

Uchwała Nr 667/184/V/2017
Zarządu Województwa Śląskiego
z dnia 04.04.2017 roku

w sprawie: przyjęcia aktualizacji Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych na 2017 r. dla Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020.

Na podstawie art. 41 ust. 2 pkt 4 ustawy z dnia 5 czerwca 1998 r. o samorządzie województwa (tekst jednolity Dz. U. z 2016 r. poz. 486), art. 115 i 116 Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. ustanawiającym wspólne przepisy dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności, Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich 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. U. UE. L. z 2013 r., nr 347, poz. 320 z późn. zm.), art. 9 ust.1 pkt. 12 ustawy z dnia 11 lipca 2014 r. o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014-2020 (Dz. U. 2016 poz. 217 z późn. zm.) oraz podrozdziałem 3.3b Wytycznych Ministra Rozwoju i Finansów w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020 z 3 listopada 2016 roku.

Zarząd Województwa Śląskiego

uchwała:

§ 1

1. Przyjmuje się aktualizację Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych na 2017 r. dla Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020.
2. Zaktualizowany Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych na 2017 r. dla Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020 stanowi załącznik do uchwały.

§ 2

Wykonanie uchwały powierza się Marszałkowi Województwa Śląskiego.

§ 3

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Wojciech Saługa – Marszałek Województwa	
Michał Gramatyka – Wicemarszałek Województwa	
Stanisław Dąbrowa – Wicemarszałek Województwa	
Henryk Mercik – Członek Zarządu Województwa	
Kazimierz Karolczak – Członek Zarządu Województwa	

**Roczny plan działań
informacyjnych i promocyjnych
na 2017 r.
dla Regionalnego Programu Operacyjnego
Województwa Śląskiego na lata 2014-2020**

Spis treści:

1. Wstęp	4
Wydział Rozwoju Regionalnego Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego ul. Plebiscytowa 36 40-032 Katowice e-mail: fundusze@slaskie.pl tel. 32 77 99 2824 osoba do kontaktu: Krystyna Skrabek e-mail: kskrabek@slaskie.pl tel. 32 77 99 191	
2. Podstawy opracowania Roczego planu działań	4
2.1. Kluczowe dokumenty	4
2.2. Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020	4
2.3. Wyniki badań i analiz	5
3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2017	6
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2017	6
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji	18
6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu	22

1. Wstęp

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych dla Strategii Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego (zwany dalej Rocznym planem działań, w skrócie RPD) jest dokumentem o charakterze operacyjnym, przygotowanym przez IZ RPO WSL, na potrzeby realizacji w 2017 r. zapisów ww. Strategii. 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 Regionalnemu Programowi Operacyjnemu Województwa Śląskiego, wymienia i opisuje najważniejsze działania komunikacyjne prowadzone przez Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego, Śląskie Centrum Przedsiębiorczości, Wojewódzki Urząd Pracy w Katowicach oraz Zintegrowane/Regionalne Inwestycje Terytorialne. ich cele, ramy czasowe oraz szacunkowy budżet.

Dane kontaktowe do podmiotu odpowiedzialnego za sporządzenie RPD:

Wydział Rozwoju Regionalnego
Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego
ul. Plebiscytowa 36
40-032 Katowice
e-mail: fundusze@slaskie.pl
tel. 32 77 99 282

osoba do kontaktu: Krystyna Skrabek
e-mail: kskrabek@slaskie.pl
tel. 32 77 99 191

2. Podstawy opracowania Roczno planu działań

2.1. Kluczowe dokumenty

-
- Wytyczne w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020
- Strategia komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020
- Strategia komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020

2.2. Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020

Cel strategiczny dla danego programu

Komunikacja Funduszy Europejskich wspomaga wykorzystanie środków z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego dla realizacji celów rozwojowych regionu.

Cel nadrzędny Strategii komunikacji

Komunikacja Funduszy Europejskich wspomaga wykorzystanie środków z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego dla realizacji celów rozwojowych regionu.

Cele szczegółowe Strategii komunikacji

Komunikacja Funduszy Europejskich:

1. aktywizuje mieszkańców województwa śląskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020
2. wspiera beneficjentów w realizacji projektów,
3. zapewnia mieszkańcom województwa śląskiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020
4. zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy FE w województwie śląskim.

2.3. Wyniki badań i analiz

Badanie rozpoznawalności i wiedzy o Funduszach Europejskich w społeczeństwie polskim. Edycja 2016

W województwie śląskim poziom znajomości pojęcia „Fundusze Europejskie” wyraźnie zmniejszył się porównując do pomiaru z 2014 roku. Wśród znających znacząco mniej jest osób, które deklarują, że wiedzą, czym są FE (47% vs 60% w 2014 r.), a grupa kojarzący FE wyłącznie z nazwy jest wyraźnie większa (36% vs 32% w 2014 r.). Nadal jest zatem przestrzeń na poprawę tego wskaźnika.

Poziom wiedzy i przekonania dotyczące oddziaływania FE również wypadają nieco słabiej niż w 2014 r. Mieszkańcy podobnie jak przed dwoma laty pozytywnie oceniają wpływ FE na rozwój kraju, regionu oraz poprawę jakości życia Polaków. Jednak mniej osób dostrzega zmiany w swoim najbliższym otoczeniu (62% vs 68%). Już tylko połowa mieszkańców ma przeświadczenie, że osobiście korzysta z FE lub ze zmian, jakie dzięki nim zachodzą (51% vs 62%).

Mniej osób, niż dwa lata temu, jest przeświadczonych o równości szans wszystkich ubiegających się o dofinansowanie z FE (27% vs 37%). Wciąż niski jest odsetek przekonanych o tym, że łatwo o dotację z FE. Nadal co czwarty mieszkaniec województwa, który słyszał o FE, wskazuje, że on sam również jest uprawniony do ubiegania się o dofinansowanie z FE. W województwie obserwujemy jednak wyraźny spadek odsetka rozważających ubieganie się o dofinansowanie ze środków unijnych (9% vs 27% w 2014).

Pojęcie Fundusze Europejskie/Fundusze Unijne jest powszechnie znane mieszkańcom regionu (83%). Większość mieszkańców województwa śląskiego wie, czym są FE (47%-), ale jest spora grupa, która zna FE wyłącznie z nazwy (36%+).

Jedynie co dziesiąty mieszkaniec województwa śląskiego deklaruje częsty lub bardzo częsty kontakt z informacjami o Funduszach Europejskich (12%-). Najwięcej zaś osób wskazuje na kontakt rzadki lub bardzo rzadki (odpowiednio 36%+ i 26%+).

Ci, którzy często mają kontakt z informacjami o FE, dobrze oceniają ich zrozumiałość i wiarygodność. 78% uważa, że przekazywane są one zrozumiałym językiem, a 86% (30%+ zdecydowanie się z tym zgadza) jest zdania, że są one raczej lub zdecydowanie wiarygodne.

Najpopularniejsze źródło informacji o Funduszach Europejskich nadal stanowi telewizja (52%), a w następnej kolejności internet (12%-) oraz urzędy (11%). Co czwarty mieszkaniec regionu nie przypomina sobie źródła kontaktu z informacjami o FE (24%+).

Niespełna połowa mieszkańców województwa czyta dzienniki przynajmniej raz w tygodniu (40%), a 8%- to codzienni czytelnicy. Najczęściej czytane tytuły to „Fakt” (59%) oraz „Gazeta Wyborcza” (55%). Mieszkańcy województwa śląskiego preferują czytanie prasy codziennej w wersji papierowej (74%).

