

Działania komunikacyjne na temat Funduszy Europejskich

I. INFORMACJE WSTĘPNE

Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju (MliR) jest instytucją odpowiedzialną m.in. za efektywne wykorzystanie Funduszy Europejskich (FE) przyznanych Polsce. Aby skutecznie wykorzystać pomoc unijną, Ministerstwo podejmuje szereg różnorodnych działań zmierzających do podniesienia poziomu wiedzy i świadomości na temat Funduszy Europejskich dostępnych na lata 2007-2013¹ oraz 2014-2020.

Działania realizowane przez resort mają na celu upowszechnianie informacji na temat wykorzystania FE w Polsce, prezentację możliwości aplikowania o unijne środki oraz perspektyw rozwoju naszego kraju w ciągu najbliższych lat dzięki środkom z Unii Europejskiej (UE). Prowadzone działania mają charakter:

- informacyjny, m.in. usługi sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich (PIFE), strony internetowe (wraz z z głównym portalem www.funduszeuropejskie.gov.pl), profile w mediach społecznościowych,
- informacyjno-promocyjny, m.in. kampanie w różnych środkach przekazu, konkursy oraz współpraca z organizacjami pozarządowymi i partnerami społeczno-gospodarczymi, różne formy współpracy ze stacjami telewizyjnymi i radiowymi, wydawcami prasowymi,
- edukacyjny, m.in. szkolenia, seminaria konsultacyjne, konferencje.

Mając na względzie skuteczne informowanie opinii publicznej o FE, działania komunikacyjne są kierowane do poniższych kategorii odbiorców:

- ogółu społeczeństwa,
- podmiotów, które mogą ubiegać się o wsparcie z FE (potencjalni beneficjenci),
- podmiotów, które już otrzymały dotację (beneficjenci),
- potencjalnych uczestników projektów realizowanych przez innych beneficjentów.

W latach 2014-2020 realizowane będą następujące programy operacyjne²:

- 6 krajowych programów operacyjnych: Infrastruktura i Środowisko, Inteligentny Rozwój, Polska Cyfrowa, Wiedza Edukacja Rozwój, Polska Wschodnia, Pomoc Techniczna,
- 16 regionalnych programów operacyjnych (każde województwo ma własny program),
- Programy Europejskiej Współpracy Terytorialnej,
- Programy Współpracy Transgranicznej w ramach Europejskiego Instrumentu Sąsiedztwa i Partnerstwa.

¹ Wszystkie działania w tym obszarze są prowadzone na podstawie Rozporządzenia Rady (WE) nr 1083/2006 z dnia 11 lipca 2006 r. oraz Rozporządzenia Komisji (WE) nr 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 r., a także **Strategii komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013**. Dokument dostępny jest na stronie:

www.funduszeuropejskie.gov.pl/ZPFE/Strony/Dokumenty.aspx

Obszary wykorzystania środków europejskich na lata 2007-2013 oraz system ich wdrażania określa **Narodowa Strategia Spójności**. Zgodnie z tym dokumentem środki są dzielone w ramach następujących programów:

- 5 krajowych programów operacyjnych: Kapitał Ludzki, Innowacyjna Gospodarka, Infrastruktura i Środowisko, Rozwój Polski Wschodniej, Pomoc Techniczna,
- 16 regionalnych programów operacyjnych (każde województwo ma własny program),
- Programy Europejskiej Współpracy Terytorialnej,
- Programy Współpracy Transgranicznej w ramach Europejskiego Instrumentu Sąsiedztwa i Partnerstwa.

² Więcej informacji o Funduszach Europejskich na lata 2014-2020 można znaleźć na stronie www.funduszeuropejskie.gov.pl (zakładka Fundusze Europejskie 2014-2020).

II. GŁÓWNE DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE PLANOWANE DO REALIZACJI W DRUGIEJ POŁOWIE 2014 r. ORAZ PIERWSZEJ POŁOWIE 2015 r.

Na podstawie otrzymanych wyników badań (patrz rozdział III), MliR przyjęło na drugą połowę 2014 r. oraz pierwszą połowę 2015 r. następujące główne cele komunikacji nt. Funduszy Europejskich:

- Budowa świadomości nt. Funduszy Europejskich na lata 2014-2020, w tym nt. głównych założeń nowej perspektywy;
- Poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach wsparcia z Funduszy Europejskich na lata 2014-2020;
- Aktywizacja potencjalnych beneficjentów do aplikowania po wsparcie;
- Przygotowanie potencjalnych beneficjentów do korzystania ze wsparcia;
- Budowa świadomości nt. źródeł informacji o FE i zachęcanie do korzystania z nich (punkty informacyjne, portal www.funduszeuropejskie.gov.pl);
- Informowanie potencjalnych beneficjentów nt. naboru wniosków, zasad naborów i rodzaju dofinansowanych projektów;
- Zachęcanie do składania wniosków („call-to-action”);

Kampania informacyjno-edukacyjna otwierająca nową perspektywę budżetową UE

Planowane jest przeprowadzenie kampanii o szerokim zasięgu informującej o Funduszach Europejskich w nowej perspektywie finansowej. Poniżej założenia poszczególnych etapów kampanii:

- **Etap I** - Budowa świadomości nt. Funduszy Europejskich 2014-2020 / aktywizacja potencjalnych beneficjentów (listopad – grudzień 2014 r.)
- **Etap II** - Budowa świadomości nt. źródeł informacji o Funduszach Europejskich i zachęcenie do skorzystania z nich (kampania medialna od stycznia 2015 r.)
- **Etap III** - Informacja o naborach wniosków o dotacje/ „call to action” do składania wniosków o dotacje zgodnie z harmonogramem naborów wniosków w poszczególnych programach operacyjnych (od I kwartału 2015 r.)

Kampania medialna (etap II) będzie promować funkcjonujące w nowej odsłonie źródła informacji na temat Funduszy Europejskich:

- Portal internetowy www.funduszeuropejskie.gov.pl,
- Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich (PIFE).

Celem kampanii jest poinformowanie ogółu społeczeństwa oraz potencjalnych beneficjentów o możliwości starania się o środki z FE oraz zachęcenie do sięgania po szczegółowe informacje na ten temat na stronie internetowej dotyczącej FE oraz w Punktach Informacyjnych FE (PIFE).

Celem marketingowym kampanii jest zwiększenie ilości wejść na stronę www.funduszeuropejskie.gov.pl oraz wzrost liczby klientów korzystających z usług Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich.

Narzędzia wykorzystywane w kampanii otwierającej nową perspektywę to:

- Działania prowadzone przede wszystkim w trybie konkursu dotacji na działania informacyjne Funduszy Europejskich. Realizacja projektów telewizyjnych, radiowych, prasowych oraz internetowych zgodnie z założeniami regulaminowymi konkursu.

- Kampania medialna nt. źródeł informacji o FE (spoty TV i radiowe oraz działania internetowe np. display, kampania w wyszukiwarkach itp.)
- Działania informacyjne i edukacyjne prowadzone za pomocą Portalu www.funduszeuropejskie.gov.pl oraz Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich PIFE (**opis poniżej**)

Działania w Internecie

▪ **Nowy Portal Funduszy Europejskich:**

W IV kwartale 2014 roku pod adresem www.funduszeuropejskie.gov.pl uruchomiona zostanie nowa wersja Portalu Funduszy Europejskich dedykowana funduszom na lata 2014-2020. Istotną częścią Portalu z punktu widzenia Internautów będzie **Wyszukiwarka Dotacji** – tj. aplikacja, za pomocą której Internauta będzie mógł sprawdzić, czy może ubiegać się o środki unijne. Można będzie na nim znaleźć także ważne dokumenty i wskazówki pomocne w ubieganiu się o Fundusze Europejskie. Informacje umieszczone na portalu skierowane będą do ogółu społeczeństwa oraz potencjalnych beneficjentów.

