

Załącznik nr 1 do uchwały nr 2011/66/VII/2019
Z dnia 04.09.2019 r.

**Roczny plan działań
informacyjnych i promocyjnych
na 2019 r.
dla Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego
na lata 2014-2020**

Aktualizacja, lipiec 2019 r.



Rzeczpospolita
Polska



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



Spis treści:

1. Wstęp.....	3
Wydział Rozwoju Regionalnego Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego ul. Plebiscytowa 36 40-032 Katowice e-mail: fundusze@slaskie.pl tel. 32 77 99 282.....	3
osoba do kontaktu: Agata Woźniak e-mail: agata.wozniak@slaskie.pl tel. 32 77 99 181.....	3
2. Podstawy opracowania Roczego planu działań.....	3
2.1. Kluczowe dokumenty.....	3
2.2. Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020.....	3
2.3. Wyniki badań i analiz.....	4
3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2019.....	5
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2019.....	6
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji.....	29
6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu.....	33

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 2018 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: Agata Woźniak
e-mail: agata.wozniak@slaskie.pl
tel. 32 77 99 181

2. Podstawy opracowania Roczno planu działań

Uwaga: Należy wskazać dokumenty, które stały się podstawą stworzenia Roczno planu działań (w tym również wyniki badań, analiz, obserwacji, monitoring, analiza jakościowa podejmowanych 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 2017 wykonane przez konsorcjum firm Danae Sp. z o.o. i Realizacja Sp. z o.o. na zlecenie Ministerstwa Rozwoju (Pomiar - czerwiec 2017), wskazują w sposób jednoznaczny, że 91% Polaków spotkało się z określeniem Fundusze Europejskie, natomiast 68% twierdzi, że wie co oznaczają te terminy w tym 81% zauważa efekty oddziaływania FE do rozwoju Polski. W zdecydowany sposób spada jednak zainteresowanie tematyką Funduszy, gdzie 62% badanych deklaruje brak zainteresowania.

W województwie śląskim poziom znajomości pojęcia „Fundusze Europejskie” wyraźnie zmniejszył się porównując do pomiaru z 2014 roku (badania przeprowadzone w 2016 roku). Wśród znających znacząco mniej jest osób, które deklarują, że wiedzą, czym są FE (47% vs 60% w 2014 r.), a grupa kojarząca FE wyłącznie z nazwy jest wyraźnie większa (36% vs 32% w 2014 r.). Nadal jest zatem przestrzeń na poprawę tego wskaźnika w województwie. 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%). Taką tendencję potwierdzają badania ogółu społeczeństwa zleczone przez Ministerstwo Rozwoju z 2017 roku, które pokazują spadek wskaźnika świadomościowego wspierania najbliższego otoczenia przez FE (2016-67%/2017-64%) oraz zmniejszenie odsetka mieszkańców Polski dostrzegających wpływ FE na rozwój Polski (2016-86%/2017-81%)

W 2016 mniej mieszkańców województwa śląskiego, 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). Potwierdzają taką tendencję badania MR z 2017, gdzie jedynie 30% mieszkańców Polski uważa, że ma takie same szanse na uzyskanie dofinansowania, natomiast zaledwie 14 % respondentów uważa, że łatwo jest uzyskać dofinansowanie.

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.

Wśród mieszkańców województw 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 regionu. 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%+). Z kolei z ankiet prowadzonych w ramach DOFE oraz na podstawie ankiet przeprowadzanych na szkoleniach czy konferencjach wynika, że Internet jest głównym kanałem informacji oraz mailing i newsletter. W roku 2017 naszą stroną internetową odwiedziło 137 534 użytkowników (w 2016 r. 187 010) a liczba fanów na profilu Facebooka w roku 2017 osiągnęła 8 500 (ok. 1000 więcej niż w roku 2016).

Obserwacje:

Z prowadzonych obserwacji wynika, że w ramach RPO WSL 2014-2020 obszary, które potrzebują dodatkowego wsparcia komunikacyjnego to: usługi zdrowotne i promocja działań związanych z ochroną zdrowia realizowanych m.in. w ramach Regionalnych Programów Zdrowotnych ujętych w RPO WSL 2014-2020; instrumenty finansowe dotyczące pożyczek dla przedsiębiorców, BUR i PSF oraz działania skierowane do beneficjentów z terenów wiejskich i rybackich,

3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2019

Najważniejszym zadaniem w roku 2019 będzie :

1. Informowanie potencjalnych beneficjentów i beneficjentów o:
 - a) źródłach informacji o RPO WSL 2014-2020,
 - b) możliwościach i formach dofinansowania w ramach RPO WSL 2014-2020,
 - c) 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),
 - d) bezpośrednio dotarcie do potencjalnych beneficjentów poprzez usługi animacyjne oraz spotkania tematyczne, które mają przyczynić się do większego zainteresowania konkursami w szczególności w obszarach wykazujących problemy we wdrażaniu, takich jak usługi zdrowotne i realizacja RPZ;
2. Współpraca w ramach Dni Otwartych Funduszy Europejskich, w ramach cyklicznej akcji informacyjno-promocyjnej.
3. 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; spoty radiowe, działania promocyjne w mediach społecznościowych; spotkania informacyjne prowadzone przez pracowników merytorycznych zarówno w Katowicach, jak i poszczególnych subregionach województwa, dostępny na stronie internetowej FAQ, publikacji dedykowanej danym konkursom. 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, Europejski Kongres MŚP
4. Przez cały rok będzie wydawany biuletyn informacyjny opisujący trwające konkursy oraz możliwości wsparcia. Biuletyn poza wydaniem tradycyjnym będzie promował wskazane konkursy w internecie poprzez swoje e-wydanie i sponsorowane artykuły zachęcające do aplikowania.
5. Przez cały rok będą prowadzone dodatkowe działania przez Biuro Prasowe, w przypadku dużych/ważnych naborów informacje pojawią się na stronie slaskie.pl (oficjalna strona UMWSL); będą organizowane konferencje prasowe; wysyłany jest mailing do dziennikarzy.
6. 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, wizyty studyjne dla beneficjentów po projektach realizowanych z danego konkursu. 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.

7. W przypadku naborów skierowanych do przedsiębiorców dodatkowo pojawiają się ogłoszenia oraz audycje w radio i w prasie branżowej. 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);
8. 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 i dobre praktyki.
9. 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.
10. Informowanie mieszkańców woj. śląskiego o efektach realizowanych projektów

Wszystkie działania informacyjno-promocyjne będą realizowane zgodnie z zasadą równości szans kobiet i mężczyzn oraz będą dostępne dla osób z niepełnosprawnościami, tj. zgodnie ze Standardami dostępności stanowiącymi załącznik nr 2 do Wytucznych w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020.