Istotnie częściej, niż w przypadku ogółu Polaków, w województwie czytane są gazety regionalne oraz lokalne (odpowiednio 32%+ oraz 30%+ mieszkańców czyta je przynajmniej raz w tygodniu).

Niespełna 60% mieszkańców śląskiego słucha radia regularnie (codziennie lub prawie codziennie 59%-), a co najmniej raz w tygodniu 80% osób. Najchętniej wybierane stacje radiowe to RMF FM (54%) oraz Radio Zet (50%+), a w następnej kolejności Program I Polskiego Radia (15%) oraz Polskie Radio Katowice (12%+).

Z internetu przynajmniej raz w tygodniu korzysta 56%, a codziennie lub prawie codziennie – 40%-mieszkańców. Cztery najchętniej odwiedzane strony internetowe to: facebook.com (73%+), google.com (70%), youtube.com (55%) oraz onet.pl (48%). Mieszkańcy wyraźnie rzadziej, niż ogół społeczeństwa, odwiedzają stronę wp.pl (18%- vs 45%).

Konto na portalu społecznościowym posiada 36% mieszkańców regionu. Zdecydowana większość użytkowników korzysta z serwisów społecznościowych codziennie lub prawie codziennie (83%). Przeważnie jest to Facebook (91%), ale wyraźnie więcej jest wśród mieszkańców śląskiego użytkowników Youtube'a (22%+).

Obserwacje:

Z prowadzonych obserwacji wynika, że w ramach RPO WSL 2014-2020 obszary, które potrzebują dodatkowego wsparcia komunikacyjnego to: szkolnictwo zawodowe (zły wizerunek szkół zawodowych, zmieniająca się ustawa; mała liczba złożonych do tej pory wniosków); rewitalizacja (problem z łączeniem rewitalizacji infrastrukturalnej ze społeczną), BUR (nowy mechanizm, którego działanie nie do końca jest jeszcze zrozumiałe).

Z kolei z ankiet prowadzonych w ramach DOFE wynika, że Internet jest głównym kanałem informacji.

3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2017

a) informowanie potencjalnych beneficjentów i beneficjentów o:

- źródłach informacji o RPO WSL 2014-2020,
- możliwościach i formach dofinansowania w ramach RPO WSL 2014-2020,
- sposobach realizacji projektów, w tym wsparciu w realizacji projektów, poprzez kampanie informacyjną, stronę internetową rpo.slaskie.pl; z uwzględnieniem zasad prostego języka w materiałach i dokumentach tworzonych na potrzeby naborów wniosków o dofinansowanie (a w tym dalsza realizacja szkoleń);

b) współpraca w ramach Dni Otwartych Funduszy Europejskich, w ramach cyklicznej akcji informacyjno-promocyjnej.

Każdy, ogłaszany w ramach RPO WSL, konkurs będzie wsparty szeregiem działań informacyjno - promocyjnych dla potencjalnych beneficjentów, tj.: informacja na stronach internetowych (rpo.slaskie.pl; funduszeuropejskie.gov.pl; strony IP, w tym ZIT/RIT); newsletter, mailing do grup docelowych; działania promocyjne w mediach społecznościowych; spotkania informacyjne prowadzone przez pracowników merytorycznych zarówno w Katowicach, jak i poszczególnych subregionach województwa, dostępny na stronie internetowej FAQ. Przy części spotkań informacyjnych przewiduje się transmisję on-line. Promocja naborów konkursów odbywa się również w czasie konferencji, forów, stoisk informacyjnych np. podczas takich imprez jak Europejski Kongres Gospodarczy, Tydzień Przedsiębiorczości, Międzynarodowe Targi Innowacji Gospodarczych i Naukowych INTARG itp.

Przez cały rok będą prowadzone dodatkowe działania przez Biuro Prasowe: w przypadku dużych/ważnych naborów informacje pojawiają się na stronie slaskie.pl (oficjalna strona UMWSL); będą organizowane konferencje prasowe; wysyłany jest mailing do dziennikarzy.

. W przypadku naborów cieszących się mniejszą popularnością prowadzone są dodatkowe działania. W zależności od rodzaju naboru będą to: informacje w Internecie, prasie, wysyłka pism, organizowanie zamkniętych spotkań dedykowanych konkretnej grupie. Przykładowo w przypadku działania 7.1.3 ze względu na małe zainteresowanie Lokalnych Grup Działania planuje się przeprowadzenie działań za pomocą kontaktu bezpośredniego typu wysyłka pism, spotkania z tymi Grupami i rozmowy mające na celu znalezienie przyczyny tak niskiego zainteresowania.

W przypadku naborów skierowanych do przedsiębiorców dodatkowo pojawiają się ogłoszenia w radio oraz w prasie. Dodatkowo w przypadku konkursów wymagających szerszego nagłośnienia z uwagi na grupę docelową, zaplanowane zostały w RPD działania w oparciu o prasę branżową (np. przy konkursie dot. działania 1.2 B+R, innowacje w MŚP). Z kolei konkurs w ramach działania 1.2., ze względu na jego specyfikę, zostanie wypromowany m.in. poprzez mailing kierowany do klastrów, parków technologicznych oraz stref ekonomicznych (1.2. to jedyny konkurs w ofercie Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości dopuszczający udział dużych przedsiębiorstw);

Konkursom ŚCP poświęcony jest także poradnik „Fundusze dla biznesu”, gdzie stosownie do harmonogramu będą zamieszczane informacje nt. aktualnych naborów, dokumentacji, komentarze i uwagi pracowników merytorycznych, odpowiedzialnych za konkurs. W publikacji znajdzie się także miejsce na edukację potencjalnych beneficjentów poprzez omawianie zasad realizacji projektów.

Dostrzegając potrzebę promocji oferty RPO WSL dla przedsiębiorstw, ŚCP organizuje również spotkania w mniejszych miejscowościach subregionów. Spotkania takie są prowadzone we współpracy z samorządami, często przy udziale Wojewódzkiego Urzędu Pracy w Katowicach oraz Punktu informacyjnego Funduszy Europejskich.

4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2017

Intensyfikacja promocji będzie dotyczyć tych naborów, które charakteryzują się (lub istnieje ryzyko, że będą się charakteryzować) mniejszą popularnością, lub tych, w których dotychczas składane wnioski

były słabej jakości (lub istnieje ryzyko, że będą słabej jakości). Promocja naborów będzie skierowana do potencjalnych beneficjentów,

Działania dla beneficjentów będą się koncentrować na wspieraniu ich w realizacji projektów.

Działania dla potencjalnych uczestników projektów koncentrują się na informowaniu o możliwościach, jakie dla nich istnieją w ramach realizowanych projektów.

Działania informacyjno-promocyjne podejmowane przez IZ RPO będą służyć realizacji konkretnych celów związanych z naborami wniosków, którymi są:

- jak najlepsza jakość składanych wniosków, co w konsekwencji przekłada się na wysoki procent wniosków zatwierdzonych do dofinansowania, których efektem jest podpisana umowa o dofinansowanie,
- jak najwyższy poziom wykorzystania dostępnej na dany rok alokacji działania/ programu .

W przypadku instrumentów finansowych informacja o tej formie wsparcia finansowego będzie również dostępna, jak w przypadku wsparcia finansowego w formie dotacyjnej.

W przypadku posługiwania się w komunikacji przykładami zrealizowanych lub realizowanych

projektów w pierwszej kolejności promowane będą projekty z perspektywy 14-20, a dopiero w drugiej kolejności z poprzedniego okresu programowania.

Prezentowane projekty będą spełniać kryteria europejskiej wartości dodanej (EAV), czyli będą to projekty, których wartość jest większa niż gdyby były finansowane z poziomu krajowego i projekty, które wpisują się w cele Europy 2020, w których wspierane jest partnerstwo i innowacyjne podejście do rozwiązywania problemów.

