

Strategia komunikacji zgodna z założeniami Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020

Regionalny Program Operacyjny  
Województwa Kujawsko-Pomorskiego  
na lata 2014-2020

# Strategia komunikacji

Toruń, 2015 r.

# Spis treści

Wstęp.....	4
1. Określenie sytuacji wyjściowej .....	4
1.1 Analiza sytuacji wyjściowej .....	4
1.2 Podstawy prawne opracowania strategii .....	7
1.3 Prace nad dokumentem .....	7
1.4 Instytucje odpowiedzialne za opracowanie i wdrożenie Strategii .....	7
2. Cele komunikacji programu na lata 2014-2020 .....	10
2.1 Cel nadrzędny (długofalowy) .....	10
2.2 Cele szczegółowe.....	10
3. Główny komunikat .....	10
4. Stosowanie głównego komunikatu programu w działaniach informacyjno-promocyjnych .....	11
4.1 Komunikaty uzupełniające programu .....	11
4.2 Perspektywy prezentacji korzyści oraz styl komunikacji .....	12
5. Grupy docelowe i sposoby komunikacji z nimi .....	12
5.1 Segmenty grup docelowych .....	12
5.2 Grupy docelowe programu .....	12
5.3 Mechanizm komunikacji .....	13
5.4 Zapewnienie szerokiego, wielokanałowego i użytecznego dostępu do pomocy.....	13
5.4.1 Opis systemu wsparcia potencjalnych beneficjentów.....	16
5.4.2 Opis systemu wsparcia beneficjentów .....	17
5.5 Podstawowe kanały informacji.....	18
5.6 Komunikacja z osobami z różnymi niepełnosprawnościami .....	19
6. Koordynacja komunikacji funduszy europejskich .....	20
6.1 Współpraca przy działaniach komunikacyjnych obejmujących wszystkie fundusze uwzględnione w Umowie Partnerstwa.....	20
6.2 Komunikacja wewnętrzna między instytucjami wdrażającymi dany program .....	21
6.3 Zasady prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych .....	22
7. Realizacja działań informacyjno-promocyjnych w partnerstwie .....	22
7.1 Wspieranie potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w działaniach informacyjno- promocyjnych .....	22
7.2 Współpraca z partnerami .....	24
7.3 Komunikacja z mediami .....	25
7.4 Komunikacja z liderami opinii .....	26
8. Ocena efektów strategii.....	26
8.1 Ocena realizacji celów Strategii .....	27
8.2 Ocena bieżąca działań informacyjnych i promocyjnych .....	32
8.3 Monitoring działań informacyjnych i promocyjnych.....	33
8.4 Sprawozdawczość .....	33

<b>9. Ramowy harmonogram .....</b>	<b>33</b>
<b>10. Roczna aktualizacja działań.....</b>	<b>34</b>
<b>11. Wizualizacja .....</b>	<b>34</b>
<b>12. Szacunkowy budżet na realizację strategii na lata 2014-2023 .....</b>	<b>35</b>
<b>13. Wykaz skrótów, spis tabel .....</b>	<b>35</b>

# Wstęp

Działania informacyjne i promocyjne to elementy wspierające realizację Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020. Przyczyniają się one do jak najpełniejszego i najskuteczniejszego wykorzystania możliwości, jakie dają środki finansowe z Unii Europejskiej. Ważną rolą działań promocyjnych i informacyjnych jest stworzenie pozytywnego wizerunku funduszy europejskich w społeczeństwie. Prezentacja pozytywnych aspektów realizacji programu oraz rzetelne informacje przekazywane beneficjentom na wszystkich etapach realizacji projektu umożliwiają sprawne wdrażanie programu. Informacja musi przyjąć postać dwukierunkowego oddziaływania, interakcji, podczas której władze otrzymują i wykorzystują sygnały od obywateli. W krajach Unii Europejskiej kraje członkowskie, instytucje zarządzające, a także beneficjenci na mocy rozporządzenia ogólnego<sup>1</sup> zostali zobowiązani do prowadzenia polityki informacyjnej na temat funduszy.

*Strategia Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020* to podstawa prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych dla programu. Jest to dokument strategiczny, który określa cele, instrumenty i harmonogram działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych w latach 2014-2020. Ze względu na wieloletni okres realizacji programu ma on charakter ogólny i ramowy. Jego realizacja w poszczególnych latach oparta będzie o *Roczne plany działań w zakresie informacji i promocji*, zawierające szczegółowy zakres zadań przeznaczonych do realizacji.

## 1. Określenie sytuacji wyjściowej

### 1.1 Analiza sytuacji wyjściowej

Sytuacja wyjściowa związana z systemem informacji i promocji w województwie kujawsko-pomorskim została określona na podstawie przeprowadzonych w 2014 roku badań efektów działań informacyjno-promocyjnych. Przytoczone dane procentowe pochodzą (o ile nie wskazano inaczej) z załącznika do raportu końcowego z *Badania efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analizy społecznego odbioru tych działań - Edycja 2014* (badanie przeprowadzone na zlecenie Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju przez Realizacja Sp. z o.o.). Część wniosków zostało sformułowanych na podstawie rekomendacji zawartych w raporcie końcowym z ewaluacji działań informacyjno-promocyjnych w ramach RPO WK-P na lata 2007-2013 (badania przeprowadzone na zlecenie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-

---

<sup>1</sup> Ilekroć w Strategii przywoływane jest rozporządzenie ogólne chodzi o 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 (Dz. Urz. UE L 347 z 20.12.2013, str. 320).

Pomorskiego przez WYG PSDB Sp. z o.o.). Analiza powyższych źródeł oraz doświadczenia poprzedniego okresu programowania doprowadziły do następujących wniosków:

- 1) Mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego dostrzegają zmiany zachodzące dzięki Funduszom Europejskim. Na poziomie kraju dostrzega je 73% badanych, na poziomie województwa 65%, natomiast w życiu codziennym 43%. W porównaniu z danymi dla całego kraju mieszkańcy kujawsko-pomorskiego częściej dostrzegali zmiany w życiu codziennym. Jednocześnie *Ocena potencjału rynkowego marki RPO WK-P na lata 2007-2013* pokazuje, że osoby oczekujące zmian, sądzą przede wszystkim, że realizacja programu przyspieszy raczej rozwój województwa jako całości. A zatem pomimo relatywnie dobrego wyniku nadal należy kłaść duży nacisk na osobistą perspektywę odbiorcy przy tworzeniu komunikatów informacyjno-promocyjnych.
- 2) Znajomość określeń „Fundusze Unijne” lub „Fundusze Europejskie” w województwie kujawsko-pomorskim wynosi 87%. Jest to wynik zbliżony do tego, który można zaobserwować na poziomie całego kraju (90%). Deklarowany poziom rozumienia tych określeń jest jednak dużo niższy i wynosi 57% (63% w skali całego kraju). Wyniki te pokazują, że konieczne jest zwiększenie działań rozszerzających merytoryczną wiedzę na temat Funduszy Europejskich. Do takiego samego wniosku prowadzą również badania dotyczące bardziej szczegółowej wiedzy na temat możliwości uzyskania unijnego dofinansowania w województwie kujawsko-pomorskim, o czym mowa w kolejnych trzech punktach. Oprócz tego promując fundusze i poszczególne projekty w nowej perspektywie, należy skupiać się na grupach, które wykazują się słabszą znajomością znaczenia pojęcia Fundusze Europejskie. Najniższą znajomość znaczenia pojęcia Fundusze Europejskie deklarują w kujawsko-pomorskiem skrajne grupy wiekowe objęte badaniem - najmłodsza (15-24 lata) i najstarsza (60+), osoby z wykształcenie podstawowym i zawodowym, oraz emeryci i renciści, a także osoby niepracujące.
- 3) Większość (blisko 2/3) mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego nie jest w stanie podać żadnej nazwy Funduszy Europejskich, ani Programu Operacyjnego. Z określeniem Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego spotkało się 31% mieszkańców (analogiczne wyniki w skali kraju wynoszą średnio 39%). Jednym z wniosków, który się tu nasuwa jest konieczność skoncentrowania działań na promocji marki Fundusze Europejskie zamiast promocji nazwy programu.
- 4) Mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego istotnie gorzej od ogółu Polaków oceniają dostęp do rzetelnych i dokładnych informacji o FE (36% uważa, że jest to dość lub bardzo trudne, w przypadku ogółu Polaków wynik ten wynosi 30%). W kontekście oczekiwań informacyjnych mieszkańcy kujawsko-pomorskiego najchętniej dowiedzieliby się: „o szkoleniach, kursach itp. finansowanych z Funduszy Europejskich” (70%), „o tym, kto, na co i jak może uzyskać dotację z Funduszy Europejskich” (69%), „o tym, gdzie szukać bliższych informacji o Funduszach Europejskich” (68%) i „o tym, ile pieniędzy z Funduszy Europejskich pozostało oraz ile już zostało wydane” (68%), przy czym dwa ostatnie obszary były wymieniane wyraźnie częściej niż wśród ogółu Polaków (62% i 61%).
- 5) Mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego poproszeni o spontaniczne wskazanie celów, na które przeznaczane są Fundusze Europejskie w ich regionie najczęściej wskazywali na:

infrastrukturę komunikacyjną (62%), dotacje dla rolników (40%) oraz edukację (24%). Znacznie rzadziej pojawiały się odpowiedzi dotyczące obiektów sportowych, dotacji dla firm czy placów zabaw (po 14%). Wiele istotnych obszarów wsparcia (np. rozwój miast czy służba zdrowia) zostało wymienionych przez mniej niż 10% badanych. Żaden z ankietowanych nie wspominał o możliwości finansowania zwrotnego. Biorąc pod uwagę rozkład odpowiedzi, a także specyfikę RPO WK-P w nowej perspektywie, należy w nadchodzących latach zwrócić uwagę na słabo rozpoznawane przez mieszkańców formy wsparcia.

