



*Załącznik nr II c do Sprawozdania okresowego z realizacji RPO WSL w I półroczu 2015 roku*

### **Formularz sprawozdawczy dotyczący promocji i informacji**

<b>Numer programu (CCI):</b>	2007PL161PO019
<b>Nazwa programu:</b>	Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego na lata 2007-2013
<b>Okres sprawozdawczy:</b>	od: 1 stycznia 2015r. do: 30 czerwca 2015r.

#### **1. Zrealizowane działania w zakresie informacji, promocji i szkoleń**

W okresie sprawozdawczym Instytucja Zarządzająca RPO WSL we współpracy z IP2 prowadziły działania mające na celu między innymi: wsparcie beneficjentów realizujących projekty dofinansowanie w ramach RPO WSL.

Ponadto, IZ RPO WSL w swoich działaniach koncentrowała się na rozpowszechnianiu dobrych praktyk poprzez szeroką promocję sfinansowanych już projektów i związanych z tym pozytywnych zmian i korzyści dla mieszkańców.

Działania, prowadzone zgodnie z *Planem komunikacji RPO WSL na lata 2007-2013* oraz *Rocznym planem działań informacyjnych i promocyjnych na 2015 rok*, adresowano przede wszystkim do opinii publicznej, potencjalnych beneficjentów, beneficjentów oraz partnerów społecznych i gospodarczych.

Koncentrowały się na sześciu głównych obszarach: informacja, promocja, edukacja, Internet, ewaluacja, wymiana doświadczeń. Listę najważniejszych działań oraz ich szczegółowy opis przedstawia tabela poniżej.

<b>Lp.</b>	<b>Nazwa działania</b>	<b>Opis działania</b>
<b>Informacja</b>		
<b>1.</b>	Prowadzenie punktów informacyjnych RPO WSL	Funkcjonowanie: - 1 branżowego Punktu Informacyjnego dla przedsiębiorców. Współpraca z: - innymi sieciami informującymi o FE i środkach pomocowych z UE.
<b>Promocja</b>		
<b>2.</b>	Współpraca z mediami	IZ RPO ESL zamieszczała publikacje informacyjne w <i>Dzienniku Zachodnim</i> . Bieżąca współpraca.

3.	Współpraca ze stacjami radiowymi	IP2 RPO WSL przeprowadziła (06.2015) postępowanie i przygotowała do realizacji kampanię radiową złożoną z produkcji i emisji spotów oraz 2 audycji na temat wsparcia przedsiębiorców i efektów wdrażania RPO WSL 2007 – 2013.
4.	Współpraca ze stacjami telewizyjnymi	Bieżąca współpraca ze stacjami telewizyjnymi z województwa śląskiego.
5.	Biuletyn informacyjny SILESIA REGION	Realizacja w II półroczu.
6.	Materiały promocyjne	IP2 RPO WSL zakupiła materiały promocyjne wykorzystywane w działaniach informacyjno-promocyjnych (np. piknik, targi etc).
7.	Udział w targach i imprezach wystawienniczych	IP2 zorganizowała stoiska informacyjne m.in. podczas: - Konferencji w Sosnowieckim Parku Naukowo-Technologicznym w Sosnowcu, - Inżynierskich Targów Pracy i Przedsiębiorczości na Politechnice Śl., - XVII Ogólnopolskich Targów Edukacyjnych, - Konwentu Kobiet Sukcesu.
8.	Współpraca z partnerami społecznymi i gospodarczymi	Bieżąca współpraca z Eurodeputowanymi, uczelniami wyższymi.  Współpraca z Fundacją Viribus Unitis, Funduszem Górnośląskim SA w Katowicach, Agencją Rozwoju Lokalnego SA w Sosnowcu, Agencją Rozwoju Regionalnego SA w Częstochowie, Śląskim Regionalnym Funduszem Poręczeniowym Sp. z o.o. w Katowicach.  Współpraca z Górnośląską Agencją Rozwoju Regionalnego i PARP w ramach porozumienia.