Tabela 1 Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach RPO WSL 2014-2020 w roku 2017

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 wspierające realizację Strategii	IZ RPO WSL	Działania koordynacyjne (w tym współpraca i nadzór nad IP)	IZ WRR	Cały rok	0,00 zł
1.2	Udział w grupach	Działania wspierające realizację Strategii	IZ RPO WSL	Grupa Sterująca ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich Organizacja wyjazdowego posiedzenia Grupy Sterującej ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich wraz ze szkoleniem	IZ WRR	Cały rok	35 000,00 zł
			IZ/IP RPO WSL	Grupa robocza ds. Komunikacji i Informacji o Funduszach Europejskich w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020	IZ WRR	Cały rok	2 000,00 zł
1.3	Współpraca międzynarodowa	Działania wspierające realizację Strategii	IZ RPO WSL	Współpraca z Komisją Europejską w zakresie projektów spełniających kryteria europejskiej wartości dodanej (EAV)	IZ WRR	Cały rok	0,00 zł
1.4	Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy	Działania wspierające realizację Strategii	IZ RPO WSL	Badanie społeczne – zostanie przeprowadzone w ramach kampanii o szerokim zasięgu w celu oceny jej skuteczności i efektywności. Narzędzia: badanie CATI (m.in. stopień wiedzy nt. RPO WSL, źródła informacji nt. RPO WSL, znajomość kampanii, miejsce kontaktu z kampanią, ocena kampanii) oraz analizy statystyk serwisu www.rpo.slaskie.pl za pomocą Google Analytics dot. następujących podstron: Podstawowe informacje o programie, Informacje na temat ogłaszanych konkursów, Dane kontaktowe punktów z sieci PIFE, Informacje na temat szkoleń.	IZ WRR	IV kwartał	0,00 zł
				Ocena systemu informacji i promocji oraz działań informacyjno-promocyjnych w ramach RPO WSL 2014-2020. Celem badania będzie ocena zaprojektowanego w ramach RPO WSL na lata 2014-2020 systemu informacji i promocji. Ewaluacji zostaną poddane działania informacyjno – promocyjne podjęte od początku wdrażania Programu oraz realizacja Strategii Komunikacji, celem wypracowania rekomendacji zwiększających efektywność i skuteczność tych działań. W ramach badania analizie zostaną poddane stosowane narzędzia komunikacyjne oraz dokumenty programowe dotyczące promocji. Badanie pozwoli również na sprawdzenie możliwości osiągnięcia założonych celów działań informacyjno-promocyjnych. Ponadto, przedmiotem badania będzie przepływ informacji pomiędzy IZ a beneficjentami w celu identyfikacji potrzeb informacyjnych wśród poszczególnych grup docelowych. Badanie będzie realizowane i zostanie sfinansowane z budżetu komórki odp. za ewaluację.	IZ WRR	II-III kwartał	0,00 zł

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
1.5	Inne						
2. Działania informacyjne							
2.1	System informacji - sieć PIFE	Sieć PIFE w województwie śląskim prowadzona jest w ramach umowy o numerze DIP/BDG-II/POPT/128/14 między MliR a Województwem Śląskim. W województwie funkcjonuje główny punkt w Katowicach i 4 punkty lokalne w następujących miejscowościach: Bielsko-Biała, Rybnik, Częstochowa, Sosnowiec. Szczegółowe plany realizacji tego działania na dany rok są przedstawiane we Wniosku o przyznanie dotacji celowej na 2017 r. Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z MR. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy.					
2.2	Portale i serwisy internetowe	1-4	Odbiorcy rezultatów/uczestnicy projektów/potencjalni beneficjenci/Beneficjenci/media, IOB, uczelnie wyższe, organizacje przedsiębiorców	Rozwój i utrzymanie strony internetowej poświęconej RPO WSL 2014-2020. Bieżąca aktualizacja informacji na portalu.	IZ WRR	Cały rok	20 000,00 zł
				Rozwój i utrzymanie strony internetowej ŚCP poświęconej RPO WSL 2014-2020	IP ŚCP	Cały rok	3 000,00 zł
				Rozwój i utrzymanie strony internetowej WUP w Katowicach poświęconej RPO WSL 2014-2020	IP WUP	Cały rok	3 000,00 zł
2.3	Baza wiedzy²	Działania wspierające realizację Strategii		Administracja zespołami programu w Bazie Wiedzy o Funduszach Europejskich	IZ WRR	Cały rok	0,00 zł
2.4	Mapa dotacji³	1,2,3,	Potencjalni beneficjenci/Beneficjenci/Odbiorcy rezultatów	Uzupełnianie informacji o projektach w Mapie Dotacji UE	IZ WRR/WFR/WFS/IP ŚCP/IPWUP	Cały rok	0,00 zł
2.5	Wyszukiwarka Dotacji⁴	1	Potencjalni beneficjenci/	Uzupełnianie informacji o naborach na portalu FE i w Wyszukiwarce Dotacji	WRR/WFR/WFS/ŚCP/WUP	Cały rok	0,00 zł
2.	Inne	1,2	Potencjalni	Punkty kontaktowe w ramach instytucji wdrażających w zakresie powierzonych im zadań	IP ŚCP	Cały rok	0,00 zł

² Administracja zespołami programu w Bazie Wiedzy o Funduszach Europejskich.

³ Uzupełnianie informacji o projektach w Mapie Dotacji UE.

⁴ Uzupełnianie informacji o naborach na portalu FE i w Wyszukiwarce Dotacji.

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
6			beneficjenci/ Beneficjenci		IP WUP		
3. Działania edukacyjne							
3.1	Szkolenia dla beneficjentów ⁵	2	Beneficjenci	Szkolenia dla beneficjentów realizujących projekty. Szkolenia będą obejmowały m.in. zagadnienia związane z ustawą Prawo zamówień publicznych, pomocy publicznej i pomocy de minimis, rozliczania i kontoli projektów unijnych, zasady konkurencyjności, zasady równości szans kobiet i mężczyzn. Przewiduje się zakup i dystrybucję materiałów szkoleniowych niezbędnych przy organizacji spotkań (np. długopisy, teczki, pendrive'y itp.). IZ WRR planuje zapewnić z poszczególnych tematów ekspertów specjalizujących się w poszczególnych tematach. IZ/IK WRR = 30 szkoleń, ok. 1500 osób IP SCP = 5 szkoleń, ok. 100 osób IP WUP = 6 szkoleń, ok. 210 osób IP RIT PŁN = 1 szkolenie, ok. 60 osób IP RIT PŁD = 2 szkolenia, ok. 30 osób IP RIT SZ = 3 szkolenia, ok. 75 osób	IZ WRR IP ŚCP IP WUP IP RIT SPn IP RIT SPd IP RIT SZ	Cały rok	225 000,00 zł 4 500,00 zł 17 961,00 zł 7 500,00 zł 1 000,00 zł 5 000,00 zł
3.2	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów ⁶	1	Potencjalni beneficjenci	Spotkania informacyjne dla potencjalnych beneficjentów związane z ogłaszaniem konkursami. Celem spotkań będzie omówienie dokumentacji konkursowych w aspekcie zasad przygotowywania wniosków o dofinansowanie projektu, obsługi systemu komputerowego LSI, kwalifikowalności wydatków itp. Przewiduje się zakup i dystrybucję materiałów szkoleniowych niezbędnych przy organizacji spotkań (np. długopisy, teczki, notesy itp.). IZ/IK WRR= 40 spotkań, ok. 1600 osób IP ŚCP= 10 spotkań, ok. 300 osób IP WUP= 20 spotkań dla ok. 450 osób IP RIT SPPn=15 spotkań, ok. 150 osób	IZ WRR IP ŚCP IP WUP IP RIT SPn IP RIT SPd	Cały rok	80 000,00 zł 15 000,00 zł 39 389,00 zł 2 500,00 zł 5 000,00 zł

⁵ Należy uzupełnić w zakresie szkoleń organizowanych przez instytucję zarządzającą i pośredniczącą. Wykaz szkoleń realizowanych w ramach Sieci PIFE będzie przedstawiony w sprawozdaniach projektowych PIFE i nie należy go tu umieszczać.