- 6) Jeśli chodzi o poziom wiedzy osób będących beneficjentami RPO WK-P w poprzedniej perspektywie finansowej, to jest on stosunkowo wysoki. Informacje powinny dotyczyć przede wszystkim kwestii, takich jak: przewidywane typy projektów do realizacji w latach 2014-2020 (34,5%) oraz sposoby rozliczenia projektu (20,2%).
- 7) Wizerunek RPO WK-P wśród ogółu mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego jest pozytywny. RPO WK-P kojarzy się m.in. z innowacyjnością, poprawą jakości życia i rozwojem. Główną wadą jest według większości badanych (60%) zbytnia biurokratyzacja.<sup>2</sup>
- 8) Doświadczenia poprzedniego okresu programowania wskazują, że w latach 2014-2020 należy położyć większy nacisk na wykorzystanie możliwości przekazywania informacji przez beneficjentów. Jest to liczna grupa mająca duży potencjał kształtowania pozytywnego wizerunku funduszy w opinii publicznej.
- 9) Badanie ewaluacyjne wskazuje na skuteczność działań związanych ze współpracą z mediami w starej perspektywie. Nie należy jednak zapominać o zmianach, które następują na rynku reklamowym. Wiążą się one m.in. ze spadkiem nakładów pism regionalnych oraz malejącą rolą regionalnego ośrodka TVP. W związku z tym w nowej perspektywie finansowej należy dążyć do stopniowego zmniejszania roli tradycyjnych mediów na rzecz Internetu oraz niestandardowych form komunikacji typu ambient.
- 10) Według badania ewaluacyjnego przeprowadzonego w 2014 roku działania informacyjno-promocyjne zrealizowane w ramach Planu Komunikacji RPO WK-P na lata 2007-2013 należy ocenić jako skuteczne, użyteczne i potencjalnie trwałe, chociaż nie zawsze w pełni efektywne. We wspomnianym badaniu przekazy informacyjno-promocyjne zostały ocenione jako zrozumiałe i atrakcyjne wizualnie, zwrócono jednak uwagę na fakt, że ich znaczna zmienność i zróżnicowanie mogły utrudniać budowanie rozpoznawalności marki RPO WK-P.
- 11) Badania wskazują na wyraźne zróżnicowanie jeśli chodzi o pozyskiwanie środków z RPO WK-P w gminach o różnej liczbie mieszkańców. Wskaźnik ten jest zdecydowanie mniejszy jeśli chodzi o przedsiębiorców z mniejszych miejscowości. Wiąże się to z potrzebą intensywniejszych działań informacyjno-promocyjnych w gminach wiejskich i miejsko-wiejskich.
- 12) Badania zlecone przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego w 2010 roku<sup>3</sup> pokazują, że ważnym problemem utrudniającym efektywną komunikację jest zbyt specjalistyczny język, którym pisane

---

<sup>2</sup> Dane pochodzą z badania Ewaluacja działań informacyjno-promocyjnych w ramach RPO WK-P na lata 2007-2013.

<sup>3</sup> „Anioły biznesu we mgle. Analiza języka tekstów o Funduszach Europejskich” prof. dr hab. Jan Miodek (Uniwersytet Wrocławski), dr Marek Maziarz (Politechnika Wroclawska), dr Tomasz Piekot (Uniwersytet Wrocławski), dr Marcin Poprawa (Uniwersytet Wrocławski), mgr Grzegorz Zarzeczny (Uniwersytet Wrocławski), Raport z badań zleconych przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego, 2010 r.

są dokumenty skierowane do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów, a także materiały przeznaczone do komunikacji w mediach. Język stosowany w tego typu komunikatach powinien być prosty, czytelny i powszechnie zrozumiały.

## **1.2 Podstawy prawne opracowania Strategii**

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 ogólnego. W oparciu o wspólną *Strategię komunikacji* Instytucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Kujawsko-Pomorskiego, zgodnie z przepisami art. 116 rozporządzenia ogólnego oraz zgodnie z zapisami rozdz. 5.6 „Informacja i promocja” Umowy partnerstwa oraz horyzontalnymi *Wytycznymi w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020* (rozdz. 3 podrozdział 2), opracowała *Strategię komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020*, będącą podstawą prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych dla programu.

Zapewnienie efektywnej informacji i promocji znajduje swoje podstawy również w Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020, w którym w zapisach Osi priorytetowej 12 Pomoc techniczna wprost określono, że wsparcie uzyskane w ramach programu ma przyczynić się w szczególności do spójnego systemu informacji, komunikacji i promocji RPO WK-P 2014-2020.

## **1.3 Prace nad dokumentem**

Projekt *Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego* został przygotowany przez Departament Promocji, Sportu i Turystyki. Następnie został skierowany do konsultacji z komórkami Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego, odgrywającymi ważną rolę w procesie komunikacji w zakresie odpowiadającym ich kompetencjom. Po konsultacjach oraz uwzględnieniu uwag projekt dokumentu został przesłany do IK UP do akceptacji a następnie został przedstawiony Zarządowi Województwa Kujawsko-Pomorskiego. Po uzyskaniu pozytywnej opinii został zaprezentowany Komitetowi Monitorującemu Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020.

## **1.4 Instytucje odpowiedzialne za opracowanie i wdrożenie Strategii**

W ramach Instytucji Zarządzającej Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Kujawsko-Pomorskiego komórką odpowiedzialną za opracowanie i wdrożenie regionalnej *Strategii komunikacji* oraz jej monitoring i ocenę, a także za realizację działań komunikacyjnych jest Departament Promocji, Sportu i Turystyki Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego.

Do najważniejszych zadań Departamentu Promocji, Sportu i Turystyki należy:

- przygotowanie, weryfikacja i aktualizacja *Strategii*;
- prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych w województwie w zakresie RPO WK-P;
- monitoring oraz ocena działań informacyjno-promocyjnych, w tym współpraca z Departamentem Rozwoju Regionalnego przy przeprowadzaniu badań ewaluacyjnych;
- koordynacja prac nad opracowaniem oraz opracowanie *Rocznych planów działań w zakresie informacji i promocji*;
- informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach finansowania w ramach programu oraz sposobach jego pozyskania;
- upowszechnianie informacji o projektach realizowanych w ramach RPO WK-P;
- koordynacja oraz nadzór nad Instytucją Pośredniczącą (Wojewódzkim Urzędem Pracy w Toruniu) w zakresie prowadzonych działań informacyjnych;
- koordynacja działań informacyjnych Instytucji Pośredniczącej (Miasta Bydgoszcz).

Urząd Marszałkowski Województwa Kujawsko-Pomorskiego  
 Departament Promocji, Sportu i Turystyki  
 Plac Teatralny 2  
 87-100 Toruń  
 tel. 56 62 18 477  
 e-mail: pw.sekretariat@kujawsko-pomorskie.pl

Ważną rolę w procesie komunikacji odgrywają również następujące komórki:

- Departament Rozwoju Regionalnego (w zakresie Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz Europejskiego Funduszu Społecznego) odpowiedzialny za:
  - tworzenie i konsultowanie dokumentów programowych, w tym wzorów wniosków aplikacyjnych, wytycznych;
  - zlecanie i przeprowadzanie we współpracy z Departamentem Promocji, Sportu i Turystyki badań ewaluacyjnych;
  - zapewnienie dostępu do materiałów informacyjnych i wzorów wniosków aplikacyjnych;
  - diagnozę potencjalnego beneficjenta i udzielanie informacji o możliwościach uzyskania wsparcia z RPO WK-P;
  - prowadzenie działań informacyjnych i doradczych dotyczących RPO WK-P;
  - koordynowanie działalności Lokalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich w województwie;
  - zapewnienie powszechnego dostępu do informacji o możliwościach uzyskania wsparcia w ramach RPO WK-P dla wszystkich grup docelowych.
- Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego i Departament Wdrażania Europejskiego Funduszu Społecznego odpowiedzialne za:
  - informowanie o kryteriach oceny i wyboru projektów oraz obowiązujących w tym zakresie procedurach;



- ogłaszanie naborów wniosków o dofinansowanie projektów;
- dostarczanie beneficjentom informacji potrzebnych do realizacji projektów na ich różnych etapach;
- dostarczanie informacji o projektach realizowanych w ramach RPO WK-P;
- publikacja list beneficjentów na stronie internetowej IZ RPO WK-P;
- nadzór nad przestrzeganiem przez beneficjentów zasad dotyczących stosowania środków informacyjnych i promocyjnych;
- informowanie o postępach we wdrażaniu i realizacji RPO WK-P;
- udzielanie konsultacji beneficjentom na temat właściwej realizacji i rozliczania projektów, w tym organizowanie szkoleń w ww. zakresie (dot. Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego).