9.	Kampania o szerokim zasięgu	<p>IZ RPO WSL przeprowadzała kampanię o szerokim zasięgu dotyczącą Dni Otwartych Funduszy Europejskich, które odbyły się okresie między 7 maja 2015 r. a 11 maja 2015r. W ramach akcji przeprowadzano:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 20 audycji radiowych w formie krótkich (120 sekundowych) wywiadów</li> <li>• 18 rozmów z wybranymi Beneficjentami zapraszającymi do odwiedzenia ich projektów i informującymi o zaplanowanych atrakcjach dla odwiedzających</li> <li>• 2 rozmowy z przedstawicielem IZ RPO WSL</li> <li>• 6 publikacji w różnych tytułach w prasie regionalnej i lokalnej, która obejmować będzie całe województwo śląskie</li> <li>• Kampanię banerowa w serwisach regionalnych/ogólnopolskich (geotargetowanie)</li> <li>• Wsparcie uczestników akcji materiałami promocyjnymi przez IZ RPO WSL.</li> </ul>
<b>Edukacja</b>		
10.	Szkolenia i działania informacyjne dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów w obecnym i przyszłym okresie programowania	<ul style="list-style-type: none"> <li>• IZ RPO WSL przeprowadziło 1 cykl spotkań subregionalnych dot. SZOOP dla RPO WSL.</li> <li>• IP2 RPO WSL zorganizowała warsztaty dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów z zakresu m.in.: rozliczania projektów oraz podpisywania umów o dofinansowanie.</li> </ul>
11.	Wydarzenia w terenie	Realizacja w II półroczu.
<b>Internet</b>		
12.	Prowadzenie i udoskonalenie portalu RPO WSL	Bieżąca obsługa witryny IZ RPO WSL. Bieżąca wysyłka newsletterów.
13.	Prowadzenie witryny promocyjnej portalu RPO WSL	Współpraca IZ RPO WSL oraz IP2 jak również duże zaangażowanie beneficjentów w tworzenie strony promocyjnej.

14.	Prowadzenie portalu Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości jako IP 2 RPO WSL.	Bieżące prowadzenie i aktualizowanie strony internetowej: scp-slask.pl, którą zarządza Śląskie Centrum Przedsiębiorczości. Bieżąca wysyłka newsletterów.
15.	Współpraca z MIR oraz podmiotami zaangażowanymi we wdrażanie FE	Na bieżąco realizowana jest współpraca redaktorów w zakresie wprowadzania informacji na stronę <a href="http://www.funduszeuropejskie.gov.pl">www.funduszeuropejskie.gov.pl</a>
<b>Ewaluacja</b>		
16.	Badania ewaluacyjne działań informacyjno-promocyjnych poprzez stronę internetową	Stały monitoring stron za pomocą narzędzia Google Analytics, który pozwala na pozyskiwanie danych służących ewaluacji działań w zakresie stron internetowych.
<b>Wymiana doświadczeń</b>		
17.	Grupa Robocza ds. Informacji i promocji	Udział w spotkaniach grupy i wymianie doświadczeń.
18.	Współpraca w ramach Grupy Sterującej ds. Informacji i Promocji FE	Udział w spotkaniach grupy oraz w szkoleniach i wymianie doświadczeń

UWAGA: Nazwy działań oraz ich opisy powinny bazować na nazwach działań i opisach zawartych w tabeli nr 1, znajdującej się w Rocznym planie działań informacyjnych i promocyjnych.

## 2. Postęp rzeczowy działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych<sup>1</sup>

Obszar	Wskaźnik	Rok	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015	
		Półrocze	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II
Sieć Punktów Informacyjnych	Liczba odpowiedzi udzielonych drogą elektroniczną	Realizacja	0	0	400	1120	1680	2630	4560	6717	8351	10599	12048	12810	13205	13430	13717	13831	14048	
		Wartość docelowa <sup>2)</sup>	0		1220		1500		1500		1500		1500		500		401		5000	
		Wartość bazowa																		
	Liczba odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną	Realizacja	0	0	3000	6500	14000	17000	24355	30450	34600	40169	43752	45950	48327	50146	51885	52939	54965	
		Wartość docelowa	0		6500		4500		4500		4500		2000		1500		500		20000	
		Wartość bazowa																		
	Liczba funkcjonujących punktów	Realizacja	0	0	1	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	1	
		Wartość docelowa	0		4		5		5		5		5		5		4		5	
		Wartość bazowa																		

<sup>1)</sup> Jeśli ilość danych uniemożliwia wypełnienie tabeli w sprawozdaniu, należy załączyć dodatkową tabelę w formacie xls. Jeśli dane dotyczące wskaźników nie są dostępne, należy zaznaczyć kiedy będą możliwe do zaprezentowania (w polu „Komentarz”).

<sup>2)</sup> Wartość docelowa powinna zostać podana w ujęciu rocznym, jak w załączniku nr 1 do Rocznego planu działań informacyjnych i promocyjnych oraz dla całego okresu programowania – tak, jak został określony w dokumentach programowych (wskazane podanie danych szacowanych na lata 2013, 2015).