⁶ Jw.

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				IP RIT SPd=10 spotkań, ok. 130 osób + 1 spotkanie animacyjne zachęcające do tworzenia partnerstw, ok. 40 osób IP RIT SZ = 9 spotkań, ok. 75 osób	IP RIT SZ		5 000,00 zł
3.3	Inne	1, 2, 3	Potencjalni beneficjenci/ Beneficjenci Potencjalni beneficjenci Beneficjenci/ potencjalni uczestnicy projektów	Organizacja 4 webinarów poświęconych ogólnej tematyce, obsłudze LSI, zamówieniom publicznym itp. oraz 4 relacji streaming video ze spotkań informacyjnych Organizacja webinarium poświęconego tematyce m.in. zasad kwalifikowalności wydatków w projektach. Spotkania dla mikro,małych i średnich przedsiębiorców w 4 subregionach informujące o możliwości dofinansowania usług rozwojowych w ramach Podmiotowego Systemu Finansowania 4 spotkania, ok. 200 osób łącznie (po ok. 50 osób na spotkanie) Organizacja seminarium podsumowującego pierwszy okres funkcjonowania PSF w woj. Śląskim dla min. 80 osób. Celem seminarium jest informowanie o możliwościach wsparcia w ramach PSF przedsiębiorców MŚP oraz szeroko pojęte IOB z woj. śląskiego.	IZ WRR/IP SCP IP WUP IP WUP IP WUP	Cały rok II kwartał Cały rok IV kwartał	50 000,00 zł 5 000,00 zł 0,00 zł 24 650,00 zł
4. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w Internecie							
4.1	Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu	1-4	Potencjalni beneficjenci	Kampania o szerokim zasięgu. Szczegóły znajdują się w tabeli 3. W ramach kampanii o szerokim zasięgu planuje się kampanię poświęconą najważniejszym naborom realizowanym w 2017 roku, harmonogramowi na 2018 rok oraz część specjalistyczną skoncentrowaną wokół Podmiotowego Systemu Finansowania i Bazy Usług Rozwojowych (ze względu na pełną nowość konieczność dodatkowego wypromowania, zgodnie z zapisami pisma Ministerstwa Rozwoju DZF.I.8510.46.2015.PM.1, NK 240144/15 z dnia 04.09.2015 dotyczącymi finansowania działań informacyjnych dotyczących PSF). Przewiduje się analizę skuteczności i efektywności przeprowadzonych działań.	IZ WRR	III-IV kwartał	1 503 000,00 zł
4.2	Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)			Nie dotyczy	-	-	-
				Nie dotyczy	-	-	-
4.	Radio (audycje	1,2, 3		Audycje:			

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
3	sponsorowane, reklamy)		Odbiorcy rezultatów/uczestnicy projektów/ Beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Planowane działania informacyjno-promocyjne dostarczać mają potencjalnym beneficjentom, potencjalnym uczestnikom projektów, odbiorcom rezultatów wiedzy na temat możliwości wsparcia z FE w perspektywie finansowej 2014-2020. Działania obejmować będą takie formy, jak: minimum 3 reportaże i 1 debata. Reportaże będą przedstawiały historie osób, które skorzystały już ze wsparcia RPO WSL 2014-2020 w nawiązaniu do poszczególnych naborów. Debata dotyczyć będzie luki kompetencyjnej na rynku pracy (zapotrzebowania na pracowników o określonych kwalifikacjach), efektywności szkoleń i sytuacji przedsiębiorstw MŚP w woj. śląskim w kontekście PSF. Zasięg działań będzie mieć charakter regionalny. emisja w minimum 1 stacji radiowej lub kilku obejmujących zasięgiem całe woj. śląskie. Emisja w terminach skorelowanych z naborami naborów do projektów. Wybór w oparciu o badanie Radio Track, zasięg dzienny słuchania min. 4 % w przypadku co najmniej jednej stacji.	IP WUP	Cały rok	50 000,00 zł
		1-2	Potencjalni beneficjenci Beneficjenci Odbiorcy rezultatów Potencjalni beneficjenci, beneficjenci, liderzy opinii, IOB, instytucje zrzeszające przedsiębiorców, ogół społeczeństwa	Spoty 1. Planowane działania informacyjno-promocyjne dostarczać mają potencjalnym beneficjentom, potencjalnym uczestnikom projektów, odbiorcom rezultatów wiedzy na temat możliwości wsparcia z FE w perspektywie finansowej 2014-2020. Działania obejmować będą takie formy, jak: emisja oraz produkcja spotów. Spoty zachęcające do skorzystania ze wsparcia EFS w ramach RPO WSL skierowane do poszczególnych grup docelowych RPO. Zasięg działań będzie mieć charakter regionalny – emisja w minimum 1 stacji radiowej lub kilku obejmujących zasięgiem całe woj. śląskie. Emisja w terminach skorelowanych z naborami naborów do projektów. Minimum 500-krotna emisja. Wybór w oparciu o badanie Radio Track, zasięg dzienny słuchania min. 4 % w przypadku co najmniej jednej stacji. 2. Planowana jest kampania spotowa w kilku odsłonach, każda poświęcona konkretnemu naborowi, zachęcająca do składania wniosków i udziału w spotkaniach informacyjnych. Kampania emitowana w rozgłośniach radiowych, obejmujących zasięgiem województwo śląskie oraz dodatkowo w przypadku promocji konkursów w subregionach, gdzie organizowane będą spotkania informacyjne – sub. centralny, północny, południowy i zachodni). Wybór w oparciu o badanie Radio Track, wskaźnik słuchalności pow. 3%. Liczba audycji: 3. Zaplanowano realizację 3 odsłon kampanii stosownie do harmonogramu konkursów na 2017 r.	IP WUP	Cały rok	85 000,00 zł
					IP ŚCP	I, III, IV kwartał	35 000,00 zł
4.	Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)	1-2	odbiorcy rezultatów/uczestnicy projektów	1. Planowane działania informacyjno-promocyjne dostarczać mają potencjalnym beneficjentom, potencjalnym uczestnikom projektów, pozostałym zainteresowanym wiedzy na temat możliwości wsparcia z FE w perspektywie finansowej 2014-2020.. Działania te będą spójne z kampanią o szerokim zasięgu i będą miały charakter	IP WUP	Cały rok	68 593,00 zł