W procesie informowania o Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Kujawsko-Pomorskiego uczestniczy również Biuro prasowe, które upowszechnia informacje na temat osiągnięć oraz projektów realizowanych w ramach RPO WK-P.

W opracowaniu i wdrożeniu regionalnej *Strategii komunikacji* oraz realizacji działań informacyjnych uczestniczą także Instytucje Pośredniczące RPO WK-P. W województwie kujawsko-pomorskim funkcję Instytucji Pośredniczących pełnią Wojewódzki Urząd Pracy w Toruniu w zakresie realizacji Priorytetu 8i i 8v oraz Miasto Bydgoszcz w zakresie zadań związanych z realizacją instrumentu Zintegrowane Inwestycje Terytorialne Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020.

Do najważniejszych zadań Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Toruniu w zakresie informacji należy:

- współpraca przy tworzeniu *Rocznych planów działań w zakresie informacji i promocji*;
- informowanie o kryteriach oceny i wyboru projektów oraz obowiązujących w tym zakresie procedurach;
- ogłaszanie naborów wniosków o dofinansowanie projektów;
- dostarczanie beneficjentom informacji potrzebnych do realizacji projektów na ich różnych etapach;
- nadzór nad przestrzeganiem przez beneficjentów zasad dotyczących informacji.

Do najważniejszych zadań Miasta Bydgoszcz w zakresie informacji należy:

- dostarczanie potencjalnym beneficjentom informacji nt. ogłaszanych przez IP konkursów, w tym informowanie o kryteriach oceny i wyboru projektów oraz obowiązujących w tym zakresie procedurach;
- dostarczanie beneficjentom informacji potrzebnych do realizacji projektów w ramach Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych;
- umieszczanie na stronie internetowej IP informacji poświęconych priorytetom dedykowanym ZIT oraz informacji o roli IP w systemie wdrażania tych priorytetów.

## 2. Cele komunikacji programu na lata 2014-2020

Kluczowym zadaniem działań komunikacyjnych jest wspieranie wykorzystania środków europejskich dla realizacji celów rozwojowych województwa kujawsko-pomorskiego, tj. uczynienie województwa kujawsko-pomorskiego konkurencyjnym i innowacyjnym regionem Europy oraz poprawa jakości życia jego mieszkańców.

### 2.1 Cel nadrzędny (długofalowy)

Nadrzędny (długofalowy) cel Strategii Komunikacji RPO WK-P 2014-2020: **Komunikacja Funduszy Europejskich wspomaga wykorzystanie środków z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego dla realizacji celów rozwojowych regionu.**

### 2.2 Cele szczegółowe

Z celu nadrzędnego wynikają następujące cele szczegółowe:

#### **Komunikacja Funduszy Europejskich:**

- aktywizuje mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach programu,
- w województwie kujawsko-pomorskim wspiera beneficjentów programu w realizacji projektów,
- zapewnia mieszkańcom województwa kujawsko-pomorskiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich,
- zapewnia szeroką akceptację mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie kujawsko-pomorskim.

## 3. Główny komunikat

Główny komunikat to kluczowa informacja przekazywana poprzez działania informacyjno-promocyjne w latach 2014-2020.

Główny komunikat dla działań informacyjno-promocyjnych RPO WK-P brzmi:

**Fundusze Europejskie wspierają tych, którzy realizując dobre pomysły, zwiększają możliwości i poprawiają jakość życia mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego.**

Powyższy przekaz jest spójny z głównym komunikatem *Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020*, a jego treść jest zgodna ze schematem tam zawartym - punktem wyjścia są tu **Fundusze Europejskie**; dzięki zaangażowaniu osób realizujących dobre pomysły, czyli **liderów zmian** (beneficjenci RPO WK-P), pieniądze z Unii Europejskiej przyczyniają się do zaistnienia **zmian**, tj.

poprawy jakości życia mieszkańców; komunikat podkreśla, że **korzyści dotyczą wszystkich mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego**.

Główny komunikat stanowi punkt odniesienia dla wszelkich działaniach informacyjno-promocyjnych dotyczących RPO WK-P.

## **4. Stosowanie głównego komunikatu programu w działaniach informacyjno-promocyjnych**

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

### **Rola Funduszy Europejskich**

Zgodnie ze *Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020* 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.

### **4.1 Komunikaty uzupełniające programu**

Rozwinięciem komunikatu głównego są komunikaty uzupełniające, określające konkretne zmiany zachodzące w regionie dzięki Funduszom Europejskim oraz których treść nawiązuje do specyfiki Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego:

- Fundusze Europejskie wspierają obszary badań naukowych, rozwoju technologicznego i innowacji, przyczyniających się do rozwoju społecznego i gospodarczego regionu,
- Fundusze Europejskie wzmacniają wzrost przedsiębiorczości oraz konkurencyjność regionu,
- Fundusze Europejskie stwarzają warunki do wzrostu zatrudnienia oraz wzrostu spójności społecznej i gospodarczej,
- Fundusze Europejskie wspierają poprawę stanu infrastruktury transportowej w regionie, przyczyniając się do poprawy poziomu życia jego mieszkańców poprzez zwiększenie możliwości komunikacyjnych oraz bezpieczeństwa,
- Fundusze Europejskie wspierają dbałość o dziedzictwo kulturowe oraz o ochronę i poprawę środowiska.

## 4.2 Perspektywy prezentacji korzyści oraz styl komunikacji

Zgodnie ze *Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020* instytucje podejmujące działania informacyjno-promocyjne powinny świadomie wybierać perspektywę prezentacji Funduszy Europejskich (JA, MY lub POLSKA/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 (POLSKA/REGION).

Styl komunikacji Funduszy Europejskich został opisany w *Strategii komunikacji polityki spójności*.

## 5. Grupy docelowe i sposoby komunikacji z nimi

### 5.1 Segmenty grup docelowych

Zgodnie ze *Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020* odbiorcy komunikacji zostali podzieleni na trzy segmenty z punktu widzenia ich zaangażowania w proces zmian:

- **beneficjenci** (faktyczni i potencjalni) - są to liderzy zmian,
- **uczestnicy projektów** (faktyczni i potencjalni),
- **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

Odbiorcami komunikacji o Funduszach Europejskich w województwie kujawsko-pomorskim są wszyscy mieszkańcy regionu. Ich zróżnicowane potrzeby informacyjne narzucają konieczność prowadzenia zróżnicowanej komunikacji. Tym samym z uwagi na potrzebę dopasowania odpowiednich narzędzi komunikacyjnych do różnych odbiorców zostali oni podzieleni na trzy segmenty grup docelowych.

W segmencie **beneficjenci (faktyczni i potencjalni)** znajdują się: przedsiębiorcy (mikro, małe, średnie oraz duże przedsiębiorstwa) i sieci przedsiębiorstw, instytucje otoczenia biznesu, organizacje pozarządowe, administracja rządowa, jednostki samorządu terytorialnego oraz samorządowe jednostki organizacyjne, jednostki naukowe, konsorcja naukowe i naukowo-przemysłowe, Lokalne

Grupy Działania, instytucje nauki i edukacji, związki wyznaniowe, instytucje ochrony zdrowia, podmioty ekonomii społecznej, wspólnoty i spółdzielnie mieszkaniowe.

Z kolei w segmencie **uczestnicy projektów (faktyczni i potencjalni)** znajdują się osoby fizyczne z grup, takich jak: młodzież, studenci, osoby wykluczone cyfrowo, bezrobotni i zagrożeni bezrobociem, osoby niepełnosprawne, osoby 50+, osoby wykluczone społecznie, przedsiębiorcy.