We wszystkich działaniach stosowane będą zasady prostego języka.

Poniższe zadania wynikają z dokumentów, materiałów i celów wymienionych w punkcie 2 RPD

4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2019

Intensyfikacja promocji będzie dotyczyć przede wszystkim 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. W dużym stopniu informacje pronaborowe zostaną wsparte przekazem „realizuj/korzystaj” oraz „zobacz”. Dodatkowo zostaną wprowadzone działania na każdym etapie służące zwiększeniu widoczności efektów polityki spójności przez opinię publiczną poprzez eksponowanie dobrych praktyk realizowanych przez 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 (EVA), 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.

IZ RPO aktywnie włączy się również we wspólną aktywizującą promocję konkursów RPO, w działania aktywizujące uczestników projektów i w działania promujące efekty polityki spójności oraz będzie współpracować z IK UP w obszarze mediów o szerokim zasięgu.

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 RPO w roku 2019

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)	IZ WRR	Cały rok	0,00 zł
1.2	Udział w grupach			Grupa Sterująca ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich	IZ WRR	Cały rok	0,00 zł
				Grupa robocza IZ-IP ds. informacji i promocji Grupa robocza ds. Komunikacji i Informacji o Funduszach Europejskich w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020	IZ WRR	Cały rok	1 000,00 zł
1.3	Współpraca międzynarodowa			M.in. koszty tłumaczenia fiszek i opisów projektów na potrzeby publikacji na stronie rpo, mapie dotacji oraz w ramach współpracy z Komisją Europejską w zakresie projektów spełniających kryteria europejskiej wartości dodanej (EAV)	IZ WRR	Cały rok	5 000,00 zł
1.4	Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy			Badanie społeczne			zł
				Ewaluacja			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	Działania wspierające realizację strategii	WUP	Działanie obejmuje monitorig mediów w zakresie: - dostępu do wyników badań poziomu słuchalności w grupie docelowej osób młodych stacji radiowych nadających w woj. śląskim (zakup jednorazowego raportu analitycznego badania Radio Track (fala półroczna) – w okresie: ostatniego półrocza (zakup raportu jest planowany w I-II kw. 2019 r., badania obejmują ok. półroczny okres wstecz). Raport posłuży do odpowiedniego przygotowania założeń kampanii radiowej i określenia wymagań odnośnie stacji radiowych. - dostępu do platformy monitorującej sieć internetową w roku 2019 r. przez około 4 tygodnie podczas trwania kampanii promocyjnej w Internecie co pozwoli odpowiednio poznać jej efekty.	WUP	II-IV kw.	3 690,00 zł
2. Działania informacyjne							
2.1	System informacji - sieć PIFE	<p><i>W RPD RPO: informacja:</i></p> <p>Sieć PIFE w województwie śląskim prowadzona jest w ramach umowy o numerze numerze DIP/BDG-II/POPT/128/14 między ministrem do spraw rozwoju a Województwem Śląskim. W województwie funkcjonuje główny punkt w Katowicach i 4 punkty lokalne w następujących miejscowościach: Bielsko-Biała, Rybnik, Częstochowa, Sosnowiec.</p> <p>Szczegółowe plany realizacji tego działania na dany rok są przedstawiane we Wniosku o przyznanie dotacji celowej na 2019 r. Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z Ministerstwem. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy.</p> <p><i>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.</i></p>					
2.2	Portale i serwisy internetowe	1,2,3,4		Prowadzenie i bieżąca aktualizacja strony internetowej rpo.slaskie.pl, rpo.wup-katowice.pl zawierającej informacje o możliwościach dofinansowania projektów z RPO. W ramach aktualizacji portalu będą zamieszczane przykłady projektów w jęz. polskim i angielskim.	IZ WRR/OR WUP	Cały rok	30 000,00 zł 2 923,00 zł
2.3	Baza wiedzy¹	Działania	IZ RPO WSL	Uzupełnianie i aktualizowanie informacji w serwisie Baza Wiedzy.	IZ WRR	Cały rok	0,00 zł

¹ Administracja zespołami programu w Bazie Wiedzy o Funduszach Europejskich.

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
		wspierające realizację Strategii					
2.4	Mapa dotacji ²	1,2,3,	Potencjalni beneficjenci/ Beneficjenci/ Odbiorcy rezultatów	Stale aktualizowanie bazy projektów na www.mapadotacji.gov.pl . IZ uprości/uzupełni 3 opisy projektów na Mapie Dotacji UE miesięcznie	IZ WRR/IP ŚCP/ IPWUP	Cały rok	0,00 zł
2.5	Wyszukiwarka Dotacji ³	1	Potencjalni beneficjenci/	Stale aktualizowanie treści na www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka	IZ WRR/IP ŚCP/IP WUP	Cały rok	0,00 zł
2.6	Inne	1,2	Potencjalni beneficjenci/ Beneficjenci	Punkty kontaktowe w ramach instytucji wdrażających w zakresie powierzonych im zadań	IP ŚCP IP WUP	Cały rok	0,00 zł
3. Działania edukacyjne							
3.1	Szkolenia dla beneficjentó	2	Beneficjenci	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla beneficjentów m.in. na temat: 1. Prawo zamówień publicznych	IZ WRR	Cały rok	250 000,00 zł

² Uzupelnianie informacji o projektach w Mapie Dotacji UE.

³ Uzupelnianie 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
	w ⁴ - Szkolenia stacjonarne			<ol style="list-style-type: none"> 2. Pomoc publiczna i pomoc de minimis 3. Rozliczanie i kontola projektów unijnych 4. Zasada konkurencyjności 5. Zasady horyzontalne 6. LSI 2014 <p>Przewidywana liczba szkoleń: 40 szkoleń Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: ok. 1300 osób <i>Ostateczna tematyka szkoleń zostanie potwierdzona ankietą potrzeb szkoleniowych wśród beneficjentów. Koszty obejmują m.in. salę, catering,, ekspertów prowadzących szkolenie.</i></p>			
				<p>Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla beneficjentów na temat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kwalifikowalność wydatków i rozliczanie projektów 2. Kontrola i nieprawidłowości w projektach 3. Kontrola i nieprawidłowości w projektach 4. Prawo Zamówień Publicznych i zasada konkurencyjności w projektach 5. Skuteczna komunikacja na stronach internetowych i prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych w mediach społecznościowych. 6. Skuteczna komunikacja na stronach internetowych i prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych w mediach społecznościowych. <p>Przewidywana liczba szkoleń: 6 Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: 180 osób <i>Ostateczna tematyka szkoleń zostanie potwierdzona ankietą potrzeb szkoleniowych wśród beneficjentów. Koszty obejmują salę, catering, materiały szkoleniowe (np. długopis, notes, teczka), ekspertów prowadzących szkolenie.</i></p>	IP WUP	Cały rok	34 140,00 zł

⁴ 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.