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			Beneficjenci i potencjalni beneficjenci Potencjalni beneficjenci, przedsiębiorcy realizujący projekt, liderzy opinii, IOB, instytucje zrzeczające przedsiębiorców, odbiorcy rezultatów	pronaborowy Działania obejmować będą takie formy, jak: - artykuły sponsorowane w lokalnej i regionalnej prasie dystrybuowanej bezpłatnie (zachęta do udziału w projektach osób bezrobotnych i pracujących, publikacja w terminach skorelowanych z naborami do projektów). Liczba publikacji: minimum 2 artykuły, każdy w minimum 3 tytułach prasy lokalnej lub regionalnej dystrybuowanej bezpłatnie; - kontynuacja biuletynu informacyjnego WUP w Katowicach kolportowanego jako dodatek (insert) do dziennika o zasięgu regionalnym (4 wydania, nakład każdego wydania minimum 23 000 egz.). W ramach usługi planuje się również e-publikację oraz utworzenie tematycznego serwisu internetowego, w ramach którego będą publikowane treści tożsame z Biuletynem oraz aktualności z regionu dotyczące rynku pracy. Zasięg działań będzie mieć charakter regionalny. 2. Planowane są szersze publikacje skierowane do przedsiębiorców przy następujących wydarzeniach, skierowanych do sektora MŚP (3): - Europejski Kongres Gospodarczy - Europejski Kongres MŚP - Światowy Tydzień Przedsiębiorczości Ponadto przewiduje się publikacje dotyczące naborów w ŚCP, z omówieniem zagadnień, sprawiających największe trudności, prezentacją dobrych praktyk z perspektywy 2014-2020, z wypowiedziami ekspertów i liderów opinii w prasie branżowej – tygodniki i miesięczniki poświęcone tematyce gospodarczej i ekonomicznej (3 odsłony, każda dotycząca konkursu w 2017). Przy okazji organizowania spotkań informacyjnych, towarzyszących konkursom w subregionach, zaplanowano również promocję w prasie regionalnej i lokalnej na terenie subregionów – centralnego, zachodniego, północnego i południowego. Liczba publikacji: 4. Razem: 10 publikacji.	IP ŚCP	Cały rok	35 000,00 zł
4. 5	Internet (sponsorowane publikacje, reklamy, media społecznościowe)	1-4	Potencjalni beneficjenci, przedsiębiorcy realizujący projekt, liderzy opinii, IOB, instytucje	Publikacje w Internecie⁷ Kampania w oparciu o targetowane artykuły sponsorowane dotyczące konkursów skierowanych do przedsiębiorców. Emisja na portalach branżowych (dot. gospodarki, sektora MŚP) oraz w przypadku spotkań informacyjnych, towarzyszących konkursom ŚCP na portalach regionalnych, w celu zwiększenia zainteresowania pozyskaniem środków RPO WSL 2014-2020. Artykuły w internecie będą dotyczyły tej samej tematyki, co publikacje prasowe oraz przekaz w spotach radiowych. Całość skupiać się będzie na zachęcaniu do	IP ŚCP	Cały rok	20 000,00 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
			zrzeszające przedsiębiorców	składania wniosków w konkretnych naborach oraz informowaniu, czego dany konkurs dotyczy, co będzie nawiązywać do przeprowadzanej przez IZ kampanii o szerokim zasięgu (kampania naborowa). Dodatkowo planuje się również promowanie przy artykułach sponsorowanych instrukcji w formie tutoriali (filmów instruktażowych, dotyczących obsługi projektów). Liczba kampanii: 2.			
		1-4	Potencjalni beneficjenci, przedsiębiorcy realizujący projekt, liderzy opinii, IOB, instytucje zrzeszające przedsiębiorców	Publikacje w Internecie: Kampania w oparciu o targetowane artykuły sponsorowane na portalach branżowych (dot. gospodarki, sektora MŚP) oraz regionalnych oraz promowane m.in. poprzez reklamy w mediach społecznościowych informujące o możliwościach wsparcia w ramach RPO WSL 2014-2020 zachęcające do udziału w projektach. Liczba kampanii: 2 mniejsze lub 1 większa w zależności od tego, jak na bieżąco będą kształtowały się nabory.	IP WUP	Cały rok	25 000,00 zł
		1-4	Potencjalni beneficjenci, Beneficjenci, liderzy opinii, IOB, instytucje zrzeszające przedsiębiorców Odbiorcy rezultatów/ Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, uczestnicy projektów	Reklamy: 1. Produkcja i emisja spotu dotyczącego wsparcia sektora MŚP oraz konkursów ŚCP. Emisja na portalu branżowym. 2. Planowane działania informacyjno-promocyjne dostarczać mają potencjalnym beneficjentom, potencjalnym uczestnikom projektów, odbiorcom rezultatów wiedzy na temat możliwości wsparcia z RPO WSL 2014-2020. Zasięg działań będzie mieć charakter regionalny. Kampania w postaci emisji 4 spotów wyprodukowanych w 2016 r. informujących o możliwościach wsparcia. Przewiduje się również produkcję i emisję max. 2 spotów (w tym jednego dotyczącego PSF). Emisja na portalu branżowym i portalach regionalnych (targetowanie geograficzne, demograficzne, behawioralne oraz promocja w mediach społecznościowych. W zależności od potrzeb dopuszcza się również inne formy reklamy w Internecie takie jak np. reklama tekstowa Google AdWords Liczba kampanii: 2 mniejsze lub 1 większa w zależności od tego, jak na bieżąco będą kształtowały się nabory.	IP ŚCP IP WUP	II, III, IV kwartał Cały rok	10 000,00 zł 80 000,00 zł
4.6	inne			Nie dotyczy			zł
5. Imprezy otwarte i inne							

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
5.1	Eventy, pikniki, festyny	3-4	Mieszkańcy regionu / Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, uczestnicy projektów /media, IOB, uczelnie wyższe, organizacje przedsiębiorców, ogół społeczeństwa	1. Współorganizacja DOFE. W ramach DOFE przewiduje się wsparcie beneficjentów poprzez działania w mediach zapewniające 15 najciekawszym projektom (w 2016 roku wsparciem objęto 10 projektów – wzrost o 5) kampanię promocyjną, w ramach której każdemu projektowi zostanie poświęcona jedna 5 minutowa audycja radiowa oraz 1 artykuł w prasie regionalnej i odpowiednio w prasie lokalnej obejmującej swoim zasięgiem lokalizację projektu. Dodatkowo na każdym z tych 15 projektów zostaną zapewnione przez 4 godziny 2 hostessy prowadzące dodatkowe konkursy, gry itp. Charakter tych przedsięwzięć każdorazowo zostanie dostosowany do projektu tak, żeby uwzględnić jego specyfikę oraz przekazać jak najwięcej informacji o projekcie dofinansowanym z Funduszy Europejskich. Koszt DOFE wynika z zaangażowania Agencji. Ok. 80 tys. zł zostanie przeznaczonych na promocję, która będzie dostosowana do specyfiki każdego z 15 projektów. Każdemu projektowi w ramach współpracy zostanie zapewniona audycja radiowa oraz artykuł dot. projektu w prasie (media lokalne i regionalne) i iinternetie. Pozostała część środków zostanie przeznaczona na drobne gadżety na zrealizowanie na 15 projektach różnych konkursów atrakcji prowadzonych przez hostessy zapewnione przez Agencję. Atrakcje będą dostosowane do poszczególnych projektów i będą związane z FE. Za koordynację całości będzie odpowiadać Agencja, która będzie rozwozić gadżety i inne materiały promocyjne, typu przewodniki po projektach unijnych. Agencja zapewni wszystkie materiały niezbędne do przeprowadzenia konkursów, 2. Stoisko w ramach Europejskiego Kongresu Gospodarczego w Katowicach (impreza trzydniowa, ok. 8000 uczestników) prezentujące beneficjentów obecnej i (w razie konieczności) poprzedniej perspektywy finansowej oraz możliwości wsparcia projektów w ramach RPO WSL 2014-2020. Przewidywana jest prezentacja innowacyjnych rozwiązań typu drony, laboratorium wirtualnego latania itp. 3. Stoisko podczas Europejskiego Kongresu Małych, Średnich Przedsiębiorstw (3 dni imprezy, ok. 6000 uczestników). 4. Światowy Tydzień Przedsiębiorczości - organizacja konferencji wyposażonej w streaming prezentującej ofertę dla przedsiębiorców połączonej z networkingiem i wymianą dobrych praktyk oraz warsztatami praktycznymi np. w formie webinaru z wybranych dziedzin dotyczących przedsiębiorczości. Planowana liczba uczestników: 150 + użytkownicy on-line	IZ WRR IZ WRR IP ŚCP IZ WRR IP ŚCP IP ŚCP	II kwartał II kwartał IV kwartał IV kwartał	490 000,00 zł 100 000,00 zł 40 000,00 zł 50 000,00 zł 35 000,00 zł 47 000,00 zł
5.2	Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste	1		Współpraca z dziennikarzami prowadzona jest na bieżąco. W tym celu w WRR jest osoba zatrudniona na Samodzielnym Stanowisku ds. komunikacji o FE, która na bieżąco współpracuje z Biurem Prasowym – odpowiada na pytania dziennikarzy oraz podsyła ciekawe tematy, które można wykorzystać podczas konferencji prasowych, przekazuje również informacje o projektach, które mogą mieć uroczyste podpisanie umowy. Konferencja dotycząca innowacji z uwzględnieniem inteligentnych specjalizacji regionu,,	WRR Biuro Prasowe UMWSL IZ WRR	Cały rok czerwiec	0,00 zł 120 000,00 zł