	Liczba osób odwiedzających punkty	Realizacja	0	0	400	1100	3900	5400	9437	11807	13638	1 67 40	19586	212 91	22269	230 12	235 61	238 06	2390 0	
		Wartość docelowa	0		1200		1200		1200		1200		1500		1000		500		10000	
		Wartość bazowa																		
Przedsięwzięcia medialne/edukacyjne	Liczba przeprowadzonych przedsięwzięć medialnych/, edukacyjnych	Realizacja	18		18	19	20	22	23	26	28	32	39	48	50	52	0	56	56	
		Wartość docelowa	0		1		3		4		4		4		4		2		20	
		Wartość bazowa																		
Przedsięwzięcia medialne/edukacyjne	Liczba artykułów prasowych, audycji radiowych i telewizyjnych, będących bezpośrednim efektem prowadzonych przedsięwzięć medialnych edukacyjnych	Realizacja	3		3	3	29	51	62	100	119	122	290	409	413	439	0	535	537	
		Wartość docelowa	0		0		10		10		10		137		50		50		100	
		Wartość bazowa																		

Konferencje, seminaria, wykłady, warsztaty, prezentacje	Liczba zorganizowanych szkoleń, seminariów, warsztatów i innych rodzajów spotkań	Realizacja	0	0	25	42	75	109	138	164	183	218	236	264	267	286	295	314	318	
		Wartość docelowa	0		42		30		25		25		20		15		15		175	
		Wartość bazowa																		
Konferencje, seminaria, wykłady, warsztaty, prezentacje	Liczba osób uczestniczących w spotkaniach	Realizacja	1044		3344	4944	7744	9731	11006	12651	13668	15683	16872	18575	18879	19995	20163	21273	21695	
		Wartość docelowa	0		2900		2000		2500		2500		2000		1000		1000		9000	
		Wartość bazowa																		
Biuletyn	Liczba egzemplarzy biuletynu	Realizacja			2000	4000	4000	8000	12 000	18 000	21000	30000	32000	40 000	40000	48000	50000	56000	56000	
		Wartość docelowa					10000		10 000		10000		12000		8000		8000		40000	
		Wartość bazowa																		
	Liczba wydanych numerów	Realizacja			1	2	2	4	6	9	10	13	14	17	17	21	22	25	25	
		Wartość docelowa					2		5		5		4		4		4		20	
		Wartość bazowa																		

Wizytacje projektów, ekspozycje projektów	Liczba zorganizowanych wizytacji projektów oraz ekspozycji projektów	Realizacja	0	0	0	0	0	2	3	5	7	11	14	17	20	24	25	28	28	
		Wartość docelowa	0		0		2		2		1		4		10		4		4	
		Wartość bazowa																		
	Liczba osób uczestniczących w wizytacjach projektów oraz ekspozycjach projektów	Realizacja	0	0	0	0	0	99	199	234	239	529	679	745	778	1071	1135	2921	2921	
		Wartość docelowa	0		0		20		20		20		60		300		200		70	
		Wartość bazowa																		
Druki i materiały audiowizualne	Liczba tytułów, rodzajów wydanych publikacji, broszur informacyjnych, ulotek, reklam, plakatów, materiałów audiowizualnych	Realizacja	3		8	13	23	29	29	53	63	77	79	84	84	88	0	8	96	
		Wartość docelowa	0		10		4		4		4		10		4		4		20	
		Wartość bazowa																		
	Liczba egzemplarzy wydrukowanych/wydanych publikacji, broszur informacyjnych, ulotek, reklam,	Realizacja	0	0	8000	13000	13000	17280	17280	34292	34500	47015	49027	61527	61527	69527	0	72287	72287	
		Wartość docelowa	0		13000		10000		10 000		10000		14000		8000		4000		500 000	



	plakatów, materiałów audio- wizualnych	Wartość bazowa																		
Serwisy Internetowe, newsletter	Liczba serwisów	Realizacja	0	0	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
		Wartość docelowa	0		2		2		2		2		2		2		2			
		Wartość bazowa																		
	Liczba odwiedzin serwisów	Realizacja	0	0	5000 0	1100 0	44200 00	10153 49	15013 37	19070 21	225 205 3	260 520 9	294 407 2	32384 39	37301 41	4137204	437 1558	4582 859	48076 24	
		Wartość docelowa	0		6000		0		800 000		500000		30000		300000		300000		800 000	
		Wartość bazowa																		
	Liczba zarejestrowanych podmiotów, które otrzymują komunikaty poprzez newsletter	Realizacja	0	0	3100	3400	3500	3500	5102	4756	429 0	448 3	459 4	4710	4862	5050	526 6	5898	1002 5	
		Wartość docelowa	0		3400		3000		3 000		3000		3000		3000		3600		4000	
		Wartość bazowa																		
	Liczba rozesłanych informacji newsletterem	Realizacja	0	0	50	110	155	185	255	338	396	463	536	598	639	681	714	761	791	
		Wartość docelowa	0		110		50		100		100		100		100		70		450	
		Wartość bazowa																		

