej 3 przykładowe grupy potencjalnych beneficjentów FE w ramach polityki spójności.	%	Rezultatu strategicznego	Dane z MFiPR	Corocznie – próby mieszkańcó w województw – na potrzeby sprawozdań 2017,2019 i końcowego	IK UP	36%	45%
Komunikacja Funduszy Europejskich wspiera w województwie łódzkim beneficjentów RPO Wł 2014-2020 w realizacji projektów	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa łódzkiego dot. realizacji projektów	Liczba wszystkich konsultacji udzielonych w punktach informacyjnych, z wyłączeniem spotkań informacyjnych i szkoleń. Jako konsultacja rozumiane jest zasięgnięcie informacji u pracownika punktu informacyjnego w zakresie: możliwości uzyskania wsparcia z Funduszy Europejskich, zagadnień związanych z realizacją projektów finansowanych z FE oraz generalnych zasad funkcjonowania FE.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	Dane z MFiPR	Corocznie	IK UP	Dane z MFiPR	779
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w województwie łódzkim	Obliczając wartość wskaźnika należy zsumować wszystkich uczestników form wszystkich szkoleniowych dla beneficjentów (tj. szkoleń, warsztatów, seminariów, kursów itp.). Dana osoba powinna zostać policzona tyle razy w ilu szkoleniach wzięła udział.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	Monitoring RPO	Corocznie	IZ	0	8.400

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Instytucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa łódzkiego informację na temat projektów współfinansowanych z FE	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego w województwie łódzkim	Liczba zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu (w rozumieniu CPR, zał. XII pkt 2.1.2 b – „jedno szeroko zakrojone działanie informacyjne rocznie”), promujących część lub cały program operacyjny, skierowanych do minimum 2 grup docelowych i wykorzystujących minimum 3 narzędzia komunikacji, przy czym wszystkie te działania są realizowane pod wspólnym komunikatem, dotyczącym osiągnięć programu operacyjnego w województwie łódzkim	Sztuka	Produktu	Monitoring RPO	Corocznie	IZ	0	6
	Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w województwie łódzkim	Odsetek mieszkańców województwa, deklarujących znajomość pojęcia "Fundusze Europejskie" lub "Fundusze Unijne"	%	Rezultatu strategicznego	Dane z MFIPR	Corocznie – próby mieszkańcó w województw – na potrzeby sprawozdań 2017,2019 i końcowego	IK UP	92%	96%
	Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczane są FE w województwie	Odsetek mieszkańców województwa znających co najmniej 3 przykładowe cele, obszary lub działania, na które przeznaczone są FE w województwie w ramach polityki spójności.	%	Rezultatu strategicznego	Dane z MFIPR	Corocznie – próby mieszkańcó w województw – na potrzeby sprawozdań 2017,2019 i końcowego	IK UP	41%	49%
	Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa łódzkiego	Odsetek mieszkańców województwa, deklarujących dostrzeganie w swym najbliższym otoczeniu obszarów lub projektów wspieranych z FE w ramach polityki spójności	%	Rezultatu strategicznego	Dane z MFIPR	Corocznie – próby mieszkańcó w województw – na potrzeby sprawozdań 2017,2019 i końcowego	IK UP	73%	82%

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Instytucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy FE w województwie łódzkim	Odsetek mieszkańców województwa dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa łódzkiego	Odsetek mieszkańców województwa dostrzegających wpływ Funduszy Europejskich na rozwój województwa	%	Rezultatu strategicznego	Dane z MFIPR	Corocznie – próby mieszkańcó w województw – na potrzeby sprawozdań 2017,2019 i końcowego	IK UP	84%	92%
	Odsetek mieszkańców województwa łódzkiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich	Odsetek mieszkańców województwa uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich lub ze zmian, jakie zachodzą dzięki Funduszom	%	Rezultatu strategicznego	Dane z MFIPR	Corocznie – próby mieszkańcó w województw – na potrzeby sprawozdań 2017,2019 i końcowego	IK UP	59%	65%

8.2. OCENA BIEŻĄCA DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH

W celu zachowania trafności (adekwatności), jakości, użyteczności, skuteczności i efektywności realizowanych działań będzie dokonywana ich bieżąca ocena. Pozwoli to w odpowiednim czasie na ich skorygowanie i ewentualną modyfikację. Wyniki oceny stanowiąc będą również ważny element wymiany doświadczeń pomiędzy instytucjami.

