

Wzór
Rocznego planu działań
informacyjnych i promocyjnych
na ... r.
dla ... (pełna nazwa programu)

WŁAŚCIWE ZESTAWIENIE ZNAKÓW

Spis treści:

1. Wstęp.....	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	3
2.3. Wyniki badań i analiz	3
3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku	3
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok... ..	3
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji	7
6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu.....	8

1. Wstęp

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych dla (nazwa dokumentu: Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 lub Strategii komunikacji + nazwa programu operacyjnego) (zwany dalej Rocznym planem działań, w skrócie RPD) jest dokumentem o charakterze operacyjnym, przygotowanym przez (nazwa w systemie wdrażania FE, np. IZ RPO WP), na potrzeby realizacji w r. zapisów ww. (nazwa dokumentu, jak powyżej). (Ewentualne doszczegółowienie na temat tego, że RPD obejmuje działania realizowane przez IZ oraz IP, przy czym odpowiedzialność za koordynację działań IP spoczywa na IZ/IK UP).

Dokument określa podstawy i sposoby realizacji zadań informacyjnych i promocyjnych, poświęconych (nazwa programu, lub w przypadku IK – polityki spójności i KPO), wymienia i opisuje najważniejsze działania komunikacyjne prowadzone przez (nazwa instytucji), ich cele, ramy czasowe oraz szacunkowy budżet.

Dane kontaktowe do podmiotu odpowiedzialnego za sporządzenie RPD:

nazwa instytucji – adres – kod pocztowy – miasto – e-mail – numer telefonu – imię i nazwisko osoby do kontaktu – jej numer telefonu – jej e-mail.

2. Podstawy opracowania 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

- Wytoczne ministra właściwego do spraw rozwoju regionalnego w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020.
- Strategia komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020.
- Strategia komunikacji programu

Ewentualnie wymienić pozostałe dokumenty, wykorzystane do opracowania RPD.

2.2. Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe Strategii komunikacji

Cel strategiczny dla danego programu (wskazany w strategii komunikacji) - ...

Cel nadrzędny Strategii komunikacji

Cele szczegółowe Strategii komunikacji

2.3. Wyniki badań i analiz

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

3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku

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

Należy wymienić najważniejsze zadania oraz do każdego zadania podać krótkie uzasadnienie. Zadanie jest tu rozumiane jako kategoria szersza niż działanie. Może ono składać się z kilku działań.

Uwaga: w tabeli 1 należy szczegółowo opisać wszystkie planowane działania podając ich nazwy, opisując elementy, które wejdą w skład działań, wskazując który cel Strategii komunikacji realizuje to działanie, instytucje odpowiedzialne, grupy docelowe, termin realizacji i budżet.

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

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

Tabela 1. Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach KPO / RPO w roku ...

Działania wymienione w kolumnie „Nazwa działania” są przykładowe. Jeśli nie będą realizowane np. konferencje, należy usunąć kategorię. Natomiast jeśli będzie realizowanych np. kilka konferencji, należy powielić wiersze oraz uzupełnić opisy działań, nadal w kategorii działań „Konferencje”.

Każde działanie powinno zostać opisane w punktach, przy wykorzystaniu poniższych informacji (potem zwane „minimum”), z wyjątkiem działania o szerokim zasięgu:

Opis działania, w tym:

- *kluczowe elementy/narzędzia, np. audycja radiowa, cykl artykułów,*
- *szacunki liczbowe (liczby możliwe do określenia na etapie planowania, np. szacunkowa liczba uczestników szkoleń),*
- *informacja o współpracy z partnerami lub innymi podmiotami zewnętrznymi,*
- *inne istotne informacje, w tym ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami, zaangażowanie beneficjentów.*

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
1. Koordynacja, w tym badania i ewaluacja, wymiana doświadczeń							
1.1	Koordynacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji			Działania koordynacyjne (w tym współpraca i nadzór nad IP)			zł
1.2	Udział w grupach			Grupa Sterująca ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich			zł
				Grupa robocza IZ-IP ds. informacji i promocji			zł
1.3	Współpraca międzynarodowa						
1.4	Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy			Badanie społeczne			zł
				Ewaluacja			zł
1.5	Inne						
2. Działania informacyjne							
2.1	System informacji - sieć PIFE	<p><i>W RPD RPO: informacja:</i></p> <p>Sieć PIFE w województwie ... prowadzona jest w ramach umowy o numerze ... między MR a Województwem W województwie funkcjonuje główny punkt w...(nazwa miejscowości) i ... (ile?) punktów lokalnych w następujących miejscowościach: ... Szczegółowe plany realizacji tego działania na dany rok są przedstawiane we Wniosku o przyznanie dotacji celowej na ... r. Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z MR. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy.</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						zł

LP.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
2.3	Baza wiedzy ¹						
2.4	Mapa dotacji ²						
2.5	Wyszukiwarka Dotacji ³						
2.6	Inne						zł
3. Działania edukacyjne							
3.1	Szkolenia dla beneficjentów ⁴						zł
3.2	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów ⁵						zł
3.3	Inne						
4. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w Internecie							
4.1	Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu			Szczegóły znajdują się w tabeli 3.			
4.2	Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)			Audycje <i>Prosimy o uwzględnienie działań niebędących częścią działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu⁶. Opis wszystkich działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu należy umieścić w tabeli nr 3.</i>			zł
				Spoty <i>Jw.</i>			zł
4.3	Radio (audycje sponsorowane, reklamy)			Audycje <i>Jw.</i>			zł

¹ Administracja zespołami programu w Bazie Wiedzy o Funduszach Europejskich.

² Uzupełnianie informacji o projektach w Mapie Dotacji UE.