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
	podpisanie umowy itp.			organizowana w ramach X. edycji Międzynarodowych Targów Innowacji Gospodarczych i Naukowych INTARG planowanych w dniach 22-23 czerwca 2017 r. Zgodnie z rekomendacją zawartą w raporcie „Ewaluacja bieżąca wdrażania działania 1.2 Badania, rozwój i innowacje w przedsiębiorstwach w ramach RPO WSL na lata 2014-2020” należy komunikować korzyści z prowadzenia działalności badawczo-rozwojowej poprzez informowanie i przedstawianie przykładów dobrych praktyk w tym zakresie. Konferencja promować będzie nabory do następujących działań: 1.3. Profesjonalizacja IOB, 3.2. Innowacje w MŚP oraz 3.3. Technologie informacyjno -komunikacyjne w działalności gospodarczej. Planowana liczba uczestników: 200 osób. Konferencja będzie transmitowana on-line oraz zostanie zorganizowana z uwzględnieniem zasady dostępności dla osób z niepełnosprawnościami. IZ RPO wystąpi w charakterze Organizatora oraz eksperta merytorycznego – przedstawiciele IZ będą brać udział w dyskusji w celu nakierowania rozmowy na możliwości finansowania projektów innowacyjnych wpisujących się w inteligentne specjalizacje w ramach RPO WSL. Uczestnikom konferencji zaprezentowana zostanie informacja promująca nabory.			
5.3	Inne			Nie dotyczy			zł
6. Konkursy							
6.1	Konkursy promocyjne			Nie dotyczy			zł
6.2	Inne			Nie dotyczy			
7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych							
7.1	Publikacje (drukowane i elektroniczne)	1-2	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci, media, IOB, uczelnie wyższe, organizacje przedsiębiorców,	Biuletyn <i>Razem zmieniamy Śląskie</i> . 4 numery Po 3000 tys. sztuk. Biuletyn jest wysyłany pocztą do 600 odbiorców, w tym do wszystkich gmin i powiatów w województwie śląskim oraz do osób, które go zaprenumerowały. Dodatkowo numery wysyłane są do PIFE (400 sztuk), WUP, ŚCP (po 400 sztuk) oraz ZIT/RIT (po 200 sztuk). Pozostałe rozdawane podczas Targów, Kongresów, w których uczestniczymy. W każdym numerze znajdują się artykuły napisane przez eksperta, poradnik beneficjenta oraz najważniejsze sprawy bieżące, dodatkowo ciekawe grafiki z możliwością wyrwania i dalszego wykorzystania. Dodatkowo przygotowanie oraz opublikowanie e-biuletynu na podstawie wersji papierowej (wersja online magazine) oraz jego promocja. Emisja wybranych artykułów z biuletynu i ich emisja w Internecie (tergetowanie) na portalach regionalnych oraz branżowych (artykuł dotyczący przedsiębiorców) z odesłaniem do aktualnego e-biuletynu oraz wsparcie działaniami na facebooku. Wymagane będzie uzyskanie min. 3 tys. odsłon dla każdego artykułu na każdym portalu (4 portale w tym dwa dla przedsiębiorców) plus 3 tys odsłon w ramach reklamy prowadzonej na facebooku. Materiały, które powstaną będą wysokiej jakości, będą zgodne z kierunkami i priorytetami na	IZ WRR	Cały rok	220 000,00 zł

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				2017 rok i będą prezentowały projekty z EVA (w szczególności filmiki). Dodruk publikacji „Po nitce do kłębka. Pomocnik dla zainteresowanych wsparciem z RPO WSL” wydanej w 2016 roku (3000 szt.)	IZ WRR	II-II kwartał	25 000,00 zł
				M.in. ulotki (5000 szt.), poradnik przedsiębiorcy „Fundusze dla biznesu” z e-publikacją (4 wydania po 500 szt.), poświęcony szczególnie konkursom, skierowanym do sektora MŚP – zachęta do skorzystania, promocja dobrych praktyk, porady dla realizujących projekt, prezentacja opinii ekspertów. Dystrybucja materiałów drukowanych w punkcie kontaktowym ŚCP, sieci PIFE, punkcie kontaktowym WUP, w czasie konferencji, spotkań i warsztatów ŚCP oraz imprez, w tym dużych imprez plenerowych w ramach których ŚCP prowadzi działania samodzielnie lub we współpracy z IZ, IP oraz PIFE w tym m.in. w ramach Dni Otwartych Funduszy Europejskich, Europejskiego Kongresu Gospodarczego, Europejskiego Kongresu Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości). Ponadto materiały drukowane dystrybuowane będą w czasie spotkań/imprez dotyczących przedsiębiorczości, na które przedstawiciele ŚCP są zapraszani w roli ekspertów. Planuje się również bezpośrednie dotarcie do liderów opinii - instytucji współpracujących z ŚCP, w tym m.in. jednostek samorządu, instytucji otoczenia biznesu, organizacji przedsiębiorców, środowisk naukowych. Zasięg działań będzie mieć charakter regionalny. E-publikacja poradnika „Fundusze dla biznesu” zamieszczana będzie na stronie internetowej ŚCP, IZ, mediach społecznościowych IZ oraz rozsyłana za pośrednictwem poczty elektronicznej do IOB oraz partnerów SCP.	IP ŚCP	Cały rok	52 000,00 zł
				Planowane publikacje dostarczać mają potencjalnym beneficjentom, potencjalnym uczestnikom projektów, pozostałym zainteresowanym wiedzy na temat możliwości wsparcia z FE w perspektywie finansowej 2014-2020. Wydawnictwa obejmować będą ulotki (około 35 000 szt.) oraz broszury (5 000 szt.). Publikacje dostępne będą w siedzibie IP (ok. 16 000), dostarczane będą także do instytucji współpracujących z IP, partnerów rynku pracy, punktów skupiających grupy docelowe działań IP; publikacje dystrybuowane będą także podczas: targów, konferencji, itp. przedsięwzięć organizowanych w regionie. Działanie obejmuje również usługę kolportażu ulotek na terenie woj. śląskiego w instytucjach rynku pracy, IOB, gminach i powiatach itd. (ok 19 000).	IP WUP	I-IV kwartał	50 000,00 zł
				Publikacja – broszura informacyjny nt. poddziałań wdrażanych w ramach RIT Subregionu Południowego RPO WSL 2014-2020, 600 szt. 400 szt. broszury ze względu na informację, która nie będzie ulegała dezaktualizacji będzie dystrybuowanych podczas spotkań informacyjnych w roku 2017 oraz w latach kolejnych aż do wyczerpania nakładu. 200 szt. zostanie przekazanych do Lokalnego Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich w Bielsku-Białej.	IP RIT SPd	Marzec/ kwiecień	4 000,00 zł
				Wykonanie publikacji związanej z RIT Subregionu Zachodniego (projekt graficzny, druk oraz usługa fotograficzna) w ilości 400 sztuk	IP RIT SZ	III kwartał	3 500,00 zł