Przykładowe kryteria oceny jakości, użyteczności i efektywności dla wybranych grup działań:

Szkolenia i działania edukacyjne

- ocena jakości szkoleń i analiza potrzeb szkoleniowych, mierzona poprzez ankietę po zakończeniu szkolenia wśród uczestników (plus analiza ankiet);
- ocena przydatności szkolenia poprzez testy wiedzy przed i po szkoleniu;

Publikacje drukowane, elektroniczne i treści na stronach internetowych

- wskaźnik FOG przystępności tekstu, publikowanego na stronach internetowych, w publikacjach, broszurach, wytycznych i instrukcjach dla beneficjentów;

Wsparcie procesu aplikowania i realizacji projektu

- udział złożonych wniosków o dofinansowanie, poprawnych pod względem formalnym do łącznej liczby wszystkich złożonych wniosków;
- odsetek beneficjentów, którzy przynajmniej dobrze oceniają udzieloną im pomoc w ubieganiu się o środki oraz w trakcie realizacji projektów;

Strony internetowe i media społecznościowe

- liczba unikalnych użytkowników danego portalu/serwisu internetowego, z uwzględnieniem danych o odwiedzalności tej strony;
- wskaźnik odrzuceń (*bounce rate*) na stronie internetowej, mierzący liczbę użytkowników, którzy po wejściu na stronę nie podjęli żadnej akcji;
- wskaźniki konwersji – np. ilu użytkowników zapisało się do *newsletter'a*;
- liczba komentarzy i podzielenie się treścią (*share*) w mediach społecznościowych;

Kampanie informacyjno-promocyjne w tym kampanie medialne

- raport wykonawcy zawierający informację m.in. o CPP (koszcie dotarcia kampanii do grupy docelowej), GRP (intensywności kampanii), *REACH* (zasięgu kampanii), *AFFINITY INDEX* (stopniu dopasowania danego medium do grupy docelowej).

Wyniki oceny realizowanych działań w ramach programu będą przekazywane corocznie IK UP, a także będą przedmiotem wymiany doświadczeń z innymi instytucjami w systemie wdrażania FE.

8.3. MONITORING DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH

Monitoring służy weryfikacji postępu realizacji planów działań, ale również stanowi źródło informacji do późniejszej oceny i ewaluacji działań informacyjno-promocyjnych. System monitoringu *Strategii* obejmuje wybrane wskaźniki na temat podejmowanych działań informacyjno-promocyjnych. Dane monitoringowe z realizacji programu są zbierane i przekazywane corocznie IK UP.

8.4. SPRAWOZDAWCZOŚĆ

IZ we współpracy z IP opracowuje sprawozdania z przeprowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych w poprzednim roku. Sprawozdania są przekazywane do IK UP w celu uzyskania opinii na temat ich zgodności ze *Strategią komunikacji Polityki Spójności na lata 2014-2020* i *Strategią komunikacji programu* oraz pod kątem wykonania rocznego planu działań.

Na podstawie sprawozdania IZ corocznie informuje Komitet Monitorujący o:

- postępach we wdrażaniu *Strategii*,
- analizie efektów działań informacyjnych i promocyjnych.

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

9. RAMOWY HARMONOGRAM

Tabela 3. Ramowy harmonogram na lata 2014-2023.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Komunikacja wewnętrzna										
Koordinacja działań komunikacyjnych										
Informowanie opinii publicznej o uruchomianiu UP i programów 2014-2020										
Informowanie opinii publicznej o uruchomianiu UP i programów 2021-2027										
Aktywizacja społeczeństwa do ubiegania się o wsparcie z FE										
Wsparcie beneficjentów w realizacji projektów										
Informacja na temat projektów współfinansowanych z FE										
Prezentowanie efektów wdrażania FE okresu 2007-2013										
Prezentowanie efektów wdrażania FE okresu 2014-2020										
Monitoring i ocena										

10. ROCZNA AKTUALIZACJA DZIAŁAŃ

Z przepisów załącznika XII rozporządzenia ramowego wynika obowiązek rocznej aktualizacji części *Strategii* dotyczącej działań z zakresu informacji i promocji, które mają być przeprowadzone w kolejnym roku. Działania stanowią załączniki do *Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020*.