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				<p>Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla beneficjentów na temat:</p> <ol style="list-style-type: none"> Warsztaty w zakresie podpisywania umów o dofinansowanie Warsztaty w zakresie rozliczania projektów <p>Przewidywana liczba szkoleń 7 Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: 140 osób</p>	IP ŚCP	Cały rok	3 000,00 zł
				<p>Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla beneficjentów na temat:</p> <ol style="list-style-type: none"> Aktualny Stan wdrażania RIT w Subregionie Północnym Konkursy zakończone, aktualnie trwające i planowane w ramach RIT SPn Prawo zamówień publicznych, pomocy publicznej i pomocy de minimis, rozliczania i kontoli projektów unijnych, zasady konkurencyjności, zasady równości szans kobiet i mężczyzn, promocją, ochroną danych osobowych <p>Przewidywana liczba szkoleń: 2 Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: 81 osób</p>	IP RIT SPn	Cały rok	14 000,00 zł
				<p>Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla beneficjentów na temat:</p> <ol style="list-style-type: none"> Prawo zamówień publicznych. Rozliczanie projektów. Kontrola projektów. Ochrona danych osobowych Promocja projektów. Standardy dostępności dla polityki spójności 2014-2020 Praktyczne zastosowanie. <p>Przewidywana liczba szkoleń 5-7 Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: ok. 150osób</p>	IP RIT SPd	Cały rok	7 645,00 zł
				<p>Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla</p>	IP RIT SZ	Cały rok	12 000,00 zł

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				<p>beneficjentów na temat:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rozliczanie wydatków – wypełnianie wniosków o płatność w LSI 2. Realizacja projektów infrastrukturalnych 3. Najczęściej popełniane błędy w zamówieniach oraz korekty finansowe 4. Prowadzenie ewidencji księgowej, w tym kwalifikowalność VAT w projektach RPO WSL 5. PZP i zasada konkurencyjności <p>Przewiduje się zakup i dystrybucję materiałów szkoleniowych niezbędnych przy organizacji spotkań (np. długopisy, teczki, notesy itp.). Wynajem sali oraz koszty prowadzącego.</p> <p>Przewidywana liczba szkoleń: 4. Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: 120 osób.</p>			
3.2	Szkolenia dla beneficjentów - Szkolenia online (e-learning, webinaria itp.)	2	Beneficjenci	<p>1. Działanie obejmuje realizację filmów instruktażowych dla beneficjentów obejmujących tematykę Lokalnego Systemu Informatycznego LSI 2014 krok po kroku Filmy będą dostępne na stronie www.rpo.slaskie.pl i kanale programu na YT oraz promowany na FB</p> <p>Przewidywana liczba filmów 4, przewidywany łączny zasięg 800 odsłon</p> <p>2. Produkcja tutorialu promującego szkolnictwo zawodowe Tutorial: animacja o czasie do 3 minut, pokazująca ścieżkę składania wniosku, praktyczny poradnik dla beneficjenta, będzie dostępny na stronie rpo i kanale programu na YT oraz promowany na FB.</p>	IZ WRR	Cały rok	0,00 zł
				<p>Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla beneficjentów w formie tutorialu na następujące tematy:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Kwalifikowalność wydatków i rozliczanie projektów 2. Kontrola i nieprawidłowości w projektach <p>Szkolenia będą dostępne na stronie https://rpo.wup-katowice.pl (strona WUP)</p> <p>Przewidywana liczba szkoleń: 2 <i>Ostateczna tematyka szkoleń zostanie zweryfikowana i potwierdzona</i></p>	IP WUP	Cały rok	25 000,00 zł

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				<i>ankietą potrzeb szkoleniowych wśród beneficjentów.</i>			
3.3	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów⁵ - Szkolenia stacjonarne	1	Potencjalni beneficjenci	Spotkania informacyjne dla potencjalnych beneficjentów z zasad aplikowania w związku z ogłoszonymi konkursami. Celem spotkań będzie omówienie dokumentacji konkursowych w aspekcie zasad przygotowywania wniosków o dofinansowanie projektu, kwalifikowalności wydatków, obsługi LSI itp. Terminy spotkań będą zbieżne z ogłaszanymi konkursami. Przewiduje się zakup i dystrybucję materiałów szkoleniowych niezbędnych przy organizacji spotkań (np. długopisy, teczki, notesy itp.) oraz zakup podstawowego poczęstunku. IZ WRR = ok 18 spotkań, ok. 400 osób IP WUP = ok 12 spotkań, ok. 360 osób IP ŚCP = ok 30 spotkań, ok. 600 osób IP RIT SPn = ok. 6 spotkań, ok. 50 osób IP RIT SZ = ok. 4 spotkania, ok 20 osób	IZ WRR IP WUP IP ŚCP IP RIT SPn IP RIT SZ	Cały rok	10 000,00zł 38 280,00 zł 25 000,00 zł 2 000,00 zł 1 000,00 zł
				Szkolenie warsztatowe dla potencjalnych beneficjentów RPO WSL z sektora publicznego z zasady dostępności dla osób z niepełnosprawnościami. 1 spotkanie dla ok. 30 osób Warsztaty będą trwały dwa dni. Pierwszy dzień będzie miał charakter praktyczny i będzie polegał na eksploracji przestrzeni publicznej (w grupach) przy pomocy atrybutów symulujących różnego rodzaju niepełnosprawności bądź ograniczone sprawności. Uczestnikom towarzyszyć będą osoby z niepełnosprawnościami jako eksperci. Następnie	IZ WRR	III kw	30 000,00 zł

