

Załącznik nr 1 do Wytycznych
w zakresie informacji i promocji
programów operacyjnych polityki
spójności na lata 2014-2020

Wzór
Rocznego planu działań
informacyjnych i promocyjnych
na ... r.
dla ... (pełna nazwa programu)

WŁAŚCIWE ZESTAWIENIE ZNAKÓW

Spis treści:

1. Wstęp.....	3
2. Podstawy opracowania Roczno-go planu działań	3
2.1. Kluczowe dokumenty	3
2.2. Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji	3
2.3. Wyniki badań i analiz	3
3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku	3
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok... ..	43
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji	87
6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu....	98
1. Wstęp.....	3
2. Podstawy opracowania Roczno-go planu działań	3
2.1. Kluczowe dokumenty	3
2.2. Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji	3
2.3. Wyniki badań i analiz	3
3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku	3
4. Ramowe wytyczne komunikacyjne na rok... ..	3
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji	7
6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu	8

1. Wstęp

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych dla (nazwa dokumentu: Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 lub Strategii komunikacji + nazwa programu operacyjnego) (zwany dalej Rocznym planem działań, w skrócie RPD) jest dokumentem o charakterze operacyjnym, przygotowanym przez (nazwa w systemie wdrażania FE, np. IZ POIRRPO WP), na potrzeby realizacji w r. zapisów ww. (nazwa dokumentu, jak powyżej). (Ewentualne doszczegółowienie na temat tego, że RPD obejmuje działania realizowane przez IZ oraz IP, przy czym odpowiedzialność za koordynację działań IP spoczywa na IZ/IK UP).

Dokument określa podstawy i sposoby realizacji zadań informacyjnych i promocyjnych, poświęconych (nazwa programu, lub w przypadku IK – polityki spójności i KPO), wymienia i opisuje najważniejsze działania komunikacyjne prowadzone przez (nazwa instytucji), ich cele, ramy czasowe oraz szacunkowy budżet.

Dane kontaktowe do podmiotu odpowiedzialnego za sporządzenie RPD:

nazwa instytucji – adres – kod pocztowy – miasto – e-mail – numer telefonu – imię i nazwisko osoby do kontaktu – jej numer telefonu – jej e-mail

2. Podstawy opracowania Roczno planu działań

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

2.1. Kluczowe dokumenty

- Wytyczne ministra właściwego do spraw rozwoju regionalnego w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020,
- Strategia komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020
- Strategia komunikacji programu
- ~~Roczny Plan Działania IK UP (tylko w przypadku RPD Strategii programowej)~~

Ewentualnie wymienić pozostałe dokumenty, wykorzystane do opracowania RPD

2.2. Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji

Cel strategiczny dla danego programu (wskazany w strategii komunikacji) - ...

Cel nadrzędny Strategii komunikacji

Cele szczegółowe Strategii komunikacji

2.3. Wyniki badań i analiz

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

3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku

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

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

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

4. ~~Ramowe wytyczne komunikacyjne~~ Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok...

Uzupełnia IK lub IZ RPO lub IP KPO, zgodnie z rozdz. 5.1, pkt ~~2 lub 4~~ i 7 Wytycznych w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020.

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

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

Opis działania, w tym:

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

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
1. Koordynacja, w tym badania i ewaluacja, wymiana doświadczeń							
<u>1.1</u>	Koordynacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji			Działania koordynacyjne (w tym współpraca i nadzór nad IP)			Sformatowana tabela
<u>1.2</u>	Udział w grupach			Grupa Sterująca ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich			zł
				Grupa robocza IZ-IP ds. informacji i promocji			zł
<u>1.3</u>	Współpraca międzynarodowa						Sformatowana tabela
<u>1.4</u>	Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy			Badanie społeczne			zł
				Ewaluacja			zł
<u>1.5</u>	Inne						Sformatowana tabela
2. Działania informacyjne							
<u>2.1</u>	System informacji - sieć PIFE	<i>W RPD RPO: informacja:</i>		<p>Sieć PIFE w województwie ... prowadzona jest w ramach umowy o numerze ... między MliR a Województwem W województwie funkcjonuje główny punkt w...(nazwa miejscowości) i ... (ile?) punktów lokalnych w następujących miejscowościach: ... Szczegółowe plany realizacji tego działania na dany rok są przedstawiane we Wniosku o przyznanie dotacji celowej na ... r. Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z MliR. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy.</p> <p><i>W RPD nie należy zamieszczać działań zrealizowanych w ramach Sieci PIFE i we współpracy z Siecią PIFE. Szczegóły dotyczące tych działań zostaną wykazane we Wniosku o przyznanie dotacji celowej na rok.</i></p>			
<u>2.2</u>	Portale i serwisy internetowe						zł