³ Uzupełnianie informacji o naborach na portalu FE i w Wyszukiwarce Dotacji.

⁴ Należy uzupełnić w zakresie szkoleń organizowanych przez instytucję zarządzającą i pośredniczącą. Wykaz szkoleń realizowanych w ramach Sieci PIFE będzie przedstawiony w sprawozdaniach projektowych PIFE i nie należy go tu umieszczać.

⁵ Jw.

⁶ Zgodnie z definicją działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu, zawartą w *Strategii komunikacji polityki spójności*.

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

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

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

5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji

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

Tabela 2. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji KPO / RPO w roku ...

(Tabela zawiera wypełnione wiersze, w ślad za Strategią komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020. Podobnie powinna zostać wypełniona tabela dla Strategii komunikacji danego programu. W kolejnych latach należy uzupełniać wartości osiągnięte na koniec poprzedniego roku (kumulatywnie), jeśli są dostępne dane, oraz wartość docelową tylko na kolejny rok.)

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2015	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2016	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2017	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2018	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2019	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2020	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2021	Wartość docelowa /osiągnięta na koniec roku 2022	Wartość docelowa na koniec roku 2023
Cel 1	Wskaźnik 1										
	Wskaźnik 2										
Cel 2	Wskaźnik n										
Cel 3											
Cel 4											

6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

UWAGA: INFORMACJE PRZEDSTAWIONE W TABELI 3 DOTYCZĄCE KOSZTU, CZASU TRWANIA, GRUP DOCELOWYCH KAMPANII O SZEROKIM ZASIĘGU POWINNY BYĆ SPÓJNE Z DANymi WYNIKAJĄCYMI Z TABELI 1.

(Jeśli działań tego typu jest wiele, to każde z nich należy opisać w osobnej tabeli. W takim wypadku należy skopiować tabelę i nadać jej kolejny numer porządkowy.)

Tabela 3. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania		
2. Nazwa działania		
3. Główny komunikat		
4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte)		
5. Opis działania		
a) Skrótowy opis działania		
b) Grupa docelowa (np. przedsiębiorcy, osoby bezrobotne, jednostki samorządu terytorialnego)		
c) Zasięg terytorialny działania		
d) Narzędzia⁸ oraz szczegółowy budżet	Audycje telewizyjne <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i> PLN
	Spoty telewizyjne <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i> PLN
	Audycje radiowe <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i> PLN
	Spoty radiowe <i>W tym stacje, grupy stacji, tematyka, liczba emisji</i> PLN
	Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe <i>Tytuł prasowy, rodzaj publikacji, tematyka</i> PLN
	Publikacje w internecie <i>Nazwa portalu, tematyka</i> PLN
	Reklamy w internecie <i>Nazwa portalu, rodzaj narzędzia, tematyka</i> PLN
	Ambient, OOH, inne <i>Rodzaj narzędzia, tematyka</i> PLN
	BUDŻET ŁĄCZNIE PLN
e) Termin realizacji		
f) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	Telewizja np. Zasięg w GRP Zasięg 1+ Zasięg efektywny (np. zasięg 3+)	

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

	<p>Kampania radiowa np. Zasięg w GRP Zasięg 1+ Zasięg efektywny (np. zasięg 3+)</p> <p>Prasa ... </p> <p>Internet ... </p> <p>Inne ... </p>												
<p>6. Uzasadnienie działania</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>który cel/cele ze strategii realizują te działania</i> • <i>uzasadnienie realizacji działania</i> • <i>czy działanie uwzględnia zasady efektywnościowe, o których mowa w Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020 (właściwe zaznaczyć):</i> <table border="1" data-bbox="485 891 1254 1144"> <tr> <td data-bbox="485 891 1254 947"> <p>1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu</p> </td> <td data-bbox="1254 891 1449 947"> <p>TAK/NIE</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="485 947 1254 1003"> <p>2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji</p> </td> <td data-bbox="1254 947 1449 1003"> <p>TAK/NIE</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="485 1003 1254 1037"> <p>3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej</p> </td> <td data-bbox="1254 1003 1449 1037"> <p>TAK/NIE</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="485 1037 1254 1093"> <p>4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej</p> </td> <td data-bbox="1254 1037 1449 1093"> <p>TAK/NIE</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="485 1093 1254 1126"> <p>5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego</p> </td> <td data-bbox="1254 1093 1449 1126"> <p>TAK/NIE</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="485 1126 1254 1144"> <p>6. Zasada uzupełniania się komunikatów</p> </td> <td data-bbox="1254 1126 1449 1144"> <p>TAK/NIE</p> </td> </tr> </table> <ul style="list-style-type: none"> • <i>inne istotne informacje, np. ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami, zaangażowanie beneficjentów, współpraca z partnerami</i> 	<p>1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu</p>	<p>TAK/NIE</p>	<p>2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji</p>	<p>TAK/NIE</p>	<p>3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej</p>	<p>TAK/NIE</p>	<p>4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej</p>	<p>TAK/NIE</p>	<p>5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego</p>	<p>TAK/NIE</p>	<p>6. Zasada uzupełniania się komunikatów</p>	<p>TAK/NIE</p>
<p>1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu</p>	<p>TAK/NIE</p>												
<p>2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji</p>	<p>TAK/NIE</p>												
<p>3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej</p>	<p>TAK/NIE</p>												
<p>4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej</p>	<p>TAK/NIE</p>												
<p>5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego</p>	<p>TAK/NIE</p>												
<p>6. Zasada uzupełniania się komunikatów</p>	<p>TAK/NIE</p>												
<p>7. Osoba do kontaktu</p>	<p>Imię i nazwisko: Numer telefonu: Adres mailowy:</p>												