Nowa wersja Portalu zaferuje użytkownikowi:

- Spójną i przystępną informację o Funduszach Europejskich w Internecie.
- Wyszukiwarkę Dotacji – w wyszukiwarce znajdują się informacje o możliwościach uzyskania wsparcia z Funduszy Europejskich. Dzięki intuicyjnym filtrom użytkownik w łatwy i szybki sposób będzie mógł odnaleźć interesujące go źródło finansowania.
- Informacje w formie instrukcji i poradników ułatwiających zrozumienie zagadnień związanych z Funduszami Europejskimi oraz ubieganiem się o dotacje.
- Wyszukiwarkę szkoleń i konferencji.
- Dane kontaktowe Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich oraz możliwość znalezienia ich w konkretnym województwie.
- Dokumenty i publikacje informacyjne o środkach europejskich.
- Informacje o wszystkich projektach, które otrzymały dofinansowanie z Funduszy Europejskich.

W nowej wersji Portalu Funduszy Europejskich znajdą się również przekierowania do stron wszystkich instytucji zajmujących się zarządzaniem środkami UE, które razem z Portalem Funduszy Europejskich będą stanowiły System informowania o Funduszach Europejskich w Internecie.

▪ **Media społecznościowe:**

Ministerstwo będzie kontynuować działania w serwisach społecznościowych np. Facebook, Twitter, Pinterest, Google+, Nasza Klasa oraz YouTube, w szczególności poprzez stałe i regularne zamieszczanie treści, których celem jest edukowanie o możliwościach, jakie dają Fundusze Europejskie w nowej perspektywie 2014-2020 oraz informowanie o efektach ich wykorzystania.

Dodatkowo Ministerstwo planuje prowadzenie kampanii reklamowych na ww. serwisach. Celem działań reklamowych będzie dotarcie z informacją o możliwościach, jakie dają Fundusze Europejskie w nowej perspektywie 2014-20 do ogółu społeczeństwa oraz do grup potencjalnych beneficjentów.

Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich

Celem funkcjonowania Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich jest zapewnienie beneficjentom oraz potencjalnym beneficjentom wysokiej jakości informacji o Funduszach Europejskich. PIFE zapewniają konsultacje telefoniczne oraz e-mailowe. Można także przyjść osobiście do Punktu, by uzyskać dodatkowe informacje.

Docelowo w Polsce funkcjonować będzie 77 stacjonarnych Punktów Informacyjnych, w których zainteresowane osoby będą mogły uzyskać bezpłatną informację na temat możliwości ubiegania się o wsparcie z Funduszy Europejskich.

Oprócz punktów funkcjonujących stacjonarnie w większych miejscowościach, pracownicy Sieci PIFE będą organizować **mobilne punkty informacyjne** w mniejszych miejscowościach.

Zakres usług sieci punktów obejmuje przede wszystkim diagnozę klienta tj. zaklasyfikowanie pomysłu do konkretnego programu finansowanego z Funduszy Europejskich oraz poinformowanie o warunkach i procedurach przyznawania dotacji. Kolejnym etapem są konsultacje i wsparcie w przygotowywaniu wniosków, konsultacje na etapie realizacji projektu oraz wstępna pomoc w rozliczaniu projektów. Punkty organizują także spotkania informacyjne, szkolenia oraz indywidualne konsultacje dla klientów z niepełnosprawnościami.

Więcej informacji o działaniu Sieci PIFE na:

www.funduszeuropejskie.gov.pl/punkty

Pozostałe działania informacyjne, promocyjne oraz edukacyjne

- Szkolenia z zakresu perspektywy finansowej 2014-2020 skierowane do beneficjentów i potencjalnych beneficjentów oraz do instytucji wdrażających Fundusze Europejskie.
- Konkursy:
 - Konkurs „Polska Pięknieje” edycja w 2015 r. (dodatkowe informacje o konkursie w rozdziale III)
- Akcje:
 - Dni Otwarte Funduszy Europejskich – planowana jest kontynuacja akcji zorganizowanej w maju 2014 r. Podczas trwania akcji beneficjenci Funduszy Europejskich w całej Polsce otwierają dla zwiedzających swoje projekty i umożliwiają skorzystanie z wielu atrakcji bezpłatnie lub ze zniżką. Szczegóły nt. Dni Otwartych FE zorganizowanych w 2014 r. znajdują się na stronie www.10latwUE.pl.

III. WYBRANE WYNIKI BADAŃ OPINII SPOŁECZNEJ NA TEMAT PREFERENCJI I POTRZEB INFORMACYJNYCH W ZAKRESIE FUNDUSZY EUROPEJSKICH

Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju prowadzi sukcesywnie badania poziomu wiedzy społeczeństwa w zakresie Funduszy Europejskich. Z ostatnich badań i ekspertyz³ wynika między innymi, że:

- Od 2006 r. systematycznie rośnie zarówno liczba osób, które spotkały się z terminem „Fundusze Europejskie”, jak i liczba osób, które nie tylko się z nim spotkały, ale również wiedzą, co to określenie oznacza (ok. 85-90% słyszało o FE, 50%-65% rozumie co FE oznaczają). Jednak w dalszym ciągu odsetek osób, które nie rozumieją pojęcia FE i nie wiedzą co ono oznacza, mimo tendencji spadkowej, pozostaje znaczący (2008 r. – ok. 35%, 2014 r. – ok. 25%).
- Najbardziej pożądanym przez społeczeństwo kanałem informacji dostarczającym wiadomości o Funduszach Europejskich jest telewizja (29%). Następnymi w kolejności wskazań kanałami pozyskiwania informacji są: prasa (13%), ulotki (8%), punkty informacyjne (6%), reklamy (6%).
- Mieszkańcy Polski, zapytani o źródło informacji o sposobie uzyskania dotacji, spontanicznie wskazywali internet (22%) lub Urzędy (Gminy – 13%, Miasta – 11%, Pracy – 10% , ogólnie urzędy 5%). Jednak 33% nie wiedziało gdzie szukać takich informacji.
- Badani najbardziej zainteresowani są informacjami o tym, jak pozyskać fundusze i jakie są warunki ich uzyskania, co powstaje dzięki pieniądзом z FE, jak również dotyczącymi tego, kto może się o takie fundusze starać i gdzie można się o nie ubiegać.
- Polacy najbardziej zauważają zmiany, jakie następują dzięki FE na poziomie ogólnopolskim, mniej – w województwie lub najbliższym otoczeniu, a najmniej – w codziennym życiu. Mimo to, że mieszkańcy Polski są zdania, że dzięki FE ogólna jakość życia w Polsce poprawia się, rzadziej stwierdzają, że odczuli to osobiście i że fundusze przynoszą im samym korzyści, choć różnice te powoli, lecz systematycznie się zmniejszają.
- Najbardziej widoczną kategorią wsparcia z FE dla Polski jest infrastruktura, a w szczególności drogi i autostrady, w znacznie mniejszym stopniu np. edukacja, szkoły, nauka, dotacje dla firm, budowa obiektów sportowych, rozwój miast, zmniejszenie bezrobocia, ochrona środowiska, kultura, ochrona zdrowia oraz inne ważne obszary wsparcia FE.
- Natomiast jeśli chodzi o dostrzeganie efektów wsparcia z FE w codziennym życiu Polaków, to choć widzą je w coraz większym stopniu, nadal nie jest to skala dorównująca dostrzeganiu efektów wdrażania FE w Polsce (49% vs. 83%). Drogi i lepsza komunikacja są, podobnie jak w skali kraju, przytaczane jako główna korzyść z FE odczuwana w życiu codziennym (43%).
- Jednocześnie mieszkańcy Polski są zdania, że dzięki Funduszom Europejskim realizowane są dobre pomysły (72%), że Polska jako kraj uzyskuje korzyści dzięki FE (75%) i że dzięki nim Polska w coraz większym stopniu dorównuje europejskim standardom (64%).
- Wśród mieszkańców Polski utrzymuje się przekonanie, że otrzymać dofinansowanie z FE jest stosunkowo trudno. Panuje również opinia, że najłatwiej jest otrzymać wsparcie z FE firmom prywatnym, rolnikom oraz urzędom i władzom samorządowym.
- **Grupy najbardziej niedoinformowane nt. FE** to przede wszystkim osoby z wykształceniem podstawowym, zasadniczym zawodowym, osoby starsze (po 60. roku życia), osoby mieszkające na wsi lub w małych miastach (do 50 tys. ludności), emeryci i renciści, bezrobotni.
- Pomimo wzrostu w porównaniu do 2009 r. liczby osób, które uważają, że obecnie jest optymalna ilość informacji nt. Funduszy Europejskich (43% badanych), nadal 35% cały czas ma niedosyt informacyjny w tej kwestii.