⁵Jw

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				poszczególne grupy dokonają wymiany refleksji i wrażeń oraz oceny odwiedzonej przestrzeni pod kątem dostępności. W drugim dniu, pod okiem wykwalifikowanych ekspertów, uczestnicy będą zdobywać wiedzę dotyczącą wdrażania dostępności w realizowanych i planowanych projektach i, na przykładzie odwiedzonych w pierwszy dzień przestrzeni, wypracują dla nich rozwiązania wprowadzające dostępność. W ten dzień planowane jest zaproszenie przedstawicieli MiIR i KE do dyskusji na temat zasady niedyskryminacji i programu Dostępność Plus.			
							0,00 zł
				Spotkania informacyjne dla przedsiębiorców z zakresu możliwości wsparcia w ramach RPO WSL, zachęcające do inwestycji w kadry i skorzystania z PSF. Koszty obejmują wydatki na wynajem sali, catering, materiały konferencyjne dla uczestników, ewentualnie ekspertów (np. praktyków biznesu, ekspertów w zakresie zarządzania szkoleniami itp.) Liczba szkoleń: 4 Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: 120	IP WUP	Cały rok	16 200,00
				Różne spotkania informacyjne WUP z zakresu możliwości wsparcia, aplikowania ramach RPO np. w filiach WUP czy urzędach miast/powiatów (sale na spotkania często użyczają bezkosztowo władze gminne i powiatowe), zazwyczaj spotkania w terenie, poza siedzibą WUP. Koszt obejmuje wydatki na produkty spożywcze na spotkania informacyjno-promocyjne.	IP WUP	Cały rok	1 000,00 zł
3-4	Szkolenia dla potencjalny	1	Potencjalni beneficj	Działanie obejmuje przeprowadzenie szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w formie...(proszę wpisać jaka będzie forma szkolenia)			zł

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
	ch-beneficjentów - Szkolenia online (elearning, webinaria itp.)		enci	na następujące tematy 1..... Szkolenia będą dostępne na stronie ... (proszę podać, czy będzie to strona Państwa instytucji, czy platforma szkoleniowa specjalnie utworzona na potrzeby szkoleń, czy strona internetowa wykonawcy lub inna strona) Przewidywana liczba szkoleń ...			
3.5	Inne (np. spotkania informacyjne, szkolenia dla pracowników w systemie wdrażania)	4	Potencjalni beneficjenci / Potencjalni uczestnicy projektu w	Szkolenia dla pracowników systemu wdrażania m.in. z tematyki: 1. Perspektywa 2020+; 2. Zamówienia publiczne 3. Zasady horyzontalne Przewidywana liczba szkoleń: 3, dla łącznie ok.100 osób <i>Ostateczna tematyka szkoleń zostanie zweryfikowana na podstawie bieżących potrzeb szkoleniowych wśród pracowników. Koszty mogą obejmować m.in. wynagrodzenie trenera, wynajem sali, catering, materiały szkoleniowe itp.</i>	IZ WRR	Cały rok	10 000,00 zł
4. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w Internecie							
4.1	Pakiet działań promocyjnych	1	Potencjalni beneficjenci	Dla każdego naboru/ przygotowane zostaną następujące działania: - publikacja ogłoszenia o konkursie na PFE (w tym w wyszukiwarce dotacji) - publikacja ogłoszenia o konkursie na stronie internetowej IOK/IZ - wysłanie informacji o konkursie do PIFE - wysłanie newslettera z informacją o konkursie		Proszę nie wypełniać tych pól	Proszę nie wypełniać tych pól

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				<p>- wysłanie notatki prasowej na temat ogłaszanego konkursu do Biura Prasowego UM</p> <p>- organizacja spotkania informacyjnego</p> <p>- publikacja informacji o konkursie w mediach społecznościowych</p> <p>- emisja spotu radiowego promującego nabór w stacjach o zasięgu min.</p> <p>Nabory/konkursy na trudniejsze/ mało popularne działania objęte zostaną rozszerzonym pakietem działań promocyjnych, na który składać się będzie dodatkowo (zaznacz właściwe)</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> organizacja spotkania/szkolenia informacyjnego</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> publikacja ogłoszenia konkursie w prasie lokalnej/regionalnej</p> <p><input type="checkbox"/> organizacja szkolenia z właściwego przygotowania wniosków</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> emisja spotów radiowych w stacjach o zasięgu łącznym co najmniej 45 tys słuchaczy</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> publikacja informacji o konkursie w mediach społecznościowych</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> inny – działanie animacyjne wśród potencjalnych beneficjentów</p>			
4.1.a	Działania dla MŚP		<i>Potencjalni beneficjenci</i>	Spotkania informacyjne dla przedsiębiorców zachęcające do skorzystania z PSF, wybrane treści kampanii w internecie, radiu oraz prasie, część ulotek również będą skierowane do sektora MŚP. Wszystkie działania ŚCP skierowane do potencjalnych beneficjentów.		Proszę nie wypełniać tych pól	Proszę nie wypełniać tych pól

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
4.1. b	Działania dla MSP		Beneficjenci	Wszystkie działania ŚCP skierowane do beneficjentów		Proszę nie wypełniać tych pól	Proszę nie wypełniać tych pól
4.2	Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu		Potencjalni beneficjenci Beneficjenci Potencjalni uczestnicy projektu	Szczegóły znajdują się w tabeli 3. <i>(kampania musi wykorzystywać minimum 3 narzędzia)</i> W ramach kampanii o szerokim zasięgu planuje się kampanię internetową i outdoorową promującą efekty realizacji projektów w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020 Dodatkowo planuje się działania obejmujące biuletyn, spoty radiowe i płatne posty na FB poświęcone naborom. Te trzy narzędzia (biuletyn, spoty radiowe i posty na FB) są opisane w pozostałych sekcjach niniejszej tabeli, jednak wchodzi one w skład kampanii informacyjno-promocyjnej o szerokim zasięgu.	IZ WRR	II-IV kw	720 000,00 zł
4.4	Radio (audycje sponsorowane, reklamy)	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak, w zakresie działań IZ WRR Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej: - czego będą dotyczyć audycje/reklamy - co obejmują (produkcję i/lub emisję)					
		1-2	Beneficjenci/ Potencjalni beneficjenci	Audycje Planowane 1-3 audycje w zależności od potrzeb i harmonogramu konkursów.	IP SCP	Cały rok	55 000,00 zł
			Beneficjenci	Audycje radiowe promujące nabory w stacjach radiowych o zasięgu regionalnym i lokalnym. Produkcja i emisja audycji wraz ze spotami zapowiadającymi. Emitowane będą w prime time'ie, Stacje zostaną wybrane na podstawie zasięgu o łącznym zasięgu co najmniej 45 tys.– min. 5% dla stacji regionalnej i min. 5% łącznie dla 3 stacji lokalnych. Planowana liczba audycji – 10	IZ WRR	V-XII	160 000,00 zł
				Spoty Planowana kampania spotowa w kilku odsłonach, każda poświęcona konkretnemu naborowi, zachęcająca do składania wniosków i udziału w spotkaniach informacyjnych.	IP SCP	Cały rok	Ze względu na specyfikę zamówienia umowa będzie podpisana na audycje i spoty. Budżet wspólny na oba