Grupy docelowe nie są rozłączne. Oznacza to, że przedstawiciel jednej grupy docelowej może znajdować się w różnych segmentach. Na przykład przedsiębiorca może być zarówno beneficjentem i realizować projekt, jak i być uczestnikiem projektu skierowanego do firm, np. szkolenia. Jednocześnie przedstawiciele wszystkich grup są częścią opinii publicznej, a więc mieszczą się w segmencie **odbiorcy rezultatów**.

Przedstawione grupy docelowe można podzielić również pod względem potrzeb komunikacyjnych. Szerokie grupy odbiorców, tj. ogół mieszkańców regionu będą wymagać zastosowania bardziej masowych form komunikacji. W przypadku mniejszych grup (np. przedsiębiorcy, jednostki naukowe itd.) należy stosować formy komunikacji odpowiednio dopasowane do danej grupy.

Wśród wyżej wymienionych grup docelowych znajdują się takie, do których w poprzedniej perspektywie finansowej RPO WK-P nie były kierowane bezpośrednie komunikaty. Są to przede wszystkim różne grupy objęte wsparciem Europejskiego Funduszu Społecznego znajdujące się w segmencie uczestnicy projektów. W związku z tym w nowej perspektywie należy położyć szczególny nacisk na odpowiednie formułowanie komunikatów skierowanych do tych grup, a także na dopasowywaniu sposobów i kanałów dotarcia do nich.

### **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. Szczegółowo mechanizm komunikacji został opisany w *Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020*.

### **5.4 Zapewnienie szerokiego, wielokanałowego i użytecznego dostępu do pomocy**


Beneficjenci i potencjalni beneficjenci mogą uzyskać pomoc dzięki informacjom płynącym z wielu kanałów komunikacyjnych. Najważniejsze z nich to:

- strona internetowa [www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl](http://www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl),
- Główne Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich w Toruniu i w Bydgoszczy oraz Lokalne Punkty informacyjne w Grudziądzu, Inowrocławiu i Włocławku,
- kontakt z opiekunem projektu,
- materiały informacyjne instytucji dotyczące informacji i promocji,
- konferencje i szkolenia.

Narzędzia komunikacji pozwalają na realizację mechanizmu komunikacji z poszczególnymi grupami docelowymi. Poniższe tabele przedstawiają przykładowe narzędzia, jakie mogą zostać wykorzystane na każdym etapie mechanizmu komunikacji z określonym segmentem grup docelowych. Zgodnie z poniższą tabelą odbiorcy rezultatów stanowią segment, któremu dedykowane są przede wszystkim masowe formy komunikacji nastawione na uświadomienie zmian zachodzących w otoczeniu dzięki Funduszom Europejskim, tj. imprezy i wydarzenia promocyjne, gry i konkursy edukacyjne. Tego typu komunikacja dominuje również w przypadku faktycznych i potencjalnych uczestników projektów. Jeśli chodzi o beneficjentów (faktycznych i potencjalnych) większy nacisk kładziony jest na formy komunikacji bardziej dostosowane do konkretnych grup odbiorców, m.in. szkolenia, konferencje o tematyce skierowanej do konkretnych grup beneficjentów, konsultacje i doradztwo w PIFE, publikacje.



*Strategia komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego 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.


**Tabela 1. Przykładowe narzędzia komunikacji**


Segment docelowych odbiorców	Mechanizm komunikacji	Przykładowe narzędzia komunikacji
<b>ODBIORCY REZULTATÓW</b>		<p><b>Dotarcie bezpośrednie<sup>4</sup>:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kampanie reklamowe w mediach masowych,</li> <li>• Kampanie w mediach społecznościowych,</li> <li>• Gry i konkursy realizowane z mediami,</li> <li>• Konkursy promocyjne,</li> <li>• Mailingi,</li> <li>• Działania PR w mediach, imprezy i wydarzenia promocyjne,</li> <li>• Strona internetowa Instytucji Zarządzającej lub Pośredniczącej,</li> <li>• Aplikacje mobilne.</li> </ul> <p><b>Działania edukacyjne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Prezentacje,</li> <li>• Ulotki itp.,</li> <li>• Gry i konkursy edukacyjne.</li> </ul> <p><b>Dotarcie pośrednie<sup>5</sup>:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kampanie reklamowe w mediach masowych,</li> <li>• Kampanie w mediach społecznościowych,</li> <li>• Gry i konkursy realizowane z mediami,</li> <li>• Mailingi,</li> <li>• Działania PR w mediach,</li> <li>• Reklama szeptana.</li> </ul>

<sup>4</sup> Dotarcie bezpośrednie obejmuje sposoby komunikacji z docelowymi odbiorcami bez pośrednictwa zewnętrznych mediów.

<sup>5</sup> Dotarcie pośrednie obejmuje sposoby komunikacji z docelowymi odbiorcami za pomocą zewnętrznych mediów.

Segment docelowych odbiorców	Mechanizm komunikacji	Przykładowe narzędzia komunikacji
POTENCJALNI BENEFICJENCI/ POTENCJALNI UCZESTNICY PROJEKTÓW	 ZOBACZ	<p><b>Dotarcie bezpośrednie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strona internetowa Instytucji Zarządzającej lub Pośredniczącej,</li> <li>• Marketing w wyszukiwarkach.</li> </ul> <p><b>Dotarcie pośrednie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kampanie reklamowe w mediach masowych i profilowanych,</li> <li>• Kampanie w mediach społecznościowych,</li> <li>• Mailingi,</li> <li>• Działania PR w mediach,</li> <li>• Reklama szeptana.</li> </ul>
	 ZAINTERESUJ SIĘ	<p><b>Dotarcie bezpośrednie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strona internetowa Instytucji Zarządzającej lub Pośredniczącej,</li> <li>• Informacja w PIFE,</li> <li>• Konferencje, warsztaty, prezentacje i szkolenia,</li> <li>• Drukowane lub elektroniczne materiały informacyjne.</li> </ul> <p><b>Działania edukacyjne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrukcje na stronach internetowych instytucji,</li> <li>• Informacja i doradztwo w PIFE,</li> <li>• Szkolenia i konferencje,</li> <li>• Publikacje/audycje edukacyjne w mediach specjalistycznych,</li> <li>• Prezentacje,</li> <li>• Ulotki itp.</li> </ul> <p><b>Dotarcie pośrednie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kampanie reklamowe w mediach profilowanych,</li> <li>• Kampanie w mediach społecznościowych,</li> <li>• Mailingi,</li> <li>• Działania PR w mediach sprofilowanych,</li> <li>• Reklama szeptana.</li> </ul>

Segment docelowych odbiorców	Mechanizm komunikacji	Przykładowe narzędzia komunikacji
BENEFICJENCI/ UCZESTNICY PROJEKTÓW	 REALIZUJ/ KORZYSTAJ	<p><b>Dotarcie bezpośrednie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strona internetowa Instytucji Zarządzającej lub Pośredniczącej,</li> <li>• Informacja i doradztwo w PIFE,</li> <li>• Konferencje, prezentacje i szkolenia,</li> <li>• Drukowane lub elektroniczne materiały informacyjne.</li> </ul> <p><b>Działania edukacyjne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instrukcje na stronach internetowych instytucji,</li> <li>• Informacja i doradztwo w PIFE,</li> <li>• Szkolenia i konferencje, wizyty studyjne,</li> <li>• Publikacje/audycje edukacyjne w mediach,</li> <li>• Warsztaty,</li> <li>• Ulotki itp.</li> </ul> <p><b>Dotarcie pośrednie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reklama szeptana,</li> <li>• Narzędzia bezpośredniej współpracy</li> </ul>

		między beneficjentami.
		<p><b>Dotarcie bezpośrednie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Strona internetowa Instytucji Zarządzającej lub Pośredniczącej,</li> </ul> <p><b>Dotarcie pośrednie:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reklama szeptana,</li> <li>• Narzędzia bezpośredniej współpracy między beneficjentami.</li> </ul>

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

Informacje dotyczące kwestii promocyjnych powinny być dostosowane do odbiorcy. Ich forma uwzględnia poziom zaawansowania, jeśli chodzi o tematykę związaną z funduszami europejskimi. Komunikaty muszą być sformułowane w sposób prosty, jasny i zrozumiały. Dotyczy to przede wszystkim informacji kierowanych do potencjalnych beneficjentów, którzy nie mieli wcześniej do czynienia ze środkami unijnymi, jednakże zasada ta odnosi się do wszystkich słownych komunikatów. Dostosowanie tekstu do odbiorcy wiąże się z koniecznością unikania specjalistycznego żargonu niezrozumiałego dla osób niezwiązanych zawodowo z tematyką Funduszy Unijnych. Istotną cechą przekazywanych treści powinna być ich czytelność. Do poprawy czytelności tekstu przyczynia się stosowanie zdań prostych zamiast złożonych (te pierwsze są nie tylko łatwiejsze do zrozumienia, ale również bardziej atrakcyjne pod względem graficznym).