Na podstawie otrzymanych wyników badań, rekomendowane są następujące założenia dotyczące języka i sposobu komunikowania Funduszy Europejskich w projektach mediowych:

- Komunikacja powinna opierać się na informacjach praktycznych, które mogą być przydatne w kontekście sięgania po wsparcie (np. korzystanie z doświadczeń osób, które skorzystały z FE).

³ Między innymi: Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2012, Grupa IQS Sp. z o.o., 2013 r.

- Ograniczenie do minimum posługiwania się pełnymi nazwami programów operacyjnych i konkretnych Funduszy.
- Język komunikacji musi być bezpośredni i przystępny tj. nie może być oficjalny, urzędowy.
- Należy jeszcze silniej przesunąć akcent komunikacji na osobę/człowieka. Pokazywać, że efekty FE to nie tylko obiekty, jak np. budynki, drogi, fabryki, maszyny, ale również zmiany w codziennym życiu.

Należy unikać:

- idealizowania UE i FE,
- języka kwiecistego,
- opowieści o ludziach, którzy osiągnęli sukces bez wysiłku,
- idealizowania otaczającej nas rzeczywistości,
- abstrakcyjnych przykładów nie związanych z dziedzinami wspieranymi przez FE,
- stosowania wyłącznie lub w przewadze argumentu liczbowego, tj. pokazywania, ile inwestycji zrealizowano i za jakie kwoty,
- ogólnikowych informacji o FE (odnoszenia się do nazw urzędowych dokumentów, np. programów operacyjnych),
- języka wyprzedazy lub castingu (np. "Fundusze do wzięcia", "Ostatni dzwonek na pieniądze dla przedsiębiorców", "Dotacje last minute", "Bierzcie pieniądze", "Ostatnie szanse na dotacje"; wypowiedzi w formie nakazowej z użyciem wykrzykników),
- komunikowania, że FE nam się należą (np. "Unia lub Fundusze dają/płacą").

Prezentacja raportów z badania efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich w latach 2009-2012 r. została opublikowana na stronie www.ewaluacja.gov.pl (zakładka: Wyniki badań / Good governance)⁴

⁴ Bezpośredni link: www.ewaluacja.gov.pl/Wyniki/Strony/Good_Governance.aspx

IV. GŁÓWNE DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE REALIZOWANE PRZEZ MIiR W LATACH 2010 – 2014 (pierwsza połowa 2014 r.)

Kampanie medialne

- **„10 lat świetlnych”**⁵ - 60 sekundowy spot telewizyjny emitowany od 22 kwietnia do 15 maja 2014 r. będący częścią akcji promocyjnej organizowanej z okazji 10-lecia członkostwa Polski w Unii Europejskiej. Prezentuje korzyści związane z obecnością Polski w Unii Europejskiej i skok cywilizacyjny jaki dokonał się w naszym kraju m.in. dzięki wykorzystaniu FE. Spot emitowano w ogólnopolskich i tematycznych stacjach telewizyjnych oraz w Internecie. Na YouTube spot wyświetlono ponad 360 000 razy.
- Kampania **„Historia prawdziwa”**⁶ – realizowana od 1 lutego do 12 kwietnia 2014 r. Kampanię oparto na relacjach ośmiu autentycznych bohaterów, którzy opowiedzieli o tym jak skorzystali z FE i zmianach jakie zaszły dzięki nim w ich życiu. Jedną z bohaterek, Pani Irmina z Bydgoszczy, dzięki wsparciu unijnemu zdobyła nowy zawód, a mama kilkunastoletniego Aleksa z Sosnowca została zatrudniona na pływalni zmodernizowanej ze środków UE. Spoty emitowane były w ogólnopolskich i tematycznych stacjach telewizyjnych, w radiu oraz w Internecie. Na potrzeby kampanii stworzona została strona internetowa www.historiaprawdziwa.pl, na której zamieszczano wersje rozszerzone poszczególnych historii oraz informacje o efektach wykorzystania FE.
- Kampania **„Zmieniamy ją wszyscy”**⁷ emitowana od 7 listopada do 12 grudnia 2013 r. na antenach ogólnopolskich oraz w wybranych pakietach stacji tematycznych. Na potrzeby kampanii przygotowano dwa 45-sekundowe spoty przedstawiające różnorodność zmian zachodzących w Polsce dzięki FE. Każdy ze spotów przedstawiał trzech autentycznych bohaterów i trzy projekty zrealizowane w ostatnich latach dzięki FE. Spoty zachęcały także do odwiedzenia strony www.mapadotacji.gov.pl, na której zgromadzono informacje o wszystkich projektach realizowanych w Polsce z FE począwszy od 2004 r. Kampania była także popularyzowana w Internecie na profilach społecznościowych FE, gdzie przygotowano specjalne wydłużone 60-sekundowe wersje spotów wzbogacone o dodatkową historię.
- Kampania **„Każdy korzysta, nie każdy widzi”**⁸ – realizowana w okresie od 22 października do 2 grudnia 2012 r. (a następnie powtórzona w okresie od 1 kwietnia do 5 maja 2013 r. w telewizji i radio). W jej ramach przygotowano i wyemitowano po 5 spotów telewizyjnych i radiowych oraz specjalny spot internetowy. Kampania została także poprzedzona działaniami popularyzującymi FE w mediach społecznościowych.

⁵http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/dzialaniapromocyjne/aktualnosc/Strony/Spot_10_lat_swietlnych_od_dzis_w_TV_22042014.aspx

⁶<https://www.youtube.com/watch?v=pTZuH-Az4cc>

⁷<http://www.historiaprawdziwa.pl/Strony/Stronastartowa.aspx>

⁸http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/dzialaniapromocyjne/aktualnosc/Strony/Zmieniamy_ja_wszyscy_nowa_kampania_Funduszy_Europejskich.aspx

⁸<http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/projekty/Strony/Kazdykorzysta.aspx>

- Kampania „**Na tropie Funduszy**”⁹ – realizowana przez Ministerstwo na przełomie 2010 i 2011 r., a następnie powtórzona w miesiącach maj-czerwiec 2011 r. Była to pierwsza kampania wielowątkowa oparta na wspólnej linii kreatywnej dla wszystkich krajowych programów operacyjnych wdrażanych w ramach Narodowej Strategii Spójności. Celem kampanii była promocja marek: *Fundusze Europejskie, Program Infrastruktura i Środowisko, Program Rozwój Polski Wschodniej, Program Kapitał Ludzki, Program Innowacyjna Gospodarka* oraz upowszechnianie korzyści, jakie daje wykorzystywanie FE i skuteczna realizacja polityki spójności. Kampania pokazywała, jak dużo w Polsce się już zmieniło oraz możliwości kolejnych zmian. Kampania realizowana była w telewizji, radiu, prasie, internecie oraz na nośnikach zewnętrznych. Twarzami kampanii byli **Dorota Wellman** i **Marcin Prokop**.



- Kampania reklamowa **promująca zasadę równości szans kobiet i mężczyzn na rynku pracy**¹⁰ – realizowana w okresie styczeń - grudzień 2011 r. W kampanii wykorzystano spot reklamowy, którego scenariusz został wyłoniony w ramach konkursu dla młodych twórców. Spot emitowany był w stacjach telewizyjnych, kinach i Internecie. Można było go oglądać również na stacjach i w wagonach Metra Warszawskiego.



