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 Rocznego 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… 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 RPO 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 Rocznego planu działań

Uwaga: Należy wskazać dokumenty, które stały się podstawą stworzenia Rocznego 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 …….

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. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok…

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

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							
1.1	**Koordynacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji**			**Działania koordynacyjne** (w tym współpraca i nadzór nad IP)			zł
1.2	**Udział w grupach**			**Grupa Sterująca ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich**			zł
				Grupa robocza IZ-IP ds. informacji i promocji			zł
1.3	**Współpraca międzynarodowa**						
1.4	**Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy**			**Badanie społeczne**			zł
				Ewaluacja			zł
1.5	**Inne**						
2. Działania informacyjne							
2.1	**System informacji - sieć PIFE**	*W RPD RPO: informacja:* Sieć PIFE w województwie … prowadzona jest w ramach umowy o numerze … między MR 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 MR. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy. *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.					
2.2	**Portale i serwisy internetowe**						zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
2.3	**Baza wiedzy**[1]						
2.4	**Mapa dotacji**[2]						
2.5	**Wyszukiwarka Dotacji**[3]						
2.6	**Inne**						zł
3. Działania edukacyjne							
3.1	**Szkolenia dla beneficjentów**[4]						zł
3.2	**Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów**[5]						zł
3.3	**Inne**						
4. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w Internecie							
4.1	**Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu**			Szczegóły znajdują się w tabeli 3.			
4.2	**Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)**			Audycje *Prosimy o uwzględnienie działań niebędących częścią działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu*[6]*. Opis wszystkich działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu należy umieścić w tabeli nr 3.*			zł
				Spoty *Jw.*			zł
4.3	**Radio (audycje sponsorowane, reklamy)**			Audycje *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 pośredniczące. 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*.

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

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

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
	ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU						**……..PLN**

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 nakoniec 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 (np. przedsiębiorcy, osoby bezrobotne, jednostki samorządu terytorialnego)		
c) Zasięg terytorialny działania		
d) Narzędzia[8] oraz szczegółowy budżet	**Audycje telewizyjne** *W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji*	….. PLN
	Spoty telewizyjne *W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji*	….. PLN
	Audycje radiowe *W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji*	….. PLN
	Spoty radiowe *W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji*	….. PLN
	Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe *Tytuł prasowy, rodzaj publikacji, tematyka*	….. PLN
	Publikacje w internecie *Nazwa portalu, tematyka*	….. PLN
	Reklamy w internecie *Nazwa portalu, rodzaj narzędzia, tematyka*	….. PLN
	Ambient, OOH, inne *Rodzaj narzędzia, tematyka*	….. PLN
	BUDŻET ŁĄCZNIE	….. PLN
e) Termin realizacji		
f) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	**Telewizja np.** Zasięg w GRP Zasięg 1+ Zasięg efektywny (np. zasięg 3+)	

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

<table>
<tr><td></td><td>Kampania radiowa np.
Zasięg w GRP
Zasięg 1+
Zasięg efektywny (np. zasięg 3+)

Prasa
…

Internet
…

Inne
…</td></tr>
<tr><td>6. Uzasadnienie działania</td><td>• który cel/cele ze strategii realizują te działania
• uzasadnienie realizacji działania
• czy działanie uwzględnia zasady efektywnościowe, o których mowa w Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 (właściwe zaznaczyć):

<table><tr><td>1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu</td><td>TAK/NIE</td></tr><tr><td>2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji</td><td>TAK/NIE</td></tr><tr><td>3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej</td><td>TAK/NIE</td></tr><tr><td>4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej</td><td>TAK/NIE</td></tr><tr><td>5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego</td><td>TAK/NIE</td></tr><tr><td>6. Zasada uzupełniania się komunikatów</td><td>TAK/NIE</td></tr></table>• inne istotne informacje, np. ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami, zaangażowanie beneficjentów, współpraca z partnerami</td></tr>
<tr><td>7. Osoba do kontaktu</td><td>Imię i nazwisko:
Numer telefonu:
Adres mailowy:</td></tr>
</table>