W tekstach będących aktualnościami należy unikać zbyt długich zdań, a także ograniczyć się do informacji, które są niezbędne. Wszelkie szczegółowe i specjalistyczne dane powinny być w miarę możliwości umieszczane pod linkami odsyłającymi do odpowiednich podstron. Rolą tytułu aktualności jest wzbudzenie zainteresowania odbiorcy. W związku z tym niedopuszczalne jest używanie w nich cytatów z dokumentów, napisanych urzędniczym językiem, a także nazw i numerów konkursów, osi, działań i poddziałań. Należy także zwracać uwagę na różnicowanie tytułów poszczególnych aktualności.

Ważnym elementem sprawnej komunikacji jest także poprawność językowa. Błędy językowe nie tylko negatywnie wpływają na wizerunek instytucji, ale często również utrudniają zrozumienie tekstu.

Prostota i użyteczność tekstu będzie weryfikowana na podstawie wskaźnika mglistości języka (FOG) sprawdzanego na podstawie narzędzi dostępnych w Internecie (np. na stronie logios.pl).

#### 5.4.1 Opis systemu wsparcia potencjalnych beneficjentów



IZ RPO WK-P oraz IP zostały zobowiązane<sup>6</sup> do wspierania potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o środki pomocowe. Wspomniane obowiązki mają w znacznej mierze charakter informacyjny. Wszyscy - potencjalni beneficjenci, ale także inne zainteresowane strony - powinni uzyskać informacje na temat celów programów i możliwości finansowania.

Ważną rolę w zakresie merytorycznego wspierania potencjalnych beneficjentów odgrywają Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich (zobacz szczegóły w pkt 5.5), Portal Funduszy Europejskich [www.funduszeuropejskie.gov.pl](http://www.funduszeuropejskie.gov.pl) wraz z Wyszukiwarką dotacji oraz strona internetowa [www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl](http://www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl) (zobacz szczegóły w pkt 5.5).

Aby umożliwić wnioskodawcom przygotowanie się do konkursów z odpowiednim wyprzedzeniem IZ RPO WK-P do 30 listopada każdego roku zamieszcza na Portalu Funduszy Europejskich i na stronie [www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl](http://www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl) harmonogram naboru wniosków o dofinansowanie na następny rok kalendarzowy.

Także ogłoszenia o naborach wniosków o dofinansowanie muszą być publikowane na Portalu Funduszy Europejskich oraz stronie internetowej [www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl](http://www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl) ze znacznym wyprzedzeniem - co najmniej 30 dni przed planowanym rozpoczęciem naboru.

W IZ RPO WK-P oraz IP znajdują się osoby udzielające odpowiedzi na pytania dotyczące konkursu. Termin składania wniosków nie będzie krótszy niż 7 dni, licząc od dnia rozpoczęcia naboru wniosków o dofinansowanie.

Ponadto IZ RPO WK-P oraz IP są odpowiedzialne za odpowiednie dopasowanie działań informacyjnych i edukacyjnych gwarantujących dotarcie do potencjalnych beneficjentów oraz ich odpowiednie poinformowanie na temat możliwości wsparcia. Służyć temu będą takie narzędzia jak spotkania, szkolenia, konferencje, materiały informacyjne, przewodniki, audycje edukacyjne etc. (zobacz szczegóły w tabeli w rozdziale 5.4.). Działania te są opisywane w *Rocznych planach działań informacyjnych i promocyjnych dla Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego*, opracowywanych przez IZ RPO WK-P we współpracy z Instytucją Pośredniczącą (Wojewódzkim Urzędem Pracy w Toruniu).

## 5.4.2 Opis systemu wsparcia beneficjentów

Instytucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Kujawsko-Pomorskiego oraz Instytucje Pośredniczące udostępniają beneficjentom informacje istotne dla

---

<sup>6</sup> Zobowiązania te wynikają z rozporządzenia ogólnego oraz Ustawy z dnia 11 lipca 2014 r. o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014–2020 oraz z wydanych na jej podstawie wytycznych, w szczególności Wytycznych Ministra Infrastruktury i rozwoju w zakresie trybów wyboru projektów na lata 2014-2020 oraz w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020.

realizacji projektów. W szczególności zapewniają, że beneficjent otrzymuje niezbędne dokumenty określające warunki uzyskanego wsparcia i szczegółowe wymagania dotyczące realizacji projektu.

Podobnie jak w przypadku potencjalnych beneficjentów IZ RPO WK-P oraz IP są odpowiedzialne za zorganizowanie działań informacyjnych i edukacyjnych gwarantujących właściwą realizację projektów. Przykładowe narzędzia komunikacji opisano w tabeli w rozdziale 5.4.

W zależności od potrzeb beneficjenci otrzymują informacje w formie szkoleń dotyczących m.in. rozliczania projektów lub procedur przetargowych oraz co najmniej dokumentów i instrukcji na stronach internetowych.

Dodatkowe wsparcie jest realizowane przez opiekuna projektu, który udziela informacji w konkretnych kwestiach formalnych związanych bezpośrednio z realizacją projektu.

Odpowiednie działania wobec beneficjentów, takie jak m.in. konferencje, spotkania, szkolenia, materiały informacyjne zostaną zaplanowane w *Rocznym planie działań informacyjnych i promocyjnych dla RPO WK-P*.

Oprócz tego beneficjenci są wspierani w prowadzeniu własnych działań promocyjnych (szczegółowy opis w rozdziale 7.1).

## 5.5 Podstawowe kanały informacji

W okresie programowania 2014-2020 w województwie kujawsko-pomorskim funkcjonuje główny serwis [www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl](http://www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl) prowadzony przez IZ RPO WK-P wraz z IP (Wojewódzkim Urzędem Pracy w Toruniu), poświęcony informacjom na temat RPO WK-P, prezentujący wiadomości dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów. Portal zapewnia m.in. możliwość uzyskania informacji na temat RPO WK-P i realizowanych w ramach programu naborów wniosków. Na portalu dostępne są informacje dotyczące prac Komitetu Monitorującego i prowadzonych konsultacji publicznych.

Serwis [www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl](http://www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl), zgodnie z Rozporządzeniem ogólnym, zawiera listę projektów, w formacie arkusza kalkulacyjnego, który umożliwia sortowanie danych, ich przeszukiwanie, wyciąganie, porównywanie i ich łatwe publikowanie w Internecie.

Strona zawiera także najważniejsze dokumenty związane ze składaniem wniosku o dofinansowanie i realizowaniem projektu, wytyczne dla beneficjentów, a także *Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji*.

Kolejnym kanałem informacji jest serwis [www.zit.btof.pl](http://www.zit.btof.pl) prowadzony przez Miasto Bydgoszcz, poświęcony informacjom na temat RPO WK-P w zakresie priorytetów dedykowanych ZIT oraz informacjom o roli ww. instytucji w systemie wdrażania tych priorytetów.

Dodatkowo IZ oraz IP zapewnia możliwość kontaktu z osobami odpowiedzialnymi za informacje na temat programu, w tym ogłaszanych przez instytucję naborów wniosków.

IZ RPO WK-P odpowiada również za publikowanie oraz zapewnienie aktualności treści na Portalu Funduszy Europejskich tj. [www.funduszeuropejskie.gov.pl](http://www.funduszeuropejskie.gov.pl), poświęconego informacjom na temat środków unijnych w Polsce, prezentującego zarówno wiadomości dla potencjalnych beneficjentów, jak i beneficjentów oraz szeroko rozumianego społeczeństwa.

Poza stroną internetową najważniejszym kanałem informacji w województwie kujawsko-pomorskim są główne punkty w Toruniu oraz Bydgoszczy i trzy punkty lokalne w następujących miejscowościach: Grudziądz, Inowrocław i Włocławek, działające w ramach Systemu Informacji o Funduszach Europejskich, koordynowane i współfinansowane przez Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju. Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich zapewnia beneficjentom i potencjalnym beneficjentom dostęp do kompleksowej informacji o FE w latach 2014-2020. W udzielaniu szczegółowych informacji oraz rozstrzygnięciu trudnych kwestii PIFE są wspierane przez IZ RPO WK-P. Wsparcie to jest realizowane poprzez stały kontakt z osobami merytorycznymi z komórek odpowiedzialnych za ocenę wniosków aplikacyjnych oraz opiekunami projektów.