Akcje promocyjne

- Akcja „**10 lat w UE**”¹¹ - realizowana wspólnie przez MliR oraz Telewizję Polską wraz z licznymi partnerami z całej Polski (m.in. Urzędami Marszałkowskimi, instytucjami wdrażającymi fundusze unijne, beneficjentami). Akcję oparto na szeroko zakrojonych działaniach w mediach, wydarzeniach plenerowych i reklamie outdoorowej. Przeprowadzono szereg działań, które miały na celu podsumowanie ostatnich 10 lat rozwoju naszego kraju i zaprezentowanie skali zmian, jakie zaszły m.in. dzięki wykorzystaniu Funduszy Europejskich. Akcja była realizowana w okresie od 13 kwietnia do 15 maja 2014 r.



Główne elementy akcji:

1. Audycje w Telewizji Polskiej - powstało 13 różnorodnych audycji emitowanych na antenach TVP 1, TVP 2, TVP INFO, TVP Polonia, TVP Regionalna oraz TVP Rozrywka w okresie od 13 kwietnia do 15 maja. Kulminacja działań telewizyjnych przypadła na dzień 1 maja, kiedy zaplanowano silną obecność na antenie TVP1, począwszy od programów informacyjnych, przez łączenia „na żywo” ze wszystkimi województwami, po wieczorne widowisko telewizyjne w formie koncertu z udziałem największych gwiazd polskiej estrady.



- Na antenie TVP 1 wyemitowano audycje:
 - TU BIJE SERCE EUROPY** (1 maja), rocznicowy koncert, który odbył się na warszawskim Podzamczu. Wystąpili m.in.: Maryla Rodowicz, Edyta Górniak, Kayah, Ewa Farna, Zakopower i wielu innych znanych artystów.

⁹ <http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/projekty/Strony/glowna.aspx>

¹⁰ http://www.efs.gov.pl/DzialaniaPromocyjne/aktualnosci/Strony/kampania_reklamowa_zas_rownosci_kobiet_mezczyzn_19012011.aspx

¹¹ <http://www.10latwue.pl/>

ŁAWECZKA W UNII, miniseriał złożony z 10 odcinków z udziałem popularnych aktorów z serialu „Ranczo”.

WIELKI TEST O EUROPIE (12 maja), widowisko telewizyjne prowadzone przez Paulinę Chylewską i Macieja Orłosia. Uczestnikami programu były znane postaci estrady, sportu, literatury, telewizji i polityki. W teście mogli brać udział także widzowie i internauci. Test rozwiązało on-line 231 000 osób.

POLSKA OCZAMI ORŁA (8 maja) film dokumentalny prezentujący zmiany, jakie zaszły w Polsce w ciągu 10 lat obecności w UE.

URODZINKI, show telewizyjny skierowane do trzech pokoleń widzów.

- Na antenie TVP 2 wyemitowano cykl reportaży i spotkań w studiu zrealizowanych w kraju i zagranicą w audycjach **PYTANIE NA ŚNIADANIE**.

- Na antenie TVP INFO wyemitowano audycje:

PORANKI TVP INFO (13 kwietnia – 15 maja), nadawane z różnych miejsc w Polsce. Odwiedziliśmy każde województwo, by pokazać jak wiele zmieniło się w Polsce przez ostatnie 10 lat.

TU KOBIETY, program o kobietach, które dzięki dofinansowaniu z FE nie tylko same odniosły sukces, ale także przyczyniły się do pozytywnych zmian w swoim otoczeniu i lokalnej społeczności.

- Na antenie TVP Regionalna wyemitowano audycje:

ALE SIĘ ZMIENIŁO! - ogólnopolski plebiscyt na najciekawsze inwestycje unijne. W dniach 14-29 kwietnia, na specjalnej stronie internetowej, widzowie mogli głosować na najlepsze projekty po jednym w każdym województwie.

ZAPRASZAMY NA KAWĘ, wyjazdowe wydania programu promujące odbywające się od 1 do 11 maja Dni Otwarte Funduszy Europejskich.

- Na antenie TVP Polonia wyemitowano audycje **POLACY TU I TAM**, w których zaprezentowano sylwetki rodaków, którzy dzięki funduszom unijnym rozwinęli swoje firmy, osiągając międzynarodowy sukces.

2. Strona internetowa www.10latwUE.pl stanowiąca przede wszystkim bazę atrakcji organizowanych w ramach Dni Otwartych oraz prezentująca informacje związane z akcją. Wszystkie atrakcje organizowane przez beneficjentów w ramach Dni Otwartych Funduszy Europejskich można było odnaleźć dzięki wyszukiwarce atrakcji. Wyszukiwarka umożliwiła dostęp do informacji o ponad 1300 wydarzeniach organizowanych w całej Polsce.



3. Dni Otwarte Funduszy Europejskich, które odbyły

się w całej Polsce w dniach od 1 do 11 maja. Beneficjenci udostępniili swoje projekty bezpłatnie lub ze zniżką. W całej Polsce można było wziąć udział w ponad 1300 atrakcjach. W organizację wszystkich wydarzeń zaangażowało się około 1000 beneficjentów. Imprezy plenerowe, koncerty i spektakle, warsztaty, szkolenia i pokazy naukowe, zwiedzanie niedostępnych na co dzień miejsc – to tylko niektóre atrakcje, w których można było uczestniczyć.



4. Wydarzenia plenerowe, które zostały zorganizowane 1 maja we wszystkich województwach. W ich ramach zorganizowano wiele różnorodnych atrakcji dla całych rodzin. Całodzienne wydarzenia relacjonowane były w TVP. Wydarzenia objęły m.in.:

- Interaktywne konkursy, gry i zabawy, wystawy, quizy, filmy, degustacje regionalnych potraw.
- Prezentacje wybranych projektów dofinansowanych ze środków unijnych, w tym możliwość spotkania oraz rozmowy z beneficjentami.
- Strefy bezpieczeństwa, w których można było poznać zasady bezpiecznego poruszania się w ruchu drogowym, zobaczyć sprzęt strażacki, radiowozy i motory policyjne oraz spróbować swoich sił w mobilnym miasteczku ruchu drogowego.



- Prezentacje wybranych projektów dofinansowanych ze środków unijnych z różnych obszarów interwencji FE, w tym możliwość spotkania oraz rozmowy z beneficjentami.
- Na warszawskim Podzamczu odbył się rocznicowy koncert „Tu bije serce Europy”, transmitowany na żywo w TVP 1.

5. Kampania reklamowa w telewizji „10 lat świet(l)nych” (patrz wyżej: Kampanie medialne)

6. Kampania billboardowa w 86 miastach Polski, która prezentowała efekty wykorzystywania FE w obszarach: infrastruktura, sport, bezpieczeństwo, energetyka.

- Akcja „**Europa to my**”¹², której celem była promocja efektów wykorzystania FE w Polsce. Głównym elementem akcji był konkurs „Europa to My. Pokaż, jak Fundusze Europejskie zmieniły Twoje miejsce”. Konkurs został ogłoszony w maju 2013 r. Mógł wziąć w nim udział każdy, kto bezpośrednio lub pośrednio skorzystał z unijnego wsparcia. Do nadsyłania zgłoszeń na antenie TVP i Radia ZET zachęcali ambasadorzy projektu (prowadzący Radia ZET oraz muzyczne gwiazdy, m.in. Pectus, De Mono, Blue Cafe i Mezo). Dziesięć najlepszych projektów zgłoszonych do konkursu zaprezentowano w felietonach emitowanych w TVP 1 oraz w Radiu ZET. Następnie internauci głosowali na najciekawszy spośród nich. To ich głosy zdecydowały o wyborze przystani wodnej w Ślesinie, wybudowanej przy wsparciu z FE.