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				Kampania emitowana w rozgłośniach radiowych, obejmujących zasięgiem woj. śląskie, o wskaźniku słuchalności min. 3%. Liczba odsłon stosownie do harmonogramu konkursów w 2019 roku.			zadania.
			Potencjalni uczestnicy projektu w	Spoty Kampania spotowa zachęcająca do udziału w projektach RPO WSL skierowana do poszczególnych grup docelowych. Zasięg działań będzie mieć charakter regionalny – emisja w minimum 1 stacji radiowej lub kilku obejmujących zasięgiem woj. śląskie. Emisja skorelowana z terminami naborów do projektów. Dobór stacji w oparciu o badanie Radio Track. Działanie obejmuje produkcję i emisję.	IP WUP	II-IV kw.	40 077,00 zł
4.5	Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: nie Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej: - czego będą dotyczyć artykuły/reklamy itp - gdzie będą publikowane (prasa o jakim zasięgu)					
		1-2	Beneficjenci/ Potencjalni beneficjenci	Kampanie promujące nabory oraz prezentujące dobre praktyki. Artykuły sponsorowane w prasie regionalnej oraz branżowej dotyczącej tematyki gospodarczej/ ekonomicznej, informujące o zasadach naborów i możliwościach wsparcia MŚP. Szersze publikacje przy okazji ważnych wydarzeń w regionie, adresowanych do przedsiębiorców np. Europejski Kongres Gospodarczy, Europejski Kongres MŚP.	IP SCP	Cały rok	30 000,00 zł
4.6	Internet (sponsorowane publikacje, reklamy,	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak, w zakresie działań IZ WRR Jeśli nie, proszę o uzupełnienie informacji poniżej: - jakie działania będą prowadzone - na jakich stronach internetowych					
		1-4	Potencj	Publikacje w Internecie ⁶	IP SCP	Cały rok	61 790,00 zł

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
	media społecznościcowe)		alnuczestnicy projektów/Potencjalni beneficjenci	Kampanie w kilku odsłonach, promujące nabory – media społecznościowe (posty sponsorowane targetowane w zależności od specyfiki danego konkursu), artykuły sponsorowane, promujące możliwości wsparcia przedsiębiorców oraz dobre praktyki na portalach branżowych związanych z gospodarką/ekonomią. Produkcja filmów w formie spotów i emisja na portalach branżowych.			
				Spot reklamowy dotyczący szkolnictwa zawodowego, w dwóch wersjach, dłuższej i krótszej, pokazujący dobre praktyki, nowe pracownie, wypowiedzi uczniów. Dłuższa wersja - film fabularny o czasie do 60 sek., krótsza wersja: 30-sekundowa kompilacja wersji dłuższej. Filmy będą wykorzystane głównie w Internecie oraz na spotkaniach i konferencjach.	IZ WRR	VII-X	14 000,00 zł
		1-2	Potencjalni uczestnicy projektów	Publikacje w Internecie ⁷ Artykuły natywne, materiały wideo na serwisach regionalnych, w mediach społecznościowych z wykorzystaniem kanału YouTube WUP „Praca TV” oraz funpage’a na FB Śląskie. Rynek pracy. Planuje się wykorzystać w kampanii ekspertów/liderów opinii/mikroinfluencerów.	IP WUP	II-IV kw.	62 400,00 zł
		1-2	Potencjalni uczestnicy projektów	Reklamy Posty sponsorowane w mediach społecznościowych. Planuje się wykorzystać w kampanii ekspertów/liderów opinii/mikroinfluencerów.	IP WUP	II-IV kw.	32 770,00 zł
		1-4	Potencjalni uczestnicy projektów/Potencjalni beneficjenci/Beneficj	Reklamy Kampania reklamowa w social media na potrzeby informowania o RPO WSL 2014-2020, promowania konkursów, dobrych praktyk i efektów Programu. Działania/ akcje w mediach społecznościowych, posty sponsorowane targetowane na województwo śląskie oraz dodatkowo na grupy w zależności od specyfiki danego konkursu.	IZ WRR	IV-IX	22 000,00 zł

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			enci				
4.7	Inne	1-2	Potencjalni beneficjenci/beneficjenci	Działania animacyjne dla potencjalnych beneficjentów w celu osobistej prezentacji oferty Programu, inicjowania i wspierania procesu budowy partnerstw, udzielanie lokalnym środowiskom wsparcia w zakresie diagnozowania ich potrzeb i tworzenia oraz realizacji planów działania, wyszukiwanie liderów lokalnych, wspieranie ich w rozwoju umiejętności i wypracowywania koncepcji współpracy ze społecznością lokalną SOPZ na usługę zostanie zawężony do konkursów współfinansowanych ze środków EFS, ze szczególnym uwzględnieniem konkursów związanych z obszarem zdrowia	IZ WRR	V-XII	70 000,00 zł
		1-4	Potencjalni uczestnicy projektów	Kampania promocyjna wsparcia w ramach RPO WSL w oparciu o mini stronkę zawierającą test predyspozycji zawodowych do wypełnienia on-line. Planuje się utrzymanie strony do końca 2023 r. Koszty obejmują: opracowanie strony internetowej z aplikacją testu on-line, hosting, utrzymanie i opieką techniczną, koszt kampanii promocyjnej	IP WUP	II-IV kw.	40 000,00 zł
5. Imprezy otwarte i inne							
5.1	Eventy, pikniki, festyny	1-4	Potencjalni beneficjenci/beneficjenci /Potencjalni uczestnicy projektów, odbiorcy	Konferencja dotycząca możliwości wsparcia szkolnictwa zawodowego i promująca szkoły branżowe. Odbiorcami mają być przede wszystkim dyrektorzy, nauczyciele oraz przedstawiciele jednostek samorządu.	IZ WRR	III kw	57 500,00 zł
				Stoisko podczas Europejskiego Kongresu Małych, Średnich Przedsiębiorstw (3 dni imprezy, ok. 6000 uczestników).	IZ WRR IP ŚCP	IV kw.	50 000,00 zł 80 000,00 zł
				Światowy Tydzień Przedsiębiorczości - organizacja konferencji wyposażonej w streaming prezentującej ofertę dla	IP ŚCP	IV kw.	40 000,00 zł

⁶ Włączając działania w mediach społecznościowych, również te realizowane bezkosztowo.