11. WIZUALIZACJA

Wizualizacja marki Fundusze Europejskie stanowi kontynuację linii graficznej przyjętej dla Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013. Znak (logo) marki Fundusze Europejskie stanowią łącznie:

- znak graficzny (sygnet) oraz
- graficzna forma nazwy „Fundusze Europejskie” (logotyp).



**Fundusze
Europejskie**

W przypadku Programu logotyp zawiera nazwę Program Regionalny.



Wizualizację Programu uzupełnia logotyp województwa łódzkiego.

Od 1 stycznia 2021 r. w ramach działań komunikacyjnych dla Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego 2014-2020, Instytucja Zarządzająca rekomenduje wykorzystanie poniższego logotypu (ostateczna wersja nowej wizualizacji zostanie zamieszczona po uzyskaniu akceptacji ZWŁ).



Logotyp „promuje łódzkie” jest nadal dopuszczalną formą oznaczenia projektów i promocji ich dla projektów ⁶ Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego 2014-2020



Szczegółowa charakterystyka systemu identyfikacji wizualnej oraz zasady stosowania oznaczeń obowiązujących podmioty i beneficjentów zaangażowanych w realizację polityki spójności zawiera *Księga identyfikacji wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020*, stanowiąca odrębny dokument. Została ona opracowana przez Instytucję Koordynującą Umowę Partnerstwa w zakresie informacji i promocji dla wszystkich programów polityki spójności. Jest zgodna z zapisami Rozporządzenia wykonawczego Komisji (UE) nr 821/2014 z dnia 28 lipca 2014 r. ustanawiającego zasady stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013 w zakresie szczegółowych uregulowań dotyczących transferu wkładów z programów i zarządzania nimi, przekazywania sprawozdań z wdrażania instrumentów finansowych, charakterystyki technicznej działań informacyjnych i komunikacyjnych w odniesieniu do operacji oraz systemu rejestracji i przechowywania danych.

IZ oraz IP przy realizacji działań informacyjno-promocyjnych będą wykorzystywać, jako uzupełnienie ww. systemu, System Identyfikacji Wizualnej Województwa Łódzkiego, przyjęty Zarządzeniem nr 29/13 Marszałka Województwa Łódzkiego z dnia 14.05.2013 r. w sprawie wprowadzenia Systemu Identyfikacji Wizualnej Województwa Łódzkiego w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Łódzkiego z późn. zm.

⁶ W związku z wprowadzeniem nowej wizualizacji i logotypu dla Województwa Łódzkiego (uchwała Zarządu Województwa Łódzkiego nr 1183/20 z dnia 30.11.2020 r., Instytucja Zarządzająca RPO WŁ wprowadza niniejszą zmianę. Jednak w celu zapobieżenia problemom, które mogą spotkać beneficjentów realizujących projekty z perspektywy 2014-2020, oraz końcem tej perspektywy – dopuszcza się stosowanie logotypu „promuje łódzkie”

12. SZACUNKOWY BUDŻET NA REALIZACJĘ STRATEGII

Szacunkowy budżet na realizację Strategii komunikacji RPO WŁ 2014-2020 wynosi 11 767 235⁷ EUR (w tym dotacja 10 002 150 euro, wkład własny 1 765 085 euro), co stanowi równowartość 52 060 601 zł⁸.