Podsumowaniem projektu był **Ogólnopolski Dzień Funduszy Europejskich oraz koncert „Europa to MY”**, który odbył się 31 sierpnia 2013 r. w zwycięskim mieście. Dla gości w specjalnym miasteczku w pobliżu sceny przygotowano liczne atrakcje. Powstały stoiska, na których prezentowali się finaliści konkursu (10 finalistów) – Ślesin, Wałcz, Kutno, Jarocin, Owidz, Inowrocław, Ruda Śląska, Kostrzyn nad Odrą, Karpacz i Pałeczna. W namiocie głównym konsultanci Punktu Informacyjnego FE udzielali bezpłatnych konsultacji na temat aktualnych możliwości sięgania po FE. Wieczornym finałem był koncert gwiazd polskiej sceny muzycznej – ambasadorów projektu. Impreza transmitowana była w TVP 1 oraz na antenie Radia ZET. Akcji towarzyszyła strona internetowa www.europatomy.pl. Organizatorami akcji byli: Grupa Eurozet, TVP1 oraz ówczesne Ministerstwo Rozwoju Regionalnego (obecnie MliR). Akcja została wsparta kampanią w Radiu Zet, TVP1, a także w portalach internetowych.

- Akcja „**Eurokorzyści – podziel się swoją historią**” zrealizowana na antenie TVN oraz w Internecie (dwie edycje w 2012, 2013 r.). Celem Akcji było m.in. poszukiwanie, promowanie i nagradzanie osób, które podzieliły się własnymi doświadczeniami na temat zmian, jakie zaistniały dzięki FE w ich codziennym życiu. Pierwsza edycja zrealizowana została w okresie 22 lipca - 15 listopada 2012 r. Drugą edycję przeprowadzono od 15 czerwca do 7 października 2013 r. W obu edycjach spośród zgłoszonych historii Jury wybrało 10 najciekawszych. Przedstawiono je w reportażach emitowanych w programie Dzień Dobry Wakacje i Dzień Dobry TVN. Kolejnym etapem było głosowanie internautów na najciekawszą ich zdaniem historię. Główną nagrodę w konkursie stanowiła wycieczka po stolicach europejskich.



Audycje telewizyjne¹³

- Emisje programów oraz wątków w już istniejących programach, np.:
 - wątki nt. Funduszy Europejskich w serialach m.in. w: „**Barwy Szczęścia**” (TVP2) emitowane w okresie 31.03-25.05.2014 r., „**Klan**” (TVP1) emitowane w okresie 24.04-29.05.2014 r., „**M jak miłość**” (TVP 2) emitowane w okresie 09.2013 – 01.2014 r., „**Na dobre i na złe**” (TVP 2) emitowane w okresie 10-11.2013 r., „**Rodzinka.pl**” (TVP 2) emitowane w okresie 10-11.2012 r., **Londyńczycy** (TVP 1), **Samo życie** (Polsat), **Rodzina zastępcza** (Polsat), **Na dobre i na złe** (TVP 2). Wątki dotyczące Programu Rozwój Polski

¹² <http://europatomy.pl/>

¹³ http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/dzialaniapromocyjne/Media/Strony/Media_Telewizja.aspx

- Wschodniej w serialu „**M jak miłość**” oraz w programie rozrywkowym „**Kocham Cię Polsko**” (TVP 2) emitowane w 2012 r. *Idea placement* na temat Programu Rozwój Polski Wschodniej oraz Programu Innowacyjna Gospodarka w serialu „**Plebania**” (TVP).
- *Idea placement* w **Teleturnieju „1 z 10”** (w każdym odcinku teleturnieju pojawiało się po 1-2 pytania dotyczące FE), emisja w TVP 2 w okresie od 11.2010 r. do końca 2013 r.,
 - Wątki dotyczące Programu Innowacyjna Gospodarka w programach „**Polak potrafi**” i „**Pojechany Łikend**” emitowanych w TVN Turbo, w okresie 3-4, 8-9, 11-12.2011 r., w okresie 10-12 2012 i w okresie 5-6 oraz 9-10 2013 r.
 - „**My polish dream**”, cykl 8 audycji telewizyjnych emitowanych co wtorek w okresie 10-12.2013 r. w stacji MTV.
 - Cykl 359 jednogodzinowych audycji emitowanych w TVN CNBC (powiązanych z audycją „**Blajer mówi**”) na temat instrumentów finansowych współfinansowanych z FE, emitowanych w okresie od 4-6.2013 r.
 - Cykl „**Mam przepis na pielgrzymowanie**” emitowany w TVP 1 w okresie 10-12.2012 r.
 - Felietony „**Eurozmiany**” emitowane w TVP INFO w okresie 11-12.2011 r.
 - Wątki w cyklu „**Zdrowo z Jedyką**” emitowane w TVP 1 w okresie 11-12.2011 r.
 - Wątki w programie dla młodzieży „**Poziom 2.0**” (TVP 2) emitowanym w okresie 11-12.2011 r.
 - Cykl „**Na wschodzie zmiany**”¹⁴ na temat Programu Rozwój Polski Wschodniej, emitowany w oddziałach regionalnych TVP (Białystok, Lublin, Kielce, Olsztyn i Rzeszów) w okresie 4-6 oraz 10-12.2011 r.
- „**Wielki Test o Europie**” (TVP 1):
 - III edycja¹⁵ emitowana 12.05.2014 r.
 - II edycja emitowana 27.05.2013 r. (w ramach projektu dofinansowanego w konkursie dotacji na promocję FE). Jego uzupełnieniem było 20 wyjazdowych wydań programu „Kawa czy herbata?” (TVP 1) emitowanych w okresie 5-6.2013 r.
 - I edycja emitowana 1.10.2012 r.
 - Przykładowe cykle audycji realizowanych w ramach projektów dofinansowanych w konkursach dotacji na promocję FE¹⁶:
 - „**Szlakiem Gwiazd**” emitowany w TVP 1 w okresie 6-8.2012 r. oraz 7-11.2013 r.
 - „**Piękniejsza Polska w Unii Europejskiej**” emitowany w TVP 1 w okresie 6-10.2013 r.
 - „**Glob – Magazyn nowości naukowych**” emitowany w TVP 1 w okresie 7-9.2013 r.
 - „**Eurowiadomości**” emitowany w TVP INFO, TVP Katowice, TVP Kraków oraz TVP Warszawa w okresie 5-11.2013 r. oraz w TVP INFO, TVP Katowice oraz TV Polonia w okresie 5-11.2012 r.
 - „**Aktywni 50+**” emitowany w 16 ośrodkach regionalnych TVP w okresie 5-8.2013 r. oraz w TVP INFO, TVP Kraków, Kielce, Rzeszów, Gdańsk, Lublin, Szczecin, Bydgoszcz w okresie 9-12.2012 r.
 - „**Poziom 2.0**” emitowany w TVP 2 w okresie 4-6 oraz 9-12.2012 r.
 - „**Linia zdrowia**” cykl felietonów emitowany w programie „Kawa czy herbata” (TVP 1) w okresie 9-12.2012 r.,
 - „**Słoneczna róg Unijnej**” emitowany w TVP 1 w okresie 9-12.2012 r.
 - „**Polska Europejska**” emitowany w okresie 5-11.2011 r., cykl miał formę felietonów w programie „Kawa czy Herbata” (TVP 1),
 - „**Szczęśliwa 13**” emitowany w TVP 2 w okresie 6-9.2011 r.
 - „**Projekt: Europa**” emitowany w TVP 1 w okresie 6-9.2011 r.
 - „**Uniejów Europejski**” emitowany w TVP Kielce, Kraków, Lublin, Olsztyn, Rzeszów, Szczecin, Gdańsk w okresie 8-11.2011 r.
 - „**Twój Fundusz. Twoja Szansa**” emitowany w TVP Kraków, Kielce, Rzeszów, Łódź, Lublin, Olsztyn, Białystok, Opole, Bydgoszcz, Wrocław, Poznań, Gdańsk, Szczecin w okresie 4-8.2011 r. oraz w TVP Kraków, Rzeszów, Lublin, Olsztyn, Białystok, Kielce w okresie 9-11.2010 r.