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
			<p>rezultatów / IOB, uczelnie, wyższe, organizacje przedsiębiorców, ogół społeczeństwa</p>	<p>przedsiębiorców połączonej z wymianą dobrych praktyk oraz warsztatami praktycznymi z wybranych dziedzin dotyczących przedsiębiorczości. Planowana liczba uczestników: 150 + użytkownicy on-line</p>			
		3-4	<p>Mieszkańcy regionu, beneficjenci i potencjalni beneficjenci, uczestnicy projektów, IOB, uczelnie, wyższe, organizacje przedsiębiorców, ogół społeczeństwa</p>	<p>Konferencja dotycząca promocji dotychczasowych efektów wdrażania RPO WSL w obszarze rynku pracy w woj. śląskim skierowana do beneficjentów, potencjalnych beneficjentów, przedsiębiorców, instytucji rynku pracy, instytucji szkoleniowych, oświatowych, IOB. Celem wydarzenia jest podsumowanie dotychczasowego okresu wdrażania, zachęta pracodawców do inwestycji w kapitał ludzki, dyskusja na temat przemian rynku pracy, luki kompetencyjnej, kondycji sektora MŚP itp. Koszty obejmują wydatki na wynajem sali, catering, osobę prowadzącą wydarzenie, ekspertów występujących podczas konferencji oraz działań promocyjnych. Planowana liczba osób: minimum 80.</p>	IP WUP	IV kw.	33 100,00 zł

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
5.2	Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy itp.	3-4	Potencjalni beneficenci/beneficjenci /Potencjalni uczestnicy projektów, odbiorcy rezultatów Ogół społeczeństwa	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.	IZ WRR Biuro Prasowe UMWSL	Cały rok	0,00 zł
5.3	Organizacja akcji Dni Otwartych Funduszy Europejskich	3,4	Ogół społeczeństwa	Działanie obejmie aktywne włączenie się w organizację DOFE poprzez pokazanie projektów unijnych realizowanych/zrealizowanych dzięki FE. W ramach DOFE wsparto promocyjne i organizacyjne beneficjentów biorących udział w akcji. W ramach kampanii promocyjnej przewidziano reklamy prasowe i internetowe. Dodatkowo na wybranych najciekawszych projektach zostały zapewnione specjalne atrakcje. Charakter tych atrakcji każdorazowo był dostosowany do projektu tak, żeby uwzględnić jego specyfikę oraz przekazać jak najwięcej informacji o projekcie dofinansowanym z Funduszy Europejskich. Za koordynację całości odpowiadała Agencja, która będzie realizowała poszczególne atrakcje. W koordynację działania zostały włączone IP.	IZ WRR	maj	331 000,00 zł
5.4	Inne	1-4	Potencjalni beneficenci/beneficjenci	Wizyty studyjne (5 wizyt) dla dyrektorów szkół, nauczycieli oraz przedstawicieli jednostek samorządowych (100 osób). Wizyty będą organizowane w ramach subregionów i odbywać	IZ WRR	III-IV kw.	

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			eficjencji Ogół społeczeństwa. Mieszkańcy regionu	się będą na projektach realizowanych w ramach wsparcia szkolnictwa zawodowego dla pokazania dobrych praktyk i przybliżenia założeń naboru 11.2.3			10 000,00 zł
			Mieszkańcy regionu	Wystawa- kompleksowa organizacja wystawy ukazująca zmiany jakie zaszły w województwie śląskim, dzięki wsparciu z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020. Wystawa będzie skierowana do grupy docelowej rozumianej jako szeroko pojęta opinia publiczna; mieszkańcy województwa śląskiego. Celem wystawy jest informowanie o korzyściach płynących z wdrażania funduszy europejskich w województwie, poprzez promowanie przykładów konkretnych projektów w celu zobrazowania efektów. Wystawa ma pokazać, że FE współfinansują projekty w różnorodnych obszarach i o różnorodnej specyfice, w tym projekty podnoszące jakość życia i zmieniające najbliższe otoczenie mieszkańców. Wystawa będzie mobilna, z wykorzystaniem elementów interaktywnych i multimedialnych, pokazywana będzie w galeriach handlowych w województwie. Koszt obejmuje autorski projekt, wykonanie, transport i ekspozycję w galeriach handlowych.	IZ WRR	III-IV kw.	150 000,00 zł
6. Konkursy							
6.1	Konkursy promocyjne	3-4	Ogół społeczeństwa. Mieszkańcy regionu	Konkurs dla uczniów szkół branżowych na Facebooku „Ja i moja przyszłość – wybór szkoły branżowej moim sukcesem”. Zadaniem konkursowym ma być realizacja krótkiego filmiku pokazującego z perspektywy młodzieży zalety uczenia się w szkole zawodowej.	IZ WRR	III-IV kw	1 500,00 zł
6.2	Inne						
7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych							
7.1	Publikacje (drukowane i elektroniczne)	1-2	Potencjalni beneficjenci/beneficjenci	Publikacja ulotek na temat poszczególnych działań i możliwości wsparcia w ramach RPO WSL wdrażanych przez WUP. Minimum 3 rodzaje ulotek do poszczególnych grup docelowych. Dystrybucja ulotek przez wykonawcę do minimum	IP WUP	II-III kw.	7 600,00 zł

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
e)			eficjencji /Potencjalni uczestnicy projektu W, odbiorcy rezultatów	<p>50 podmiotów z woj. śląskiego (w tym instytucji współpracujących z IP, partnerów rynku pracy, IOB, gmin i powiatów, punktów skupiających grupy docelowe działań IP np. urzędów skarbowych itp; publikacje dystrybuowane będą także bezpośrednio przez WUP podczas: targów, konferencji, itp. przedsięwzięć organizowanych w regionie. Liczba ulotek: min. 30 tys. egz.</p> <p>M.in. ulotki (5000 szt.), 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</p> <p>Kontynuacja biuletynu <i>Razem zmieniamy Śląskie</i>. 6 numerów dystrybuowany jako insert do gazety regionalnej o nakładzie min. 23 000. Dodatkowo 1000 szt będzie dostarczone do PIFE, WUP, ŚCP, IP RIT i rozdane podczas Targów, Kongresów, w których uczestniczymy i spotkan z beneficjentami. W każdym numerze znajdują się artykuły napisane przez eksperta, poradnik beneficjenta oraz najważniejsze sprawy bieżące i informacje o naborach, dodatkowo ciekawe grafiki. Dodatkowo przygotowanie oraz opublikowanie e-biuletynu na podstawie</p>	IP ŚCP	Cały rok	2 000,00 zł
					IZ WRR	II-XII	121 500,00 zł