## 5.6 Komunikacja z osobami z różnymi niepełnosprawnościami

Zgodnie ze *Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020* 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. Uzupełnienie 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 Ministra Infrastruktury i Rozwoju 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.*

Realizacja ww. zasad w działaniach informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych będzie możliwa dzięki zastosowaniu m.in. następujących rozwiązań:

- 1) w przypadku prowadzenia konsultacji, konferencji lub innych spotkań w formularzach zgłoszeniowych będzie umieszczane zapytanie o szczególne potrzeby uczestników, a w przypadku ich zgłoszenia dokumenty i inne materiały będą przygotowywane w dostępnej formie, będą stosowane systemy wspomagające słyszenie, sale konferencyjne będą dostosowane do potrzeb osób z różnymi niepełnosprawnościami, w razie potrzeby będzie zapewniona usługa tłumacza języka migowego, materiały w alfabecie Braille'a, usługa asystenta osobistego;
- 2) przy organizacji spotkań niewymagających rejestracji uczestników zostanie zapewniona dostępność pomieszczeń (w tym wyposażenie w system wspomagający słyszenie). Dokumenty/publikacje będące przedmiotem spotkania będą udostępnione w wersji elektronicznej publikacji/dokumentów. Dodatkowo przy informacji o odbywających się spotkaniach będzie umieszczana adnotacja zachęcająca potencjalnych uczestników do zgłaszania ewentualnych specjalnych potrzeb.

Skuteczności komunikacji z osobami z niepełnosprawnościami będzie służył także udział przedstawicieli podmiotów zajmujących się niepełnosprawnościami w gremiach decyzyjnych, grupach roboczych oraz Komitecie Monitorującym Regionalny Program Operacyjny. Ponadto na etapie planowania działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych prowadzone będą konsultacje z reprezentantami osób z różnymi niepełnosprawnościami.

## **6. Koordynacja komunikacji funduszy europejskich**

### **6.1 Współpraca przy działaniach komunikacyjnych obejmujących wszystkie fundusze uwzględnione w Umowie Partnerstwa**

Instytucje wdrażające program współpracują z instytucjami odpowiedzialnymi za wdrażanie Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego, a także instytucjami wdrażającymi 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 wdrażającym programy w ramach Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz pozostałych programów polityki spójności.

Przedstawiciele instytucji wdrażających program biorą udział w pracach grup roboczych powołanych przez IK UP w zakresie informacji i promocji.

IZ RPO WK-P działa na rzecz utworzenia wspólnej platformy wymiany informacji i współpracy na terenie województwa 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 celu jak najlepszej komunikacji z instytucjami odpowiedzialnymi za wdrażanie wszystkich funduszy w województwie kujawsko-pomorskim utworzono Grupę roboczą ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich, w skład której wchodzi przedstawiciele instytucji/jednostek odpowiedzialnych za wdrażanie ww. funduszy. Spotkania Grupy będą odbywały się w miarę potrzeby.

Dodatkową formą koordynacji funduszy uwzględnionych w Umowie Partnerstwa jest funkcjonowanie w województwie kujawsko-pomorskim wspólnej strony internetowej [www.mojregion.eu](http://www.mojregion.eu) skupiającej informacje o wszystkich funduszach.

## **6.2 Komunikacja wewnętrzna między instytucjami wdrażającymi dany program**

Dobra komunikacja oraz współpraca między instytucjami wdrażającymi dany program, jak i wewnątrz instytucji 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 podejmowanych działań.

Największym kapitałem w komunikacji wewnętrznej są merytoryczne kompetencje pracowników instytucji w zakresie wiedzy o programach oraz mechanizmach komunikacji.

Komunikacja wewnętrzna obejmuje dzielenie się informacjami, wzajemną edukację oraz współpracę przy realizacji wszystkich działań.

W województwie kujawsko-pomorskim w procesie komunikacji wewnętrznej uczestniczą Instytucja Zarządzająca i Instytucje Pośredniczące. Komunikacja między IZ RPO WK-P i IP, jak i wewnątrz tych instytucji odbywa się dzięki korzystaniu z efektywnych narzędzi komunikacji, m.in., takich jak:

- Grupa robocza ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich – grupa przedstawicieli instytucji/jednostek odpowiedzialnych za wdrażanie wszystkich funduszy w województwie kujawsko-pomorskim,

- spotkania robocze – regularne lub zwoływane *ad hoc* spotkania grupy przedstawicieli współpracujących instytucji w celu omówienia bieżących spraw,
- poczta elektroniczna (e-mail),
- newsletter,
- pisma,
- strona internetowa,
- baza wiedzy – zbiór informacji udostępniony wszystkim instytucjom,
- szkolenia i prezentacje.

### **6.3 Zasady prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych**

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, działania 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*.

## **7. Realizacja działań informacyjno-promocyjnych w partnerstwie**

### **7.1 Wspieranie potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w działaniach informacyjno-promocyjnych**

W przypadku otrzymania dofinansowania beneficjent jest zobligowany do poinformowania opinii publicznej o celu realizowanego projektu oraz uzyskanym z funduszy wsparciu. W myśl przepisów Rozporządzenia ogólnego, Instytucja Zarządzająca jest zobowiązana do poinformowania potencjalnych beneficjentów o takim obowiązku.

Kształtowanie świadomości tego obowiązku oraz korzyści płynących z jego realizacji wśród potencjalnych beneficjentów jest realizowane poprzez kanały informacyjne wymienione w punkcie 5.

4.

Instytucja Zarządzająca w ramach jednej z sekcji obowiązującego wniosku aplikacyjnego będzie wymagać od potencjalnych beneficjentów przedstawienia propozycji działań komunikacyjnych na etapie weryfikacji wniosku o dofinansowanie projektu. Powinny być one zaplanowane proporcjonalnie do rozmiarów projektu opisanego we wniosku i potrzeb promocyjnych danej inwestycji, a także zgodne z *Podręcznikiem wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji*.

Informacje pomocne w odpowiednim planowaniu tego typu działań dostępne są w drukowanych materiałach informacyjnych skierowanych do potencjalnych beneficjentów oraz przekazywane są przez Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich. Szczegółowe informacje na ten temat dostępne są również w materiałach i dokumentach dostępnych na stronie internetowej [www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl](http://www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl).

Beneficjenci są zobowiązani do wypełniania obowiązków promocyjnych zgodnie z zapisami Rozporządzenia ogólnego. Szczegółowo wymagania związane z promocją opisuje *Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji*, który dostępny jest na stronie [www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl](http://www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl)".

Należy pamiętać, iż działania promocyjne Funduszy Europejskich prowadzone przez beneficjentów są dla nich szansą na zbudowanie własnego pozytywnego wizerunku jako lidera zmian. Pomagają one również w rekrutacji uczestników projektów lub pozyskiwaniu odbiorców rezultatów.

Instytucja Zarządzająca oraz Instytucje Pośredniczące wspierają działania informacyjne beneficjentów poprzez bezpośrednią współpracę z nimi, np. zapraszając ich do udziału w imprezach otwartych oraz konferencjach i seminariach organizowanych przez Instytucję Zarządzającą, podczas których mogą zaprezentować swoje projekty.

Zarówno przy planowaniu działań informacyjno-promocyjnych, jak i przy podejmowaniu bezpośredniej współpracy brany jest pod uwagę charakter projektu.

### **Działania instytucji wspierającej potencjalnego beneficjenta i beneficjenta w zakresie informacji i promocji**

Głównym materiałem wspierającym działania informacyjno-promocyjne beneficjentów jest pakiet informacji<sup>7</sup> dla każdego beneficjenta, który otrzymał decyzję o współfinansowaniu projektu. Pakiet jest opracowany w formie poradnika i zawiera najważniejsze informacje przydatne beneficjentowi w zaplanowaniu oraz prowadzeniu promocji projektu, a w szczególności: informacje o korzyściach beneficjenta wynikających z właściwej promocji projektu, zasady planowania działań informacyjno-

---

<sup>7</sup> Przez pakiet rozumie się *Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji*, wzory plakatów i tablic, odpowiedzi na często zadawane pytania zamieszczone na stronach internetowych.

promocyjnych oraz informacje o wymaganiach dotyczących stosowania wizualizacji, plakatów, tablic informacyjnych i pamiątkowych oraz innych obowiązkowych elementów.

Pakiet informacyjny w formie cyfrowej jest dostępny na stronie internetowej [www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl](http://www.rpo.kujawsko-pomorskie.pl) oraz na Portalu Funduszy Europejskich.

Wspieranie beneficjentów obejmuje również bezpośrednią współpracę z nimi w ramach działań informacyjno-promocyjnych, przyjmując m.in. takie formy jak:

- zapraszanie do występowania na konferencjach i seminariach,
- zapraszanie do prezentacji projektów podczas imprez otwartych organizowanych przez Instytucję Zarządzającą,
- zapraszanie do udziału w audycjach telewizyjnych i radiowych,
- zapraszanie do wypowiedzi dla prasy.

W przypadku potencjalnych beneficjentów wsparcie polega w szczególności na:

- udostępnieniu zasad planowania działań informacyjno-promocyjnych ważnych z punktu widzenia wymogów realizacji projektów na etapie aplikowania o środki,
- informowania o wymogach w zakresie informacji i promocji, jakim będą podlegali w trakcie realizacji projektu oraz po jego zakończeniu,
- prezentowaniu korzyści z prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych.