¹⁴ http://www.polskawschodnia.gov.pl/dzialaniapromocyjne/Kampania_promocyjna/ntf/strony/na_wschodzie_zmiany_511.aspx

¹⁵ <http://www.testoeuropie.tvp.pl>

¹⁶ http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/dzialaniapromocyjne/Media/Strony/Media_Telewizja.aspx

Audycje radiowe ¹⁷

- Emisje programów oraz wątków w już istniejących programach, np.:
 - Cykl audycji „**Fundusze Europejskie przeznaczone na naukę**” emitowany na antenie Programów I, III i IV Polskiego Radia w okresie 5-6.2011 r.
 - Cykl „**Polska Pięknieje dzięki Funduszom Europejskim**” emitowany na antenie Programu I Polskiego Radia w okresie 6-8.2010 r.
- Przykładowe cykle audycji realizowane w ramach projektów dofinansowanych w konkursach dotacji na promocję FE:
 - „**PIN do sukcesu**” (3 edycje) emitowany na antenie radia PiN w okresie 3-12.2013 r., 4-12.2012 r. oraz 5-12.2011 r.
 - „**Program na sukces**” (4 edycje) emitowany na antenie Radia Zet w okresie: 5-11.2013 r. 4-12.2012 r., 5-11.2011 r. oraz 5-12.2010 r.
 - „**Mapa Funduszy Europejskich**” emitowany na antenie radia RMF FM w okresie 9-11.2013 r.
 - „**Euroszanse**” emitowany na antenie RMF MAXXX Pomorze, Nowy Sącz, Mazowsze, Podlasie, Piła, Opole i Zielona Góra w okresie 4-6 oraz 9-10.2013 r.
 - „**Pochwal się swoim funduszem**” emitowany na antenie Programu III Polskiego Radia w okresie 5-6 oraz 9-12.2012 r.
 - „**Giełda Funduszy Europejskich**” program emitowany na antenie radia RMF FM w okresie 05.11.2012 r., 9-11.2012 r. oraz 5-6.2011 r.
 - „**Jak Fundusze Europejskie zmieniają moje życie**” emitowany na antenie Programu I Polskiego Radia w okresie 4-6 oraz 9-11.2012 r.
 - „**Zmiany na lepsze, czyli Fundusze Europejskie w Polsce**” emitowany na antenie 17 rozgłośni regionalnych Polskiego Radia (Białystok, Gdańsk, Katowice, Kielce, Koszalin, Kraków, Łódź, Lublin, Olsztyn, Opole, Rzeszów, Wrocław, Zachód, Szczecin, PR PiK, PR Merkur, Polskie Radio dla Ciebie) w okresie 5-9.2012 r.
 - „**Fundusze Europejskie na Planecie**” emitowany na antenie 14 rozgłośni Radia Planeta w okresie 5-10.2011 r.

Wydawnictwa prasowe ¹⁸

- Cykle publikacji realizowane w ramach projektów dofinansowanych w konkursach dotacji na promocję FE w **dziennikach**:
 - Rzeczpospolita, cykl „**Euro-inwestycje w twoim regionie**” publikowany w 2013 r., cykl „**Pieniądze z Unii. Zmieniamy się razem z Funduszami Unijnymi**” publikowany w 2012 r.; cykl realizowany wspólnie z Pracodawcami RP „**Eksport – kierunek sukcesu**”, publikowany w 2011 r.
 - Dziennik Gazeta Prawna, cykl „**Fundusze Europejskie**” publikowany w 2012 r.; cykl „**Fundusze Europejskie – od umowy do dotacji**”, publikowany w 2011 r.
 - Dziennik Wschodni, Echo Dnia, Gazeta Codziennej Nowiny, Gazeta Lubuska, Gazeta Pomorska, Głos – Dziennik Pomorza, Kurier Poranny, Nowa Trybuna Opolska, cykl „**Fundusze Europejskie w Regionach**” publikowany w 2012 r.
 - Polska Dziennik Bałtycki, Polska Dziennik Łódzki, Polska Dziennik Zachodni, Polska Gazeta Krakowska, Polska Gazeta Wrocławska, Polska Głos Wielkopolski, Polska Kurier Lubelski, Polska Metropolia Warszawska, cykl „**Eurokalejdoskop**” publikowany w 2012 r.
 - Polska Dziennik Bałtycki, Polska Dziennik Łódzki, Polska Gazeta Krakowska, Polska Gazeta Wrocławska, Polska Głos Wielkopolski, Polska Kurier Lubelski, Polska Dziennik Zachodni, cykl „**Wszystko, co chcecie wiedzieć o Funduszach Europejskich, a boicie się zapytać**”, publikowany w 2011 r.
 - Super Express, cykl „**Fundusze Europejskie dla każdego**” publikowany w 2012 r.
 - Fakt, cykl „**Różnorodność Funduszy Europejskich**” publikowany w 2012 r.; cykl „**Wygrrywaj z Funduszami Europejskimi**”, publikowany w 2011 r. oraz cykl „**ABC Funduszy Europejskich**” publikowany w 2010 r.,

¹⁷ Szczegółowe informacje na temat zrealizowanych projektów radiowych można znaleźć na stronie internetowej:

http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/dzialaniapromocyjne/Media/Strony/Media_Radio.aspx

¹⁸ Pełne informacje na temat projektów prasowych można znaleźć na stronie:

www.funduszeuropejskie.gov.pl/dzialaniapromocyjne/Media/Strony/Prasa.aspx

- Polska Dziennik Zachodni, cykl „**EUgeniusz wie najlepiej**”, publikowany w 2011 r. oraz cykl „**Śląskie = Europejskie**”, publikowany w 2010 r.
- Gazeta Wyborcza, cykl „**Fundusze unijne dziś i jutro**”, publikowany w 2010 r.
- Cykle publikacji realizowane w ramach projektów dofinansowanych w konkursach dotacji na promocję FE w **periodykach (tygodnikach, dwutygodnikach, miesięcznikach)**:
 - Wprost, cykl „**Wprost o Funduszach Europejskich**” publikowany w 2013 r.
 - Polityka, cykl „**Fundusze Europejskie z bliska**” publikowany w 2013 r.
 - Przyjaciółka, cykl „**Mój Dom Europa**” publikowany w 2013 r., cykl „**Moja Europa**” publikowany w 2012 r. oraz cykl „**Przepis na Europę**”, publikowany w 2011 r.
 - Gość Niedzielny, cykl „**Fundusze Europejskie: bliżej sąsiada**” publikowany w 2013 r., „**Fundusze Europejskie w akcji**” publikowany w 2012 r. oraz cykl **Z Funduszami Europejskimi na „ty”**, publikowany w 2011 r.
 - Przekrój, cykl „**Euro-inwestycje w twoim regionie**” publikowany w 2013 r., cykl „**Zmieniamy się razem z Funduszami Unijnymi**” publikowany w 2012 r.; cykl „**50 Przekroju – otwieramy projekty zrealizowane za fundusze UE**”, publikowany w 2011 r.
 - Uważam Rze, cykl „**Zmieniamy się razem z Funduszami Unijnymi**” publikowany w 2012 r.
 - Miesięcznik Zdrowie, cykl „**Fundusze Europejskie dla każdego**” publikowany w 2012 r.
 - Newsweek, cykl „**Wygrrywaj z Funduszami Europejskimi**”, publikowany w 2011 r. oraz cykl „**Fundusze Europejskie dla Firm Rodzinnych**” publikowany w 2012 r.
 - Pani Domu, cykl „**Pani Euro**” publikowany w 2011 r.
 - Tygodnik Powszechny, cykl „**Zielona brama**”, publikowany w 2010 r.
 - W ponad 100 tygodnikach lokalnych skupionych w ramach Stowarzyszenia Gazet Lokalnych, cykl „**Tu jest Europa**”, publikowany w 2010 r.
- Publikacje realizowane w ramach projektów dofinansowanych w konkursach dotacji na promocję FE w **Serwisie Samorządowym PAP**:
 - subserwis „**Enter Europa**” (www.eurofundusze.pap.pl), na którym były publikowane aktualne informacje na temat FE oraz m.in. zapisy chatów, porady, wywiady, opinie ekspertów i beneficjentów FE. Z kolei część promocyjna projektu obejmowała organizację spotkań w miejscach realizacji projektów dofinansowanych z FE (2012 r.)
 - subserwis „**Link do Europy**” (www.eurofundusze.pap.pl), który w całości został poświęcony FE. W części społecznościowej serwisu znalazło się forum oraz rubryki „Mam problem” i „Porady eksperta”, w których aktywnie uczestniczyły osoby nominowane w konkursie „Eurolider”. Zaś w części informacyjnej były zamieszczane przygotowane przez dziennikarzy PAP depesze, informacje i wywiady poświęcone FE (2011 r.)

