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](#_Toc398569326)

[2. Podstawy opracowania Rocznego planu działań 3](#_Toc398569327)

[2.1. Kluczowe dokumenty 3](#_Toc398569328)

[2.2. Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji ………… 3](#_Toc398569329)

[2.3. Wyniki badań i analiz 3](#_Toc398569330)

[3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku …. 3](#_Toc398569331)

[4. Ramowe wytyczne komunikacyjne na rok… 3](#_Toc398569332)

[5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji 7](#_Toc398569333)

[6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu 8](#_Toc398569334)

# 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 POIR)*, 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).*

Dokument określa podstawy i sposoby realizacji zadań informacyjnych i promocyjnych, poświęconych ………………….. (*nazwa programu, lub w przypadku IK – polityki spójności)*, 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*

# Podstawy opracowania Rocznego planu działań

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

# Kluczowe dokumenty

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

*Ewentualnie wymienić pozostałe dokumenty, wykorzystane do opracowania RPD*

# 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**

# Wyniki badań i analiz

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

# 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.*

# Ramowe wytyczne komunikacyjne na rok…

*Uzupełnia IK lub IZ, zgodnie z rozdz. 5.1, pkt 2 lub 4 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.*

| **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** | | | | | | |
| **Koordynacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji** |  |  | **Działania koordynacyjne** (w tym współpraca i nadzór nad IP) |  |  | zł |
| **Udział w grupach** |  |  | **Grupa Sterująca ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich** |  |  | zł |
|  |  | **Grupa robocza IZ-IP ds. informacji i promocji** |  |  | zł |
| **Współpraca międzynarodowa** |  |  |  |  |  |  |
| **Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy** |  |  | **Badanie społeczne** |  |  | zł |
|  |  | **Ewaluacja** |  |  | zł |
| **Inne** |  |  |  |  |  |  |
| **2. Działania informacyjne** | | | | | | |
| **System informacji - sieć PIFE** | *W RPD RPO: informacja:*  Sieć PIFE w województwie … prowadzona jest w ramach umowy o numerze … między MIiR 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 MIiR. 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. | | | | | |
| **Portale i serwisy internetowe** |  |  |  |  |  | zł |
| **Inne** |  |  |  |  |  | zł |
| **3. Działania edukacyjne** | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **Szkolenia dla beneficjentów[[1]](#footnote-1)** |  |  |  |  |  | zł |
| **Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów[[2]](#footnote-2)** |  |  |  |  |  | zł |
| **Inne** |  |  |  |  |  |  |
| **4. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w Internecie** | | | | | | |
| **Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu** |  |  | Szczegóły znajdują się w tabeli 3. |  |  |  |
| **Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)** |  |  | Audycje  *Prosimy o uwględnienie działań niebędących częścią działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu*[[3]](#footnote-3)*. Opis wszystkich działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu należy umieścić w tabeli nr 3.* |  |  | zł |
|  |  | Spoty  *Jw.* |  |  | zł |
| **Radio (audycje sponsorowane, reklamy)** |  |  | Audycje  *Jw.* |  |  | zł |
|  |  | Spoty  *Jw.* |  |  | zł |
| **Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)** |  |  | *Jw.* |  |  | zł |
| **Internet (sponsorowane publikacje, reklamy, media społecznościowe)** |  |  | Publikacje w Internecie[[4]](#footnote-4)  *Jw.* |  |  | zł |
|  |  | Reklamy  *Jw.* |  |  | zł |
| **inne** |  |  | *Jw.* |  |  | zł |
| **5. Imprezy otwarte i inne** | | | | | | |
| **Eventy, pikniki, festyny** |  |  |  |  |  | zł |
| **Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy itp.** |  |  |  |  |  | zł |
| **Inne** |  |  |  |  |  | zł |
| **6. Konkursy** | | | | | | |
| **Konkursy promocyjne** |  |  |  |  |  | zł |
| **Inne** |  |  |  |  |  |  |
| **7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych** | | | | | | |
| **Publikacje (drukowane i elektroniczne)** |  |  | *Oprócz informacji z „minimum”, również sposób dystrybucji.* |  |  | zł |
| **Materiały promocyjne typu gadżety** |  |  | *Oprócz informacji z „minimum”, również sposób dystrybucji w grupach docelowych.* |  |  | zł |
| **Materiały brandingowe i wystawiennicze, np. rollupy, ścianki** |  |  |  |  |  | zł |
| **Inne** |  |  |  |  |  | zł |
| **ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU** | | | | | | **…………..PLN** |

# 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* |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

# 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** | | |
| 1. Skrótowy opis działania |  | |
| 1. Grupa docelowa |  | |
| 1. Zasięg terytorialny działania |  | |
| 1. Narzędzia[[5]](#footnote-5) 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 |
| 1. Termin realizacji |  | |
| 1. Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe) | **Telewizja**, np.  m.in.  Zasięg w GRP  Zasięg 1+  Zasięg efektywny (np. zasięg 3+)  **Kampania radiowa**, np.  m.in.  Zasięg w GRP  Zasięg 1+  Zasięg efektywny (np. zasięg 3+)  **Prasa**  …  **Internet**  …  **Inne**  … | |
| **6. Uzasadnienie działania** | * *który cel/cele ze strategii realizują te działania* * *uzasadnienie w nawiązaniu do efektywnościowych zasad prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych, o których mowa w Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020.* * **Zasada ……………**   *Uzasadnienie*   * **Zasada ……………**   *Uzasadnienie*  *…*   * *opcjonalnie inne istotne informacje, np. ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami, zaangażowanie beneficjentów, współpraca z partnerami* | |
| **7. Osoba do kontaktu** | Imię i nazwisko:  Numer telefonu:  Adres mailowy: | |

1. 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. [↑](#footnote-ref-1)
2. Jw. [↑](#footnote-ref-2)
3. Zgodnie z definicją działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu, zawartą w *Strategii komunikacji polityki spójności*. [↑](#footnote-ref-3)
4. Włączając działania w mediach społecznościowych, również te realizowane bezkosztowo. [↑](#footnote-ref-4)
5. Elementy: nazwy stacji/ grupy stacji, liczba emisji, tytuły prasowe oraz nazwy portalu należy podać, jeśli są znane na tym etapie. [↑](#footnote-ref-5)