## 7.2 Współpraca z partnerami

W wybrane działania informacyjno-promocyjne będą zaangażowani partnerzy: właściwe władze lokalne, regionalne, miejskie i inne władze publiczne, partnerzy społeczno-gospodarczy<sup>8</sup>, 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.

Partnerzy będą zaangażowani w działania, w przypadku których mogą wpłynąć na ich skuteczność, a w szczególności gdy mogą:

- zapewnić zaangażowanie, wsparcie i współpracę określonych grup docelowych dzięki zaufaniu, jakim cieszą się w danej grupie;
- służyć instytucji doradztwem i wsparciem w procesie planowania sposobów dotarcia do określonych grup docelowych;
- wzmacniać siłę podejmowanych działań edukacyjnych oraz prowadzić takie działania we własnym zakresie;

---

<sup>8</sup> Partnerzy społeczno-gospodarczy w rozumieniu art. 5, pkt 7 ustawy z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzeniach polityki rozwoju obejmują: organizacje pracodawców i organizacje związkowe, samorządy zawodowe, izby gospodarcze, organizacje pozarządowe, jednostki naukowe.



- pośredniczyć w stałym dialogu między instytucjami a określonymi grupami docelowymi.

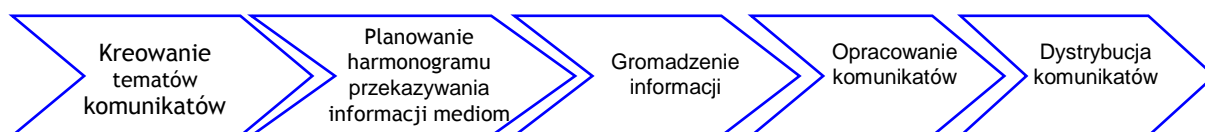
Formy współpracy z partnerami:

- uczestnictwo partnerów w konferencjach organizowanych przez IZ RPO WK-P w charakterze gości lub prelegentów;
- udział przedstawicieli partnerów w Komitecie Monitorującym RPO WK-P;
- współpraca z partnerami przy organizacji kampanii promocyjnych (np. współpraca z gminami przy realizacji części kampanii odbywających się na terenie danej gminy);
- organizacja konkursów związanych z tematyką Funduszy Unijnych we współpracy z placówkami edukacyjnymi lub jednostkami naukowymi;
- udział partnerów w szkoleniach organizowanych przez IZ RPO WK-P;
- uczestnictwo w eventach w charakterze wystawców (w przypadku partnerów będących jednocześnie beneficjentami).

### 7.3 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. Współpraca ta powinna przyjąć formę aktywnej promocji tematyki związanej z Funduszami Europejskimi.

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



Za opracowanie komunikatów w sposób zapewniający dostosowanie do wymogów i oczekiwań mediów odpowiada Departament Promocji, Sportu i Turystyki, gdzie spływają i magazynowane są wszelkie informacje związane z działaniami prowadzonymi w ramach RPO WK-P.

Na podstawie otrzymanych informacji, przygotowany zostaje komunikat, w odpowiedniej formie, do dalszego przekazania, uwzględniający odbiorcę, narzędzie przekazywania informacji i czas, w którym informacja powinna dotrzeć do adresata. Komunikat jest tworzony we współpracy z Biurem prasowym. W procesie tworzenia komunikatów pośrednio uczestniczą również komórki odpowiedzialne za ich merytoryczną zawartość. Następnie gotowy komunikat jest przekazywany za pośrednictwem Biura prasowego mediom.

Skuteczna komunikacja z mediami jest zapewniana poprzez utrzymywanie stałej współpracy polegającej na aktywnym, stałym dostarczaniu mediom informacji o Funduszach Europejskich.

Podstawowymi narzędziami współpracy z mediami są:

- konferencje prasowe,
- wywiady,
- cykliczne spotkania z dziennikarzami,
- wizyty studyjne,
- zaproszenia dziennikarzy na uroczystości,
- newslettery,
- mailingi.

## **7.4 Komunikacja z liderami opinii**

Każda grupa docelowa posiada swoich liderów opinii. Są to jednostki doskonale rozumiejące daną grupę a przez to mające na nią duży wpływ.

Siła oddziaływania liderów opinii oraz ich szczególna rola w społeczności, mogą zapewnić efektywne dotarcie do danej grupy docelowej.

Rola liderów opinii jest szczególnie istotna w przypadku grup docelowych, do których dotarcie z przekazem jest w jakiś sposób utrudnione. Przykładem mogą tu być wszelkie osoby narażone na różnego rodzaju formy wykluczenia tj. mieszkańcy małych miejscowości, osoby w wieku 50+, bezrobotne lub niepełnosprawne. Liderami opinii w takich grupach mogą być m.in. lokalni działacze społeczni, osoby duchowne, osoby zajmujące się szeroko pojętą edukacją, decydenci, działacze kulturalni lub sportowi.

Liderzy opinii mogą też wzmacniać i uwiarygodniać przekaz w pozostałych grupach docelowych. Jako przykład mogą tu służyć osoby cieszące się autorytetem w środowiskach naukowych.

Wykorzystanie potencjału promocyjnego i informacyjnego liderów opinii w województwie kujawsko-pomorskim może odbywać się poprzez:

- udział w konferencjach (decydenci, eksperci),
- udział w działaniach promocyjnych/eventach,
- promocja i dystrybucja materiałów promocyjnych podczas imprez realizowanych przez liderów opinii (np. imprezy sportowe),
- organizowanie działań promocyjnych.

## **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**

Ocena realizacji celu głównego *Strategii komunikacji* będzie możliwa przy wykorzystaniu informacji nt. stopnia realizacji celów szczegółowych.

Każdemu ze szczegółowych celów przypisano wskaźniki, których osiągnięcie będzie stanowiło podstawę do oceny stopnia realizacji danego celu.

Ocena efektów *Strategii* jest realizowana w oparciu o sprawozdania z wykonania *Rocznych planów działań informacyjnych i promocyjnych Strategii komunikacji*. Na potrzeby sprawozdań IZ RPO WK-P zbiera dane monitoringowe, które przekazuje do IK UP.

Dane dla wskaźników rezultatu strategicznego - w zakresie wskazanym przez *Strategię komunikacji polityki spójności* – w latach 2016, 2018 oraz na potrzeby sprawozdania końcowego zostaną przekazane IZ RPO WK-P przez IK UP na podstawie przeprowadzanych przez IK UP badań na próbie mieszkańców województwa.

Dane dotyczące liczby konsultacji dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w sieci PIFE pochodzą z Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju.

Tabela poniżej prezentuje powiązanie wskaźników z celami oraz zawiera informację nt. sposobu ich pomiaru.

Tabela 2. System wskaźników oceniających stopień realizacji celów Strategii komunikacji

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Instytucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
Komunikacja Funduszy Europejskich wspomagająca wykorzystanie środków z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego 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	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 i w sprawozdaniu końcowym	IZ RPO WK-P		
Komunikacja Funduszy Europejskich aktywizuje mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach programu	Liczba odwiedzin portalu informacyjnego/serwisu internetowego	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	System monitorowania	Corocznie	IZ RPO WK-P, IP (Wojewódzki Urząd Pracy w Toruniu)	0	5 000 000
	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania w województwie kujawsko-pomorskim	Liczba zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania w województwie kujawsko-pomorskim (w rozumieniu rozporządzenia ogólnego 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		Sztuka	Produktu	System monitorowania	Corocznie	IZ RPO WK-P	0

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Instytucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
		wszystkie te działania są realizowane pod wspólnym komunikatem							
	Znajomość w województwie kujawsko-pomorskim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich	Odsetek mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego znających co najmniej trzy przykładowe grupy potencjalnych beneficjentów FE w ramach polityki spójności	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (społeczeństwo)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 i w sprawozdaniu końcowym	IK UP	35%	44%
	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w województwie kujawsko-pomorskim 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	System monitorowania	Corocznie	IZ RPO WK-P, IP (Wojewódzki Urząd Pracy w Toruniu)	0	4 200
	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa kujawsko-pomorskiego dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego	Liczba 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 oraz generalnych zasad funkcjonowania FE.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	IK UP	0	112 285 <sup>9</sup>
<b>Komunikacja Funduszy Europejskich w województwie kujawsko-pomorskim wspiera beneficjentów programu w realizacji projektów</b>	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa kujawsko-pomorskiego dot. realizacji projektów	Liczba konsultacji udzielonych w punktach informacyjnych, z wyłączeniem spotkań informacyjnych i szkoleń. Jako konsultacja rozumiane jest zasięgnięcie informacji u pracownika punktu informacyjnego w zakresie: zagadnień związanych z realizacją projektów finansowanych z FE.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	IK UP	0	780 <sup>10</sup>
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w województwie kujawsko-pomorskim	Obliczając wartość wskaźnika należy zsumować wszystkich uczestników wszystkich form szkoleniowych dla beneficjentów (tj. szkoleń, warsztatów, seminariów, kursów itp.). Dana osoba powinna zostać policzona tyle razy, w ilu szkoleniach wzięła udział.	Sztuka	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	IZ RPO WK-P, IP (Wojewódzki Urząd Pracy w Toruniu)	0	2 700

<sup>9</sup> Szacunek na koniec 2020 r.