Wybrane publikacje informacyjno-promocyjne¹⁹

- Biuletyn „**Fundusze Europejskie w Polsce**”, to wydawany przez MliR od 2005 r. kwartalnik, w całości poświęcony tematyce FE, prezentujący aktualne informacje w sposób kompleksowy i przekrojowy.
- **Przewodnik turystyczny „Śladem Funduszy Europejskich”** to publikacja w konwencji przystępnego przewodnika turystycznego prezentująca nominowanych, laureatów i wyróżnionych ze wszystkich edycji konkursu „Polska Pięknieje – 7 cudów FE”. Oprócz opisu projektów zawiera również informacje przydatne dla turystów. Publikacja jest dostępna także w wersji elektronicznej oraz angielsko-języcznej.
- Broszura „**Polska w UE - bilans dziesięciolecia**”²⁰ to publikacja prezentująca efekty członkostwa Polski w Unii Europejskiej, ze szczególnym uwzględnieniem wpływu polityki spójności na rozwój kraju. Broszura wydana została w kwietniu 2014 roku z okazji obchodów 10. rocznicy członkostwa Polski w UE. Skupia się na kilku aspektach istotnych dla polskiej gospodarki (konkurencyjność i innowacyjność przedsiębiorstw, rynek pracy,

¹⁹ Informacje o publikacjach wydawanych przez MliR można znaleźć na stronie:

<http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/dzialaniapromocyjne/Strony/NajnowszeWydawnictwa.aspx>

²⁰ Broszura dostępna jest pod adresem:

http://www.mir.gov.pl/rozwoj_regionalny/Ewaluacja_i_analazy/Raporty_o_rozwoju/Raporty_krajowe/Strony/Raport_z_okazji_dziesieciolacia_akcesji_070514.aspx

transport i komunikacja, energetyka i ochrona środowiska, edukacja, infrastruktura społeczna, społeczeństwo informacyjne).

- **Przewodnik po zasadach rozliczania dotacji z Funduszy Europejskich** – adresowany do konsultantów PIFE oraz do beneficjentów projektów unijnych, jako pomoc w przygotowaniu wniosków o płatność w projektach finansowanych z FE.

Portale internetowe

- **Portal Fundusze Europejskie - www.funduszeuropejskie.gov.pl** - portal jest największym i najbardziej aktualnym źródłem informacji o FE w Polsce. Składa się z serwisu głównego oraz z serwisów programów krajowych. Ponadto publikowane są na nim informacje dotyczące 16 programów regionalnych. Od momentu uruchomienia (październik 2008 rok) portal odwiedziło około 5,4 miliona internautów.

W serwisie znajdują się m. in.:

- dokumenty dotyczące realizacji Funduszy Europejskich w Polsce,
- terminy naborów wniosków,
- lista beneficjentów,
- aktualna baza teledresowa Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskie z całej Polsce,
- moduł *Zadaj Pytanie*, który umożliwi wysłanie zapytania bezpośrednio ze strony do konsultantów z Centralnego Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich,
- poradnik beneficjenta – przeznaczony dla obecnych i potencjalnych beneficjentów.

- **Serwis Mapa Dotacji UE - www.mapadotacji.gov.pl** - prezentuje wszystkie przedsięwzięcia, które są realizowane przy wsparciu Funduszy Europejskich. Do tej pory z informacji zawartych w serwisie skorzystało ponad 520 tysięcy internautów.

Serwis zawiera:

- wyszukiwarkę, która pozwala uzyskać interesujące nas dane o ponad 180 tysiącach projektów realizowanych lub zrealizowanych w Polsce od 2004 r.
- galerię projektów zawierającą multimedialne opisy najciekawszych projektów (w chwili obecnej jest to ponad 700 inwestycji ze zdjęciami, filmami i materiałami informacyjnymi),
- moduł Statystyki i porównania (użytkownik może w nim porównać stopień wdrażania FE w poszczególnych województwach).

- **Działania w mediach społecznościowych:**

Fundusze Europejskie obecne są w mediach społecznościowych na portalach Facebook i Google+. Ponadto prowadzony jest kanał Funduszy Europejskich na YouTube.

Dołącz do nas



Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich

Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich funkcjonują w Polsce od 2008 r. Opis działań realizowanych przez PIFE zawarto w pkt. II niniejszego dokumentu.

Wybrane konkursy

- **„Polska Pięknieje – 7 cudów Funduszy Europejskich”²¹ (edycja 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014)** celem konkursu jest wyłonienie najlepszych projektów zrealizowanych przy współfinansowaniu FE, które przyczyniły się do podniesienia atrakcyjności turystycznej Polski. Zwycięskie projekty są sukcesywnie prezentowane przez MliR w mediach oraz za pomocą przewodnika turystycznego „Śladem Funduszy Europejskich” i multimedialnej wystawy.
- **„Innowacja Plus”²²** - konkurs na najlepszą promocję projektów B+R, które uzyskały dofinansowanie z Programu Innowacyjna Gospodarka. Celem konkursu jest wskazanie najbardziej efektywnych form promocji,

²¹ <http://polskapieknieje.gov.pl/>

²² http://www.poig.gov.pl/dzialaniapromocyjne/aktualnosci/Strony/Konkurs_Innowacja_plus_220714.aspx

które wspierają komercjalizację wyników projektów badawczo-rozwojowych. Kapituła Konkursu wyłoni trzech laureatów, którzy otrzymają pakiety atrakcyjnych nagród. Zgłoszenia przyjmowane są do 3 września 2014 r.