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
7.2	Materiały promocyjne typu gadżety	1-4		M.in. kalendarze książkowe, planszowe i biurkowe, materiały piśmiennicze, bruliony, teczki, drobne gadżety. Dystrybucja w punkcie kontaktowym ŚCP, w czasie konferencji, spotkań i warsztatów ŚCP oraz imprez, w tym dużych imprez plenerowych w ramach których ŚCP prowadzi działania samodzielnie lub we współpracy z IZ, IP oraz PIFE w tym m.in. w ramach Dni Otwartych Funduszy Europejskich, Europejskiego Kongresu Gospodarczego, Europejskiego Kongresu Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Światowego Tygodnia Przedsiębiorczości). Ponadto materiały promocyjne dystrybuowane będą w czasie spotkań/imprez dotyczących przedsiębiorczości, na które przedstawiciele ŚCP są zapraszani w roli ekspertów. Zasięg działań będzie mieć charakter regionalny Karty promocyjne okolicznościowe dystrybuowane wśród partnerów ŚCP w tym: instytucji zrzeszających przedsiębiorców, instytucji otoczenia biznesu, uczelni wyższych, IP w pozostałych województwach. Prezentujące w eleganckiej formie zaproszenie do współpracy z ŚCP, a także podstawowe dane i ofertę ŚCP oraz życzenia okolicznościowe Drobne materiały promocyjne typu długopis, smycz itp. dystrybuowane będą przede wszystkim podczas: spotkań informacyjnych, targów edukacyjnych, targów organizowanych przez PUP, konferencji, imprez plenerowych, kongresów i innych wydarzeń które organizuje lub w których bierze udział WUP.	IZ WRR IP ŚCP IP WUP	Cały rok II-IV	30 000,00 zł 42 000,00 zł 15 000,00 zł
7.3	Materiały brandingowe i wystawiennicze, np. rollupy, ścianki	1-4	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Stojaki, windery, oklejanie drzwi	IP ŚCP	II, III kwartał	11 500,00 zł
7.4	Inne	Działania wspierające realizację Strategii	Beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Działania o charakterze informacyjno-promocyjnym (np. wynajem sal, catering, transport, obsługa graficzna (30 000,00 zł))	IZ WRR IP RIT SZ	Cały rok Cały rok	50 000,00 zł 1 500,00 zł
Łączny budżet:							3 848 593,00 zł

5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji

Tabela 2 Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji RPO WSL 2014-2020 w roku 2017

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta na rok 2015	Wartość osiągnięta na rok 2016	Wartość docelowa na rok 2017	Wartość docelowa / osiągnięta na rok 2018	Wartość docelowa / osiągnięta na rok 2019	Wartość docelowa / osiągnięta na rok 2020	Wartość docelowa / osiągnięta na rok 2021	Wartość docelowa / osiągnięta na rok 2022	Wartość docelowa na rok 2023
Komunikacja Funduszy Europejskich aktywizuje mieszkańców województwa śląskiego w ubieganiu się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach programu	<i>Liczba odwiedzin portalu/serwisu internetowego</i>	0	951 000	1 741 900	2 000 000						4 500 000
	<i>Znajomość w województwie śląskim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z Funduszy Europejskich</i>	36%	—	18%	-						45%
	<i>Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w województwie śląskim w ramach RPO WSL 2014-2020</i>	0	3095	5828	8573						6 500
	<i>Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych (PIFE) na terenie województwa śląskiego dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego</i>	0	16 000	43 190	Dane z MR						110 700
	<i>Liczba działań Informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania w województwie</i>	2	1	2	3						5

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta na rok 2015	Wartość osiągnięta na rok 2016	Wartość docelowa na rok 2017	Wartość docelowa / osiągnięta na rok 2018	Wartość docelowa / osiągnięta na rok 2019	Wartość docelowa / osiągnięta na rok 2020	Wartość docelowa / osiągnięta na rok 2021	Wartość docelowa / osiągnięta na rok 2022	Wartość docelowa na rok 2023
	śląskim										
Komunikacja Funduszy Europejskich wspiera beneficjentów w realizacji projektów	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych (PIFE) na terenie województwa śląskiego dot. realizacji projektów	0	130	164	Dane z MR						779
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w województwie śląskim	0	310	1469	3444						8 000
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa śląskiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu w województwie śląskim nt. osiągnięć Programu	4	0	0	0						4
	Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie”	92%	—	83%	-						95%
	Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczone są FE w województwie śląskim	38%	—	14%	-						46%
	Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa	64%	—	62%	-						73%

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta na rok 2015	Wartość osiągnięta na rok 2016	Wartość docelowa na rok 2017	Wartość docelowa / osiągnięta na rok 2018	Wartość docelowa / osiągnięta na rok 2019	Wartość docelowa / osiągnięta na rok 2020	Wartość docelowa / osiągnięta na rok 2021	Wartość docelowa / osiągnięta na rok 2022	Wartość docelowa na rok 2023
	śląskiego										
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie śląskim	Odsetek mieszkańców województwa śląskiego dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa	74%	—	80%	-						82%
	Odsetek mieszkańców województwa śląskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich	58%	—	51%	-						63%

6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

Tabela 3 Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania	IZ/IK WRR (Wydział Rozwoju Regionalnego Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego, pełniący funkcję Instytucji Zarządzającej oraz koordynującą RPO WSL)	
2. Nazwa działania	Kampania o szerokim zasięgu informująca o naborach w 2017 roku	
3. Główny komunikat	Dofinansowanie projektów z Regionalnego Programu Województwa Śląskiego otwiera nowe możliwości.	
4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte)	- Dotarcie z informacją o naborach w 2017 roku do potencjalnych beneficjentów -> zasięg kampanii w poszczególnych mediach - Zainteresowanie potencjalnych beneficjentów informacjami o naborach w 2017 roku -> liczba kontaktów z regionalnym PIFE, odwiedziny w serwisie programu, liczba uczestników spotkań informacyjnych - Zachęcenie potencjalnych beneficjentów do składania wniosków w ramach ogłaszanych naborów -> liczba złożonych wniosków poprawnych formalnie, stopień wykorzystania alokacji konkursu.	
5. Opis działania		
a) Skrótowy opis działania	Kampania ma na celu poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach dofinansowania (wybranych naborach wniosków ogłaszanych w 2017 r.) oraz zmotywowania do skorzystania z nich. Ważnym elementem jest również informowanie o korzyściach Programu, a także źródłach informacji i edukacji o Programie. W ramach tego przedsięwzięcia planuje się działania w mediach regionalnych i branżowych, kładąc szczególny nacisk na prasę (w tym prasę lokalną), radio oraz Internet. W strukturze kampanii przewidziano: działania stałe, zapowiadające konkretne nabory oraz wspierające potencjalnych beneficjentów w przygotowaniu wysokiej jakości wniosków. Dodatkowo, planuje się jedyną minikampanię, którą będzie się koncentrować na temacie, BUR i PSF. Ponieważ kampania naborowa będzie realizowana w ramach jednego przetargu, natomiast kampania promująca BUR i PSF – w ramach drugiego, nie planuje się szczegółowego budżetu w podziale na poszczególne media. Po zakończeniu kampanii zostanie przeprowadzone badanie skuteczności kampanii z wykorzystaniem CATI oraz analizy danych z adserwera.	
b) Grupa docelowa (np. przedsiębiorcy, osoby bezrobotne, jednostki samorządu terytorialnego)	- potencjalni beneficjenci, ze szczególnym uwzględnieniem kadry zarządzającej, specjalistów oraz właścicieli firm. W minikampaniach: - przedsiębiorcy, pracownicy (BUR i PSF)	
c) Zasięg terytorialny działania	Działanie będzie miało zasięg regionalny – województwo śląskie. W tym celu wykorzystane zostaną media regionalne i lokalne, a w przypadku Internetu zastosowane zostanie geotargetowanie na województwo śląskie.	
d) Narzędzia ⁸ oraz szczegółowy budżet	Audycje telewizyjne <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i>	Nie dotyczy
	Spoty telewizyjne <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i>	Nie dotyczy
	Audycje radiowe <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i>	Nie dotyczy
	Spoty radiowe <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i> Spoty promujące wybrane nabory w stacjach regionalnych	Brak danych