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				wersji papierowej (wersja online magazine) oraz jego promocja. Emisja wybranych artykułów z biuletynu i w Internecie(targetowana) na portalach regionalnych z odesłaniem do aktualnego e-biuletynu oraz wsparcie działaniami na facebooku. Wymagane będzie uzyskanie min. 1 tys. odsłon dla każdego artykułu na każdym portalu (dwa portale regionalne) oraz min 2 tys odsłon łącznie na 7 portalach lokalnych plus1 tys odsłon w ramach reklamy prowadzonej na facebooku. Materiały, które powstaną będą wysokiej jakości, będą zgodne z kierunkami i priorytetami na 2019 rok i będą prezentowały projekty z EVA (w szczególności filmiki).			
				Kontynuacja wydawania Poradnika przedsiębiorcy „Fundusze dla biznesu” z e-publikacją (4 wydania po 1000 szt.), poświęconego szczególnie konkursom, skierowanym do sektora MŚP – zachęta do skorzystania, promocja dobrych praktyk, porady dla realizujących projekt, prezentacja opinii ekspertów Dystrybucja w punkcie kontaktowym ŚCP, wysyłka do uczelni wyższych w związku z potrzebą zainteresowania zawiązywaniem konsorcjów , wysyłka do wydziałów współpracy z gospodarką, działających w ramach instytucji samorządowych na terenie powiatów, dystrybucja 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)	IP SCP	Cały rok	33 210,00 zł
				Kontynuacja Biuletynu Informacyjnego WUP w Katowicach kolportowanego bezpłatnie na terenie woj. śląskiego (kolportaż bezpośredni w środkach transportu publicznego na terenie woj. śląskiego – pociągi Kolei Śląskich). Planuje się 4 wydania, nakład każdego wydania minimum 30 000 egz. Biuletyn poświęcony tematyce rynku pracy i działaniom WUP, w tym część stron (minimum 6 stron w każdym wydaniu) poświęcona będzie możliwościom wsparcia	IP WUP	Cały rok	19 840,00 zł

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				w ramach RPO (artykuły zachęcające do udziału w projektach, przedstawiające przykłady dobrych praktyk, historie osób, które skorzystały ze wsparcia FE, opinie ekspertów, wywiady, w zależności od potrzeb – artykuły pronaborowe). W ramach usługi planuje się również e-publicację Zasięg działań: woj. śląskie.			
		3-4	Odbiorcy rezultatów / ogół społeczeństwa	Album ukazujący efekty RPO WSL 2014-2020 Planowana liczba sztuk: 1000 W ramach usługi zapewniona zostanie profesjonalna dokumentacja fotograficzna kilkunastu projektów z perspektywy 2014-2020 wraz z przeniesieniem praw do wykorzystywania jej do celów promocyjnych również poza albumem, np. na potrzeby Mapy dotacji czy działań promocyjnych MliR i KE. Oprócz wersji drukowanej albumu powstanie wersja multimedialna e-publicacji, obejmująca teksty i zdjęcia w wersji rozszerzonej, a także filmy wideo.	IZ WRR	III-IV kw.	150 000,00 zł
		1	Beneficjenci, potencjał beneficjenci	Broszura informacyjna nt. realizowanych/zrealizowanych projektów w ramach RIT Subregionu Zachodniego RPO WSL 2014-2020, 600 szt. Projekt graficzny i druk. Dystrybucja podczas szkoleń spotkań informacyjnych w roku 2019 oraz w latach kolejnych aż do wyczerpania nakładu.	IP RIT SZ	IV kw.	4 000,00 zł
7.2	Materiały promocyjne typu gadżety	3-4	Potencjał beneficjenci/beneficjenci /Potencjał uczestnicy projektów	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. Kalendarze książkowe, planszowe i biurkowe, materiały piśmiennicze, bruliony, teczki, drobne gadżety itp. Materiały promocyjne dystrybuowane będą w czasie spotkań/imprez	IP WUP	Cały rok	42 980,00 zł
					IP SCP	Cały rok	50 000,00 zł

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			w, odbiorcy rezultatów	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			
				Kalendarze na 2020 r. ściennie, planery, książkowe, biurkowe, notesy z gumką, notatniki - dystrybucja na spotkaniach informacyjnych z potencjalnymi beneficjentami oraz na szkoleniach dla beneficjentów organizowanych pod koniec roku (kalendarze) i przez następne lata (notesy i notatniki)..	IZ WRR	III-IV kw.	70 000,00 zł
				Drobne materiały promocyjne typu długopis, torba, pen drive itp. Materiały dystrybuowane podczas: spotkań informacyjnych, targów, konferencji, imprez plenerowych, kongresów i innych wydarzeń, które organizuje, lub w których bierze udział IZ WRR	IZ WRR	II-III kw	70 000,00 zł
				Materiały promocyjne na potrzeby działań informacyjno-promocyjnych prowadzonych przez Instytucję Pośredniczącą dla Regionalnych Inwestycji Terytorialnych Subregionu Południowego Województwa Śląskiego (zestaw na który składa się ekologiczna teczka, ekologiczny długopis oraz notes/bloczek – 400 szt.)	IP RIT SPd	I kw	2 355,00 zł
7.4	Inne			Zakup drukarki brajlowskiej, niezaplanowany wynajem Sali i catering	IZ WRR	II-III kw.	2 500,00 zł
				Usługa fotograficzna na potrzeby działań informacyjno-promocyjnych dotyczących Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2014-2020. Usługa będzie powiązana z przeniesieniem praw do wykorzystywania zdjęć do celów promocyjnych na potrzeby m.in. Mapy dotacji czy działań promocyjnych MliR i KE	IZ WRR	II-IV kw	50 000,00 zł

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU							3 223 000,00 PLN

5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji

UWAGA: WSKAŹNIKI ZAMIESZCZONE W TABELI 2 POWINNY BYĆ TOŻSAME ZE WSKAŹNIKAMI ZAMIESZCZONYMI W STRATEGII KOMUNIKACJI POI/ RPO

Tabela 2. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji RPO w roku 2019

(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 osiągnięta na rok 2015	Wartość osiągnięta na rok 2016	Wartość osiągnięta na rok 2017	Wartość docelowa na rok 2018	Wartość docelowa 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	441 746	1 281 849	2 204 197	3 075 750	3 500 000				4 500 000
	<i>Znajomość w województwie śląskim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięci</i>	36%	—	18%	-	60%	Dane z MIIR				45%

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta na rok 2015	Wartość osiągnięta na rok 2016	Wartość osiągnięta na rok 2017	Wartość docelowa na rok 2018	Wartość docelowa 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
	<i>a z Funduszy Europejskich</i>										
	<i>Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów w województwie śląskim w ramach RPO WSL 2014-2020</i>	0	2059	4792	7100	8175	9605				6 500
	<i>Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych (PIFE) na terenie województwa śląskiego dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego</i>	0	28 859	56 057	81 470	104 191	Dane z MliR				110 700
	<i>Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania w województwie śląskim</i>	2	1	2	3	4	5				5
Komunikacja Funduszy Europejskich wspiera beneficjentów w	<i>Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów</i>	0	149	183	768	1913	Dane z MliR				779