- **Konkurs „Zrób REC.onesans”**, ogłoszony w lipcu 2013 r. i skierowany do młodzieży w wieku 18-29 lat. Zadaniem uczestników było nagranie telefonem komórkowym, aparatem lub kamerą typu handy-cam filmu promującego Program Infrastruktura i Środowisko. Stronę konkursu odwiedziło ponad 80 tysięcy internautów, a konkursowy profil na Facebook’u zyskał ponad 1 200 nowych fanów.
- **Konkurs o Nagrodę Ministra Rozwoju Regionalnego „Eurolider”²³ (edycja 2009, 2010, 2011, 2012, 2013)**, celem konkursu jest nagrodzenie i wyróżnienie osób, które angażują się w wykorzystanie FE poprzez realizację przedsięwzięć służących rozwojowi lokalnemu i lokalnej społeczności. Wybierane są najbardziej aktywne, kreatywne i zaangażowane osoby, które działając w swoim najbliższym otoczeniu wykorzystują możliwości, jakie stwarzają środki europejskie.
- **„Dobre Praktyki EFS”²⁴ (edycja 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014)**, celem konkursu jest promowanie projektów realizowanych w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego i pokazanie, w jaki sposób pieniądze europejskie trafiają do przeciętnego człowieka i zmieniają jego życie. Nagrodzone w konkursie projekty uzyskują tytuł „Najlepsza inwestycja w człowieka” oraz są przedstawiane w publikacji podsumowującej konkurs.
- **„Ludzka twarz EFS”²⁵ (edycja 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013)**, celem konkursu jest promocja efektów i szans, jakie stwarza Europejski Fundusz Społeczny. Są w nim nagradzani dziennikarze, którzy z pominięciem urzędowego języka w przystępny sposób pokazują historie ludzi, którzy korzystają ze wsparcia w projektach i którzy projekty z zaangażowaniem tworzą i realizują. Autorzy najciekawszych prac wyłonionych przez jury otrzymują nagrodę pieniężną, statuetkę „Dziennikarz przyjazny EFS” oraz uczestniczą w wizycie studyjnej organizowanej w wybranej instytucji UE.
- **„Fundusze Europejskie - rejestruj zmiany”** (edycja 2012, 2013), w ramach konkursu wybierane zostały najlepsze artykuły prasy lokalnej i regionalnej poruszające tematykę wykorzystania unijnych dotacji na poprawę jakości życia w najbliższym otoczeniu. Konkurs jest skierowany do dziennikarzy, redaktorów naczelnych, wydawców i współpracowników gazet lokalnych (o zasięgu gminnym i powiatowym) oraz gazet regionalnych. Atrakcyjne nagrody zdobyć mogą zarówno autorzy tekstów, jak i ich redakcje.
- **„Uchwycić Moc Efektów”** (2012) konkurs internetowy na film o projekcie zrealizowanym przy wsparciu z Programu Infrastruktura i Środowisko. Konkurs skierowany był do osób w wieku 16-25 lat. Krótki film należało nagrać telefonem komórkowym, kamerą lub aparatem fotograficznym.
- **„Pokaż swoją stronę internetową”**(2012), do konkursu zgłoszonych zostało 30 serwisów lub pod-stron portali internetowych beneficjentów Programu Rozwój Polski Wschodniej. Spośród nich Kapituła Konkursu wybrała te, które uzyskały najwyższą punktację w kategoriach: cel, użyteczność, zawartość, estetyka oraz oznakowanie strony.
- **„Fundusze Europejskie w drodze do szkoły”** to konkurs plastyczny przeprowadzony na przełomie 2011 i 2012 r., który skierowany był do dzieci z klas I-III szkół podstawowych. Konkurs był organizowany przez MRR we współpracy z Komendą Główną Policji. Nagrodami były materiały dydaktyczne dla szkół, zestawy odbłaskowe oraz lekcje bezpieczeństwa drogowego przeprowadzane przez policjantów i Maksymiliana Europejskiego - głównego bohatera portalu dla dzieci i młodzieży o Funduszach Europejskich.
- **„Fundusze Europejskie i Nauka”²⁶ (edycja 2010) oraz „Fundusze dla Nauki” (edycja 2011)** – celem konkursów jest nagrodzenie najlepszych przedsięwzięć współfinansowanych z FE, które przyczyniły się do rozwoju nauki w Polsce. Są w nich nagradzane projekty w 3 kategoriach: Infrastruktura naukowa, Komercjalizacja badań naukowych oraz Wspomaganie rozwoju kompetencji pracowników instytucji badawczych.

²³ <http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/dzialaniapromocyjne/eurolider/Strony/Eurolider.aspx>

²⁴ http://www.efs.gov.pl/dzialaniapromocyjne/strony/konkurs_dobre_praktyki_efs.aspx

²⁵ http://www.ludzkatwarzefs.pl/#/home_section.html

²⁶ <http://www.sciencenetwork.eu>

- **„Konkurs na najciekawsze działania promocyjne beneficjentów Programu Infrastruktura i Środowisko”**²⁷, celem konkursu było wyłonienie najbardziej skutecznych i trafnych pomysłów na promocję inwestycji infrastrukturalnych realizowanych z Programu Infrastruktura i Środowisko. Uczestnikami konkursu mogli być beneficjenci PO IiŚ prezentujący swoje inicjatywy. Konkurs został zakończony w **XII 2011 r.**
- **„Promuj z pomysłem”**²⁸, konkurs był elementem szerszej kampanii informacyjnej skierowanej do beneficjentów Programu Rozwoju Polski Wschodniej, mającej na celu wzmocnienie działań promocyjnych dotyczących projektów realizowanych w tym programie oraz podniesienie umiejętności w tym zakresie samych beneficjentów. Konkurs został zakończony i podsumowany w **X 2011 r.**
- **„Nie przegap zmian na wschodzie”**²⁹, zadaniem konkursu było zaprezentowanie wpływu unijnych inwestycji realizowanych z Programu Rozwój Polski Wschodniej na życie mieszkańców tego makroregionu - jednego z najuboższych w Unii Europejskiej. Konkurs skierowany był do dziennikarzy, którzy mogli nadsyłać swoje artykuły, bądź programy radiowe i telewizyjne. Konkurs został rozstrzygnięty w **II 2010 r.**

Działania edukacyjne i aktywizujące dla dzieci i młodzieży

- **„Lekcja o Funduszach Europejskich” (edycja 2011, 2012, 2013, 2014)**³⁰ – to konkurs dla nauczycieli oraz uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych. Zadaniem nauczycieli było przeprowadzenie 45-minutowych zajęć w oparciu o gotowy scenariusz lekcji oraz z wykorzystaniem komiksu. Z kolei uczniowie mieli za zadanie rozwiązanie pod koniec lekcji zadania znajdującego się w komiksie, w ten sposób mogli oni wygrać gadzety promocyjne Programu Rozwój Polski Wschodniej.
- **„Fundusze dla Polski 3 – Interaktywna Mapa Przemian”**³¹ to akcja prowadzona w **2012 r.** przez Fundację THINK!, skierowana do młodzieży szkolnej i nauczycieli. W jej ramach stworzono rozbudowany pakiet edukacyjny poświęcony FE (dla uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych). Pakiet edukacyjny składa się z oprogramowania na tablice interaktywne, scenariuszy lekcji, e-przewodnika dla uczniów, quizów online itp.
- **KOMIKS na MAKSA!** – konkurs na portalu www.euroman.gov.pl, który polegał na stworzeniu krótkiej historii, która miała przedstawiać pozytywne zmiany jakie zaszły w okolicy dzieci i młodzieży dzięki FE. Ich zadaniem był odpowiedni dobór scenerii, postaci i obiektów spośród elementów dostępnych w „Generatorze komiksów” tak, aby stworzyć ciekawe i pomysłowe kompozycje, przedstawiające efekty wykorzystania FE w Polsce. Konkurs trwał do **II 2012 r.**
- **„Blogowa mapa przemian”** to prowadzona przez Fundację THINK! akcja edukacyjna skierowana do młodzieży szkolnej z terenu całego kraju. Miała ona zachęcić młode i twórcze osoby do opisanego na blogach internetowych tematyki FE. W sumie opracowano prawie 150 blogów – najlepsze z nich zostały nagrodzone nagrodami pieniężnymi, które zostały wręczone na uroczystym spotkaniu w Warszawie w **XII 2011 r.**
- **„Filmowa mapa przemian”**, to projekt realizowany przez Fundację Think!, polegający na organizacji konkursu filmowego dla wybranych szkół z terenu całego kraju. Uczniowie zostali poproszeni o przygotowanie krótkich, 3-minutowych filmów pokazujących zmiany, jakie zachodzą w ich otoczeniu dzięki FE. Wszystkie nadesłane na konkurs filmy zostały umieszczone w specjalnie przygotowanym kanale filmowym w serwisie YouTube (mapaprzemian). Rozstrzygnięcie konkursu miało miejsce w Warszawie w **XII 2010 r.**

²⁷ http://www.pois.gov.pl/dzialaniapromocyjne/Konkursy/Strony/Konkurs_dzialanie_promocyjne.aspx

²⁸ <http://www.polskawschodnia.gov.pl/dzialaniapromocyjne/Strony/Konkursy.aspx>

²⁹ http://www.polskawschodnia.gov.pl/dzialaniapromocyjne/Strony/Nie_Przegap_Zmian_pl.aspx

³⁰ <http://www.polskawschodnia.gov.pl/dzialaniapromocyjne/lekcje3/Strony/lekcja3.aspx>

³¹ <http://www.mapaprzemian.pl>