<u>Lp.</u>	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
<u>2.3</u>	<u>Baza wiedzy¹</u>						
<u>2.4</u>	<u>Mapa dotacji²</u>						
<u>2.5</u>	<u>Wyszukiwarka Dotacji³</u>						
<u>2.6</u>	Inne						zł
3. Działania edukacyjne							
<u>3.1</u>	Szkolenia dla beneficjentów ⁴						zł
<u>3.2</u>	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów ⁵						zł
<u>3.3</u>	Inne						
4. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w Internecie							
<u>4.1</u>	Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu			Szczegóły znajdują się w tabeli 3.			
<u>4.2</u>	Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)			Audycje <i>Prosimy o uwzględnienie działań niebędących częścią działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu⁶. Opis wszystkich działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu należy umieścić w tabeli nr 3.</i>			zł
				Spoty Jw.			zł

¹ Administracja zespołami programu w Bazie Wiedzy o Funduszach Europejskich.

² Uzupełnianie informacji o projektach w Mapie Dotacji UE.

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

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

⁵ Jw.

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

Sformatowano: Czcionka: (Domyślny)
Arial, 8 pkt

Sformatowano: Czcionka: (Domyślny)
Arial

Sformatowano: Czcionka: (Domyślny)
Arial

<u>Lp.</u>	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
<u>4.3</u>	Radio (audycje sponsorowane, reklamy)			Audycje Jw.			zł
				Spoty Jw.			zł
<u>4.4</u>	Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)			Jw.			zł
<u>4.5</u>	Internet (sponsorowane publikacje, reklamy, media społecznościowe)			Publikacje w Internecie ⁷ Jw.			zł
				Reklamy Jw.			zł
<u>4.6</u>	inne			Jw.			zł
5. Imprezy otwarte i inne							
<u>5.1</u>	Eventy, pikniki, festyny						zł
<u>5.2</u>	Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy itp.						zł
<u>5.3</u>	Inne						zł
6. Konkursy							
<u>6.1</u>	Konkursy promocyjne						zł
<u>6.2</u>	Inne						zł
7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych							
<u>7.1</u>	Publikacje (drukowane i elektroniczne)			<i>Oprócz informacji z „minimum”, również sposób dystrybucji.</i>			zł
<u>7.2</u>	Materiały promocyjne typu gadżety			<i>Oprócz informacji z „minimum”, również sposób dystrybucji w grupach docelowych.</i>			zł
<u>7.3</u>	Materiały brandingowe i wystawiennicze, np. rollupy, ścianki						zł

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

<u>Lp.</u>	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
<u>7.4</u>	Inne						zł
ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU						PLN

Sformatowana tabela

5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji

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

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

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

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2015	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2016	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2017	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2018	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2019	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2020	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2021	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2022	Wartość docelowa na koniec roku 2023
Cel 1	Wskaźnik 1										
	Wskaźnik 2										
Cel 2	Wskaźnik n										
Cel 3											
Cel 4											