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta na rok 2015	Wartość osiągnięta na rok 2016	Wartość osiągnięta na rok 2017	Wartość docelowa na rok 2018	Wartość docelowa 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
realizacji projektów	<i>informacyjnych (PIFE) na terenie województwa śląskiego dot. realizacji projektów</i>										
	<i>Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w województwie śląskim</i>	0	1982	3141	5363	8270	10 241				8 000
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia mieszkańcom województwa śląskiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich	<i>Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu w województwie śląskim nt. osiągnięć Programu</i>	4	0	0	0	0	0				4
	<i>Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie”</i>	92%	–	83%	–	90%	Dane z MliR				95%
	<i>Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczone są FE w województwie śląskim</i>	38%	–	14%	–	28%	Dane z MliR				46%
	<i>Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym</i>	64%	–	62%	–	73%	Dane z MliR				73%

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta na rok 2015	Wartość osiągnięta na rok 2016	Wartość osiągnięta na rok 2017	Wartość docelowa na rok 2018	Wartość docelowa 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
	<i>otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa śląskiego</i>										
Komunikacja Funduszy Europejskich zapewnia szeroką akceptację mieszkańcom dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie śląskim	<i>Odsetek mieszkańców województwa śląskiego dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa</i>	74%	—	80%	—	80%	Dane z MliR				82%
	<i>Odsetek mieszkańców województwa śląskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich</i>	58%	—	51%	—	64%	Dane z MliR				63%

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	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 efektach realizacji programu w województwie.
3. Główny komunikat	Fundusze Europejskie wspierają rozwój województwa, poprawiają jakość życia mieszkańców regionu, wpływają na zmiany w najbliższym otoczeniu. Charakter promocyjny i wizerunkowy na temat zmian, które zaszły w województwie dzięki środkom unijnym. Wzmocniona osobista perspektywa odbiorcy i ukazane rzeczywiste zmiany w okolicy, ważne dla każdego mieszkańca województwa.
4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte)	Dotarcie do ogółu społeczeństwa rozumianego jako szeroko pojęta opinia publiczna; mieszkańcy województwa śląskiego w wieku 15+.z informacją o efektach programu i promocja dobrych praktyk <i>Zwiększenie wskaźnika w kolejnych badaniach prowadzonych przez MIR: Odsetek mieszkańców województwa śląskiego dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa 81%</i> <i>Odsetek mieszkańców województwa śląskiego uważających, że osobiście korzystają oni z Funduszy Europejskich 60%</i>
5. Opis działania	
a) Skrótowy opis działania	W ramach kampanii o szerokim zasięgu planuje się kampanię internetową i outdoorową poświęconą efektom wdrażania Programu oraz promocji dobrych praktyk. Kampania ma na celu poinformowanie o korzyściach płynących z wdrażania funduszy europejskich w województwie, poprzez promowanie przykładów konkretnych projektów w celu zobrazowania efektów. Kampania powinna zwrócić uwagę, że Fundusze Europejskie współfinansują projekty w różnorodnych obszarach i o różnorodnej specyfice, w tym projekty podnoszące jakość życia i zmieniające najbliższe otoczenie mieszkańców. Odbiorcy powinny zobaczyć zmiany w województwie oraz wsparcie poszczególnych dziedzin życia. Kampania będzie wykorzystywać kontekst ludzki, tzn. prezentacja historii ludzi, którzy skorzystali z Programu czy to jako beneficjenci, czy też uczestnicy projektów. W ramach tego przedsięwzięcia planuje się działania w mediach regionalnych, lokalnych, przede wszystkim Internecie, a wspierająco w outdoorze i w radiu.
b) Grupa docelowa (np. przedsiębiorcy, osoby bezrobotne, jednostki samorządu terytorialnego)	<ul style="list-style-type: none"> • szeroko pojęta opinia publiczna; mieszkańcy województwa śląskiego w wieku 15+.
c) Zasięg terytorialny	zasięg regionalny – województwo śląskie (media regionalne i lokalne, Internet -

działania	geotargetowanie na województwo śląskie).	
d) n	Audycje telewizyjne <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i>	Nie dotyczy
	Spoty telewizyjne	Nie dotyczy
	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>	Nie dotyczy
	Publikacje w internecie Emisja filmów wideo w serwisie internetowym You Tube i True View in Stream min. 4 000 wyświetleń o minimum 50% czasu trwania danego filmu Emisja filmu wideo na platformie VOD- 6 000 wyświetleń Działanie to będzie realizowana w ramach jednego przetargu jako kampania internetowo-outdoorowa, nie planuje się szczegółowego budżetu w podziale na poszczególne media. Promocja efektów programu i dobrych praktyk.	Nie dotyczy
Reklamy w internecie <i>Nazwa portalu, rodzaj narzędzia, tematyka</i> <ul style="list-style-type: none"> • Reklama na Facebooku, ok 30 akcji • Remarketing behawioralny 3000 kliknięć w stronę • Reklama wideo na Facebooku, YouTube, a także wybranych portalach informacyjnych i biznesowych Reklama na Facebooku] 2 000 kliknięć w stronę Działanie to będzie realizowane w ramach jednego przetargu jako kampania internetowo-outdoorowa, nie planuje się szczegółowego budżetu w podziale na poszczególne media.	Brak danych	
Ambient, OOH, inne <i>Rodzaj narzędzia, tematyka</i> <ul style="list-style-type: none"> • City lighty- 100 nośników • Fullback- 100 autobusów • Komunikacja miejska emisja spotu reklamowego w tramwajach i autobusach na 290 ekranach Działanie to będzie realizowane w ramach jednego przetargu jako kampania internetowo-outdoorowa, nie planuje się szczegółowego budżetu w podziale na poszczególne media. Promocja efektów programu i dobrych praktyk.	Brak danych	
BUDŻET ŁĄCZNIE	720 000,00 zł	
m) Termin realizacji	X-XII 2019 r.	
n) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	Telewizja: Radio <ul style="list-style-type: none"> • Liczba stacji radiowych: min. 1 	

	<ul style="list-style-type: none"> • Liczba spotów: min. 6, Łączny zasięg dzienny: min. 45 tys. osób docelowej <p>Internet</p> <p><u>Reklama na Facebooku</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Liczba kliknięć – min. 2 000 <p>Reklama wideo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Liczba filmów: 1 • Liczba obejrzeń: min. 10 000 <p>Remarketing behawioralny:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Łączna liczba kliknięć: min. 3000 <p>Inne</p>
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej <u>TAK/NIE</u> z grupą docelową programu, działania lub projektu 2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia <u>TAK/NIE</u> komunikacji 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	<p>Imię i nazwisko: Krystyna Skrabek Numer telefonu: 32/ 77-99-191 Adres mailowy: krystyna.skrabek@slaskie.pl</p>