<sup>10</sup> J. w.

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Instytucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
	Ocena przydatności form szkoleniowych dla beneficjentów	Wartość wskaźnika to średnia ocen z ankiet wszystkich uczestników wszystkich form szkoleniowych dla beneficjentów (tj. szkoleń, warsztatów, seminariów, kursów itp.).	Skala 0-5	Rezultatu bezpośredniego	System monitorowania	Corocznie	IZ RPO WK-P, IP (Wojewódzki Urząd Pracy w Toruniu)	określona w 2016	4
<b>Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa kujawsko-pomorskiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich</b>	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego w województwie kujawsko-pomorskim	Liczba zrealizowanych działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego w województwie kujawsko-pomorskim (w rozumieniu rozporządzenia ogólnego, 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	Sztuka	Produktu	System monitorowania	Corocznie	IZ RPO WK-P	0	3
	Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w województwie kujawsko-pomorskim	Odsetek mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, deklarujących znajomość pojęcia „Fundusze europejskie” lub „Fundusze unijne”	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (społeczeństwo)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 i w sprawozdaniu końcowym	IK UP	87%	91%
	Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczone są FE w województwie kujawsko-pomorskim	Odsetek mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego znających co najmniej trzy przykładowe cele, obszary lub działania, na które przeznaczone są FE w województwie kujawsko-pomorskim w ramach polityki spójności	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (społeczeństwo)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 i w sprawozdaniu końcowym	IK UP	34%	43%
	Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego	Odsetek mieszkańców deklarujących dostrzeganie w swym najbliższym otoczeniu obszarów lub projektów wspieranych z FE w ramach polityki spójności	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (społeczeństwo)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 i w sprawozdaniu końcowym	IK UP	65%	74%
<b>Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego dla</b>	Odsetek mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa	Odsetek mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego dostrzegających wpływ Funduszy Europejskich na rozwój województwa kujawsko-pomorskiego	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (społeczeństwo)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 i w sprawozdaniu końcowym	IK UP	83%	90%

Cel	Mierniki realizacji	Operacjonalizacja wskaźnika	Jednostka	Typ wskaźnika	Źródło danych	Częstotliwość pomiaru	Institucja odpowiedzialna	Wartość bazowa	Wartość docelowa w 2023 r.
działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie kujawsko-pomorskim	kujawsko-pomorskiego								
	Odsetek mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich	Odsetek mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich lub ze zmian, jakie zachodzą dzięki Funduszom	%	Rezultatu strategicznego	Badania społeczne (spoteczeństwo)	Na potrzeby sprawozdań 2017, 2019 i w sprawozdaniu końcowym	IK UP	61%	66%

## 8.2 Ocena bieżąca działań informacyjnych i promocyjnych

W celu zachowania trafności (adekwatności), jakości, użyteczności, skuteczności i efektywności realizowanych działań IZ RPO WK-P i IP (Wojewódzki Urząd Pracy w Toruniu) dokonuje ich bieżącej oceny. Pozwoli to w odpowiednim czasie na ich skorygowanie i ewentualną modyfikację. Zminimalizowane zostanie również ryzyko powtarzania błędów i powtórnej realizacji nietrafionych działań. Wyniki oceny stanowiąc będą również ważny element wymiany doświadczeń pomiędzy instytucjami.

Przykładowe kryteria oceny trafności (adekwatności) jakości, użyteczności, skuteczności i efektywności:

### Szkolenia i działania edukacyjne

- ocena jakości szkoleń, mierzonej poprzez ankietę po zakończeniu szkolenia wśród uczestników;

### Publikacje drukowane, elektroniczne i treści umieszczane na stronach internetowych

- wskaźnik FOG przystępności tekstu publikowanego na stronach internetowych, w publikacjach, broszurach;

### Wsparcie procesu aplikowania i realizacji projektu

- udział poprawnie złożonych wniosków o dofinansowanie do łącznej liczby wszystkich wniosków o dofinansowanie;
- odsetek prawidłowo wypełnionych wniosków o płatność;
- odsetek beneficjentów, którzy przynajmniej dobrze oceniają udzieloną im pomoc w ubieganiu się o środki oraz realizacji projektów;

### Strony internetowe

- 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;

### Działania w mediach i kampanie informacyjno-promocyjne

- zasięg audycji telewizyjnych, radiowych i publikacji prasowych;
- poziom znajomości wspomaganego elementu kampanii (np. spotu telewizyjnego);
- poziom znajomości komunikatu kampanii spośród tych, którzy znają elementy kampanii;
- koszt dotarcia kampanii informacyjno-promocyjnej do grupy docelowej.

Ocena jakościowa realizowanych działań w ramach programu przekazywana jest corocznie IK UP.



### 8.3 Monitoring działań informacyjnych i promocyjnych

Monitoring oznacza systematyczne zbieranie i analizowanie danych w zakresie realizacji działań informacyjno-promocyjnych. Jest narzędziem weryfikacji postępu realizacji planów działań, ale również stanowi źródło informacji do późniejszej oceny i ewaluacji działań.

System monitoringu *Strategii komunikacji* obejmuje wybrane wskaźniki na temat podejmowanych działań informacyjno-promocyjnych.

Wskaźniki monitoringowe zbierają dane przydatne do analiz i ewentualnych modyfikacji kierunków komunikacji. Dane monitoringowe powinny być zbierane cyklicznie, aby możliwa była obserwacja postępu realizacji działań.

Dane z monitoringu programu przekazywane są przez IZ RPO WK-P do IK UP.

### 8.4 Sprawozdawczość

IZ RPO WK-P we współpracy z IP (Wojewódzkim Urzędem Pracy w Toruniu) opracowuje sprawozdania z przeprowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych w poprzednim roku zgodnie z *Wytycznymi w zakresie sprawozdawczości na lata 2014-2020*. Sprawozdania są przekazywane do IK UP w celu uzyskania opinii na temat ich zgodności ze *Strategią komunikacji polityki spójności* i *Strategią komunikacji programu* oraz pod kątem wykonania *Rocznego planu działań informacyjnych i promocyjnych*.

Na podstawie sprawozdania IZ RPO WK-P corocznie informuje Komitet Monitorujący o:

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

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

## 9. Ramowy harmonogram

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Komunikacja wewnętrzna										
Koordinacja działań komunikacyjnych										
Informowanie opinii publicznej o uruchomieniu RPO WK-P										
Aktywizacja społeczeństwa w ubieganiu się o wsparcie z FE										
Wsparcie beneficjentów										

w realizacji projektów										
Informacja na temat projektów współfinansowanych z FE										
Prezentowanie efektów wdrażania 2014-2020										
Monitoring i ocena										

## 10. Roczna aktualizacja działań

Z przepisów załącznika XII rozporządzenia ogólnego 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*.

## 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:

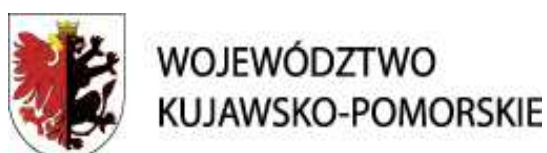
- znak graficzny (sygnet) oraz
- graficzna forma nazwy „Fundusze Europejskie” (logotyp).



W przypadku Programu logotyp zawiera nazwę Program Regionalny.



Wizualizację Programu uzupełnia herb województwa z nazwą Województwa.



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.

## **12. Szacunkowy budżet na realizację Strategii na lata 2014-2023**

Szacunkowy budżet na realizację działań informacyjno-promocyjnych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego wynosi ok. 4, 2 mln EUR.

## **13. Wykaz skrótów, spis tabel**

FE – Fundusze Europejskie,

IK UP – Instytucja Koordynująca Umowę Partnerstwa,

IP – Instytucja Pośrednicząca,

IZ RPO WK-P – Instytucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Kujawsko-Pomorskiego,

PIFE – Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich,

RPO WK-P – Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020,

ZIT – Zintegrowane Inwestycje Terytorialne Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020

**Tabela 1. Przykładowe narzędzia komunikacji..... 14**

**Tabela 2. System wskaźników oceniających stopień realizacji celów Strategii komunikacji..... 27**