W tym:

Działanie XII.3 Potencjał beneficjentów 2 126 255 euro (kwota dotacji 85%)

Działanie XII.4 Informacja i promocja 7 875 895 euro (kwota dotacji 85%)

Do dnia 30.06.2020 r. rozdysponowano 4 867 816,23 euro⁹ (w tym 4 137 643,30 euro dotacji)

W tym:

Działanie XII.3 Potencjał beneficjentów 467 660,73 euro (kwota dotacji 85%)

Działanie XII.4 Informacja i promocja 3 669 982,57 euro (kwota dotacji 85%)

Tabela 4. Szacunkowy budżet na realizację Strategii

Instytucja	Dofinansowanie z UE	Wkład własny	Szacunkowy budżet na realizację Strategii komunikacji RPO WŁ 2014-2023
IZ	39 857 010 zł	7 033 591 zł	46 890 601 zł
IP - COP	2 337 500 zł	412 500 zł	2 750 000 zł
IP - WUP	2 057 000 zł	363 000zł	2 420 000 zł
łącznie	44 251 510 zł	7 809 091 zł	52 060 601 zł

13. WYKAZ STOSOWANYCH SKRÓTÓW I NAZW

COP – Centrum Obsługi Przedsiębiorcy,

EFRR – Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego,

EFS – Europejski Fundusz Społeczny,

Event – zdarzenie zaplanowane i zorganizowane pod kątem ściśle określonego celu. Ten cel determinuje rodzaj wydarzenia, uczestników, miejsce, czas i niezbędne środki,

FE – Fundusze Europejskie,

IK – Instytucja Koordynująca,

⁷ Niniejsza kwota uwzględnia budżet działań nr XII.3 (które nie było wcześniej uwzględnione w Strategii...), XII.4 oraz zwiększenie budżetu po renowacjach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020 w 2020 roku.

⁸ Jako przelicznik zastosowano kurs wymiany EBC, EUR/PLN z przedostatniego dnia pracy Komisji Europejskiej miesiąca poprzedzającego miesiąc dokonywania przeliczenia, czyli z dnia 28 maja 2020 r. o wartości 1 EUR = 4,4242 PLN

⁹ W związku z aktualizacją niniejszego dokumentu oraz różnymi kursami euro przy składaniu wniosków o płatność od początku realizacji projektu (2015) przeliczono posiadane środki na euro wg kursów euro dla poszczególnych wniosków o płatność na dzień 30.06.2020 r.

IP – Instytucja Pośrednicząca,

IZ – Instytucja Zarządzająca,

MiIR – Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju Regionalnego (Obecnie Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej),

MFiPR – Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej,

Newsletter – elektroniczna forma biuletynu - czasopisma rozsyłanego za pomocą poczty elektronicznej do prenumeratorów,

PFE – Portal Funduszy Europejskich,

PIFE – Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich albo Punkt Informacyjny Funduszy Europejskich,

PM – Departament Promocji w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Łódzkiego,

PMV – Wydział Komunikacji Funduszy Europejskich w Departamencie Promocji

Program – Regionalny Program Operacyjny Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020

PS – Polityka Spójności,

CPR - Rozporządzenie ramowe - Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. ustanawiające wspólne przepisy dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności, Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz ustanawiające przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności i Europejskiego Funduszu Morskiego

i Rybackiego oraz uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006,

RPO WŁ 2014-2020 – Regionalny Program Operacyjny Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020,

Serwis programu – strona poświęcona Regionalnemu Programowi Operacyjnemu Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020, www.rpo.lodzkie.pl,

Strategia – Strategia komunikacji programu – Strategia komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Łódzkiego na lata 2014-2020,

UP – Umowa Partnerstwa,

WUP – Wojewódzki Urząd Pracy w Łodzi,

ZIT – Zintegrowane Inwestycje Terytorialne.

14.SPIS ILUSTRACJI

Rys. 1. Schemat organizacyjny komórek zaangażowanych we wdrażanie Strategii komunikacji programu.....	7
Rys. 2. System wspierania potencjalnych beneficjentów i beneficjentów.....	18

15.SPIS TABEL

Tabela 1. Przykładowe narzędzia komunikacji.....	11
Tabela 2. System wskaźników oceniających stopień realizacji celów <i>Strategii komunikacji programu</i>	22
Tabela 3. Ramowy harmonogram na lata 2014-2023.....	26
Tabela 4. Szacunkowy budżet na realizację Strategii.....	27

Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego

www.rpo.lodzkie.pl
www.funduszeuropejskie.gov.pl

Egzemplarz bezpłatny