6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

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

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

Tabela 3 Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania		
2. Nazwa działania		
3. Główny komunikat		
4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte)		
5. Opis działania		
a) Skrótowy opis działania		
b) Grupa docelowa (<u>np. przedsiębiorcy, osoby bezrobotne, jednostki samorządu terytorialnego</u>)		
c) Zasięg terytorialny działania		
d) Narzędzia⁸ oraz szczegółowy budżet	Audycje telewizyjne <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i> PLN
	Spoty telewizyjne <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i> PLN
	Audycje radiowe <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i> PLN
	Spoty radiowe <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i> PLN
	Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe <i>Tytuł prasowy, rodzaj publikacji, tematyka</i> PLN
	Publikacje w internecie <i>Nazwa portalu, tematyka</i> PLN
	Reklamy w internecie <i>Nazwa portalu, rodzaj narzędzia, tematyka</i> PLN
	Ambient, OOH, inne <i>Rodzaj narzędzia, tematyka</i> PLN
	BUDŻET ŁĄCZNIE PLN
	e) Termin realizacji	
f) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	Telewizja, np. m.in. Zasięg w GRP Zasięg 1+	

⁸ Elementy: nazwy stacji/ grupy stacji, liczba emisji, tytuły prasowe oraz nazwy portalu należy podać, jeśli są znane na tym etapie.

	<p>Zasięg efektywny (np. zasięg 3+)</p> <p>Kampania radiowa, np. m.in. Zasięg w GRP Zasięg 1+ Zasięg efektywny (np. zasięg 3+)</p> <p>Prasa ...</p> <p>Internet ...</p> <p>Inne ...</p>												
<p>6. Uzasadnienie działania</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>który cel/cele ze strategii realizują te działania</i> • <u>uzasadnienie realizacji działania</u> • <u>czy działanie uwzględnia w nawiązaniu do efektywnościowych efektywnościowe zasady efektywnościowe prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych, o których mowa w Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 (właściwe zaznaczyć):-</u> <table border="0"> <tr> <td><u>1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu</u></td> <td><u>TAK/NIE</u></td> </tr> <tr> <td><u>2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji</u></td> <td><u>TAK/NIE</u></td> </tr> <tr> <td><u>3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej</u></td> <td><u>TAK/NIE</u></td> </tr> <tr> <td><u>4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej</u></td> <td><u>TAK/NIE</u></td> </tr> <tr> <td><u>5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego</u></td> <td><u>TAK/NIE</u></td> </tr> <tr> <td><u>6. Zasada uzupełniania się komunikatów</u></td> <td><u>TAK/NIE</u></td> </tr> </table> <p>✓ <u>Zasada</u> <i>Uzasadnienie</i></p> <p>✓ <u>Zasada</u> <i>Uzasadnienie</i></p> <p>...</p> <ul style="list-style-type: none"> • <i>opcjonalnie inne istotne informacje, np. ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami, zaangażowanie beneficjentów, współpraca z partnerami</i> 	<u>1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu</u>	<u>TAK/NIE</u>	<u>2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji</u>	<u>TAK/NIE</u>	<u>3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej</u>	<u>TAK/NIE</u>	<u>4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej</u>	<u>TAK/NIE</u>	<u>5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego</u>	<u>TAK/NIE</u>	<u>6. Zasada uzupełniania się komunikatów</u>	<u>TAK/NIE</u>
<u>1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu</u>	<u>TAK/NIE</u>												
<u>2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji</u>	<u>TAK/NIE</u>												
<u>3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej</u>	<u>TAK/NIE</u>												
<u>4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej</u>	<u>TAK/NIE</u>												
<u>5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego</u>	<u>TAK/NIE</u>												
<u>6. Zasada uzupełniania się komunikatów</u>	<u>TAK/NIE</u>												
<p>7. Osoba do kontaktu</p>	<p>Imię i nazwisko: Numer telefonu: Adres mailowy:</p>												

Sformatowano: Numerowanie + Poziom: 1 + Styl numeracji: 1, 2, 3, ... + Rozpocznij od: 1 + Wyrównanie: Na lewo + Wyrównanie: 0,63 cm + Wcięcie: 1,27 cm

Sformatowano: Wcięcie: Z lewej: 1,27 cm

Sformatowano: Numerowanie + Poziom: 1 + Styl numeracji: 1, 2, 3, ... + Rozpocznij od: 1 + Wyrównanie: Na lewo + Wyrównanie: 0,63 cm + Wcięcie: 1,27 cm