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

	Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe <i>Tytuł prasowy, rodzaj publikacji, tematyka</i> - Artykuły poświęcone wybranym naborom oraz harmonogramowi naborów wniosków, a także źródłom informacji i edukacji o Programie w prasie regionalnej i lokalnej	Brak danych
	Publikacje w internecie <i>Nazwa portalu, tematyka</i> - Artykuły poświęcone wybranym naborom oraz źródłom informacji i edukacji o Programie na portalach ogólnopolskich z geotargetowaniem na województwo śląskie, regionalnych i lokalnych, branżowych oraz w serwisach dzienników - Artykuły poświęcone promocji naborów oraz wybranym tematom (content marketing) – , BUR i PSF	Brak danych
	Reklamy w internecie <i>Nazwa portalu, rodzaj narzędzia, tematyka</i> - Reklama kontekstowa w sieci <u>Google Display Network</u> promująca wybrane nabory - Mailingi poświęcone wybranym naborom - Mailingi poświęcone wybranym tematom – , BUR i PSF - Reklama na Facebooku - Remarketing behawioralny - Reklama wideo na YouTube, Facebooku oraz na wybranych portalach horyzontalnych z geotargetowaniem na województwo śląskie <u>Google AdWords</u>	Brak danych
	Ambient, OOH, inne <i>Rodzaj narzędzia, tematyka</i> - Indoor w urzędach, IOB, instytucjach itp.– ulotka nt. oferty Programu oraz folder poświęcony wybranym naborom - Konferencja prasowa dla dziennikarzy poświęcona naborom w 2017 roku oraz ogłoszonemu harmonogramowi naborów wniosków na 2018 rok - Konferencje prasowe poświęcone wybranym tematom – , BUR i PSF	Brak danych
	BUDŻET ŁĄCZNIE	Ok. 1,5. mln
e) Termin realizacji	Kampania naborowa III/IV kwartał 2017 r., ze szczególnym uwzględnieniem ok. 30 listopada 2017 r., kiedy zostanie ogłoszony harmonogram naborów wniosków na 2018 rok. Kampania tematyczna, promująca BUR i PSF – III – IV kwartał	
f) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	Telewizja – nie dotyczy Radio - Liczba stacji radiowych: min. 3 - Liczba spotów: 6, - Łączny zasięg 1+ radia– do min. 30% grupy docelowej Prasa Artykuły: - Liczba artykułów: min. 14 - Liczba tytułów prasy regionalnej: min. 3 - Liczba tytułów prasy lokalnej: min. 9	

	• Łączny nakład prasy lokalnej: min. 88 tys. egz. • Łączny zasięg 1+ prasy regionalnej – do min. 20% grupy docelowej Internet <u>Artykuły:</u> • Liczba artykułów: min. 14 • Liczba portali prasy branżowej: min. 1 • Liczba portali ogólnopolskich i regionalnych/lokalnych: min. 5 • Liczba serwisów internetowych tytułów prasowych: min. 3 • Łączny zasięg 1+ Internetu – do min. 30% grupy docelowej <u>Reklama kontekstowa:</u> Liczba unikalnych użytkowników odwiedzających landing page – min. 18 000 <u>Mailingi:</u> • Liczba mailingów: min. 6 • Liczba odbiorców: min. 300 000 (6 mailingów x min. 50 000 odbiorców) • <u>Reklama na Facebooku</u> Liczba unikalnych użytkowników odwiedzających landing page – min. 10 000 <u>Remarketing behawioralny</u> Liczba kliknięć w landing page – min. 70 000 <u>Reklama wideo</u> Liczba spotów wideo – 2Łączna liczba obejrzeń – min. 10 000 <u>Google AdWords</u> Liczba kliknięć w landing page – min. 27 000 Inne <u>Indoor w urzędach itp.:</u> • Liczba nośników: min. 200 • Liczba urzędów, IOB: min. 200 • Liczba egzemplarzy ulotki nt. Programu: 200 000 egz. • Liczba egzemplarzy folderu nt. naborów: 200 000 egz. <u>Konferencja prasowa dla dziennikarzy:</u> • Liczba konferencji: 2 • Liczba uczestników każdej konferencji: min. 30 • Liczba publikacji po konferencji: min. 10												
	Ze względu na dość precyzyjnie określoną grupę docelową zdecydowano o rezygnacji np. z telewizji oraz skupieniu działań w następujących mediach: prasa, radio oraz Internet. Starano się przy tym – tam, gdzie to możliwe – maksymalnie włączyć media branżowe. Wzięto również pod uwagę rekomendacje z badania ewaluacyjnego działań informacyjno-promocyjnych dla RPO WSL 2007-2013, gdzie potencjalni i faktyczni beneficjenci jako preferowane kanały uzyskiwania informacji wskazali Internet, tj. portale oraz mailing. <table> <tr> <td>1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu</td><td><u>TAK/NIE</u></td></tr> <tr> <td>2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji</td><td><u>TAK/NIE</u></td></tr> <tr> <td>3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej</td><td><u>TAK/NIE</u></td></tr> <tr> <td>4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej</td><td><u>TAK/NIE</u></td></tr> <tr> <td>5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego</td><td><u>TAK/NIE</u></td></tr> <tr> <td>6. Zasada uzupełniania się komunikatów</td><td><u>TAK/NIE</u></td></tr> </table>	1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu	<u>TAK/NIE</u>	2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji	<u>TAK/NIE</u>	3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej	<u>TAK/NIE</u>	4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej	<u>TAK/NIE</u>	5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego	<u>TAK/NIE</u>	6. Zasada uzupełniania się komunikatów	<u>TAK/NIE</u>
1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu	<u>TAK/NIE</u>												
2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji	<u>TAK/NIE</u>												
3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej	<u>TAK/NIE</u>												
4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej	<u>TAK/NIE</u>												
5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego	<u>TAK/NIE</u>												
6. Zasada uzupełniania się komunikatów	<u>TAK/NIE</u>												

7. Osoba do kontaktu	Imię i nazwisko: Agnieszka Gajewska Numer telefonu: 32/ 77-99-184 Adres mailowy: gajewskaa@slaskie.pl