Raportowanie	Liczba sporządzonych raportów	Realizacja	0	0	0	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
		Wartość docelowa	0		0		0		2		2		2		2		2		14	
		Wartość bazowa																		

*UWAGA: Nazwy działań oraz wskaźników powinny być tożsame z nazwami działań i wskaźników zawartymi w załączniku nr 1 do Rocznego planu działań informacyjnych i promocyjnych.*

### 3. Informacja nt. udostępnienia listy beneficjentów

W okresie sprawozdawczym lista beneficjentów była aktualizowana za pomocą systemu informatycznego SIWIZ i wszelkie zmiany w tej liście następowały automatycznie w chwili wystąpienia następujących zdarzeń:

- zamknięcia naboru projektów,
- zakończenia poszczególnych etapów oceny projektów,
- podjęcia decyzji o wyborze do dofinansowania oraz podpisania umowy z beneficjentem.

Listy beneficjentów zawierające informacje o dofinansowaniu były aktualizowane na bieżąco.

*\* niepotrzebne skreślić*

### 4. Informacja nt. współpracy IZ PO/RPO z podmiotami wymienionymi w Art. 5 ust. 3 Rozporządzenia nr 1828/2006.

Prowadząc działania informacyjne, promocyjne oraz szkoleniowe w okresie sprawozdawczym Instytucja Zarządzająca lub instytucja wykonująca zadania w jej imieniu współpracowała z następującymi podmiotami określonymi w Art. 5 ust. 3 Rozporządzenia Komisji (WE) nr 1828/2006:

- |   |  |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Władze krajowe, regionalne lub lokalne oraz agencje rozwoju | <input checked="" type="checkbox"/> Stowarzyszenia handlowe i zawodowe |
| <input checked="" type="checkbox"/> Partnerzy społeczni i gospodarczy                           | <input checked="" type="checkbox"/> Organizacje pozarządowe            |
| <input checked="" type="checkbox"/> Organizacje przedsiębiorców                                 | <input checked="" type="checkbox"/> Centra informacji europejskiej     |
| <input checked="" type="checkbox"/> Przedstawicielstwo KE w Polsce                              | <input checked="" type="checkbox"/> Instytucje oświatowe               |

### 5. Informacje nt. analizy i oceny prowadzonych działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych

**5.1.** Czy w okresie sprawozdawczym były prowadzone badania ewaluacyjne dotyczące skuteczności i efektywności realizowanych działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych?

- |   |                          |
|---|--------------------------|
| Tak - ankiety dla osób korzystających z usług punktów informacyjnych  | Nie                      |
| <input checked="" type="checkbox"/> Maj 2014- Rozpoczęcie badania ewaluacyjnego z zakresu działań informacyjno-promocyjnych RPO WSL 2007-2013 | <input type="checkbox"/> |

**5.2.** W wyniku przeprowadzonej oceny działań lub analizy informacji zwrotnych Instytucja Zarządzająca podjęła następujące działania usprawniające:

Wdrożenie rekomendacji wynikających z wyników badania pn. „Ocena działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych w ramach RPO WSL na lata 2007-2013” przeprowadzonego od kwietnia do lipca 2014 r.

**5.3.** Czy w wyniku przeprowadzonej oceny działań, analizy informacji zwrotnych lub z innych powodów Instytucja Zarządzająca planuje dokonać modyfikacji Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych lub Planu komunikacji programu operacyjnego?



Tak

Nie ☐

**5.4.** Zakres planowanych modyfikacji rocznego planu działań lub Planu komunikacji obejmuje (np. grupy docelowe, do których należy wzmocnić przekaz; rezygnacja z istniejącego lub wybór nowego narzędzia/kanalu komunikacji):

A. Tak w zakresie aktualizacji wskaźników

**5.5.** Planowane modyfikacje wynikają z następujących przyczyn:

A. Rozbieżność pomiędzy zakładanymi wskaźnikami a realnym ich osiągnięciem

**5.6.** Czy w trakcie prowadzenia działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych Instytucja Zarządzająca zidentyfikowała istotne zagrożenia dla realizacji Roczego planu działań lub Planu komunikacji?



Tak



Nie

**5.7.** Zidentyfikowane istotne zagrożenia dotyczą:

Przesunięcia w czasie względem przyjętego harmonogramu realizacji poszczególnych działań na skutek przedłużających się procedur zamówień publicznych.

## **6. Informacje dodatkowe**

Nie dotyczy