

Dla rozwoju Polski

**Sprawozdanie z realizacji
Strategii komunikacji
Funduszy Europejskich w Polsce**

w ramach
Narodowej Strategii Spójności
na lata 2007-2013 za okres 1.01.2012-31.12.2012



NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI
dla rozwoju Polski

UNIA
EUROPEJSKA



SPIS TREŚCI

SPIS TREŚCI.....	2
Wstęp.....	3
PROMOCJA.....	4
1. KAMPANIE PROMOCYJNE O SZEROKIM ZASIĘGU.....	4
a) Ogólnopolska kampania IK NSRO i IZ PO promująca efekty wdrażania FE.....	4
b) Kampanie organizowane przez Instytucje Zarządzające Regionalnymi Programami Operacyjnymi (prezentacja wybranych przykładów o zasięgu regionalnym)	4
2. ORGANIZACJA I REALIZACJA KONFERENCJI I IMPREZ PROMOCYJNYCH.....	6
a) Imprezy promocyjne organizowane przez IK NSRO.....	6
b) Imprezy promocyjne organizowane przez IZ PO i IZ RPO (wybrane przykłady)	6
3. KONKURS DOTACJI NA PROMOCJĘ FUNDUSZY EUROPEJSKICH	7
4. PRZYGOTOWANIE ORAZ EMISJA AUDYCJI INFORMACYJNO – PROMOCYJNYCH ORAZ PUBLIKACJA ARTYKUŁÓW PRASOWYCH	9
a) Współpraca IK NSRO ze stacjami telewizyjnymi.....	9
b) Współpraca IK NSRO ze stacjami radiowymi	10
c) Współpraca IK NSRO z wydawcami prasy.....	11
c) Współpraca ze stacjami telewizyjnymi i radiowymi oraz wydawcami prasy podejmowana przez IZ PO i RPO (wybrane działania)	12
5. KONKURSY.....	13
a) Konkursy organizowane przez IK NSRO	13
b) Konkursy promocyjne realizowane przez IZ PO i IZ RPO (wybrane konkursy)	15
6. DZIAŁALNOŚĆ WYDAWNICZA	16
INFORMACJA.....	17
Działania w ramach Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich.....	17
EDUKACJA	18
a) działania edukacyjne, networkingowe i ambientowe organizowane przez IK NSRO.....	18
b) działania edukacyjne organizowane przez IZ PO i IZ RPO (wybrane inicjatywy).....	20
DZIAŁANIA INTERNETOWE.....	20
WYMIANA DOŚWIADCZEŃ.....	22
WSPÓŁPRACA Z PARTNERAMI SPOŁECZNO- GOSPODARCZYMI.....	22
Współpraca w ramach „Konkursu dotacji na promocję Funduszy Europejskich”	22
Krajowa Sieć Tematyczna ds. Partnerstwa (KSTP)	22
Współpraca z partnerami społeczno – gospodarczymi	23
EWALUACJA	24
a) badania przeprowadzone przez IK NSRO.....	24
b) badania prowadzone przez IZ PO i IZ RPO (wybrane przykłady)	25
POSTĘP RZECZOWY DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH, PROMOCYJNYCH I EDUKACYJNYCH	26
Podsumowanie.....	32

Wstęp

Zgodnie z artykułem 4 Rozporządzenia Komisji WE 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 r. oraz z Rozdziałem 8 *Sprawozdawczość i ewaluacja w zakresie działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych* Wytycznych Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji z dnia 10 czerwca 2010 roku przedstawiamy roczne sprawozdanie z realizacji działań informacyjno-promocyjnych w Polsce za rok 2012.

Działania informacyjne i promocyjne dotyczące Funduszy Europejskich na lata 2007-2013 prowadzone są w Polsce w oparciu o Strategię komunikacji Funduszy Europejskich, będącą w myśl zapisów art.2 Rozporządzenia Komisji WE 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 r. planem komunikacji (Communication Action Plan) opracowanym dla wszystkich programów operacyjnych finansowanych ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności.

Instytucja Koordynująca Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia (IK NSRO) ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich (FE), której funkcję pełni Departament Informacji, Promocji i Szkoleń w Ministerstwie Rozwoju Regionalnego (DIP w MRR), prowadzi działania informacyjno-promocyjne o charakterze ogólnym i horyzontalnym. Jednocześnie IK NSRO ds. informacji i promocji FE odpowiada za koordynację i monitoring działań informacyjnych i promocyjnych prowadzonych w ramach Narodowej Strategii Spójności (Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia) a w tym:

- krajowych programów operacyjnych: Innowacyjna Gospodarka, Infrastruktura i Środowisko, Rozwój Polski Wschodniej, Kapitał Ludzki, Europejskiej Współpracy Terytorialnej, Pomoc Techniczna,
- regionalnych programów operacyjnych dla województw: dolnośląskiego, kujawsko-pomorskiego, lubelskiego, lubuskiego, łódzkiego, małopolskiego, mazowieckiego, opolskiego, podkarpackiego, podlaskiego, pomorskiego, śląskiego, świętokrzyskiego, warmińsko-mazurskiego, wielkopolskiego oraz zachodniopomorskiego.

Działania informacyjne i promocyjne, zgodne ze specyfiką własnych programów, prowadzą także instytucje zarządzające (IZ) krajowymi i regionalnymi programami operacyjnymi, we współpracy z właściwymi instytucjami pośredniczącymi (IP) i pośredniczącymi 2-go stopnia (IP2). Ogólne ramy tych działań nadaje Strategia komunikacji Funduszy Europejskich, a także przygotowane na jej podstawie Plany komunikacji programów przygotowane przez IZ i obejmujące cały okres programowania 2007-2013.

W 2012 r. poziom wdrażania Funduszy Europejskich sukcesywnie wzrastał. Zgodnie ze stanem na 31 grudnia 2012 r. większość środków przyznanych Polsce została rozlokowana – podpisano z beneficjentami 80 341 umów o dofinansowanie na kwotę ponad 341,8 mld zł wydatków kwalifikowalnych, w tym dofinansowanie w części UE blisko 235,8 mld zł, co stanowiło 84,4 % kwoty lata 2007-2013.

Znaczne zaawansowanie realizacji programów miało swoje odzwierciedlenie w podjętych działaniach informacyjno-promocyjnych w 2012 roku. W tym okresie w dalszym ciągu w znacznym stopniu koncentrowano się na podkreślaniu efektów wykorzystania FE dla rozwoju kraju i osobistych korzyści płynących dla Polaków ze skutecznej realizacji polityki spójności. Starano się pokazać zmiany na poziomie lokalnym, przybliżyć inwestycje i dotowane przedsięwzięcia między innymi współpracując z prasą regionalną i lokalną, aranżując stoiska podczas festynów i pikników. Wiele działań skierowanych do dzieci i młodzieży spotkało się z pozytywnym odbiorem i dużym odzewem.

Niniejszy dokument to przede wszystkim sprawozdanie z działań podejmowanych przez IK NSRO w ramach realizacji Roczno Planu Działania. Zamieszczone opisy przedsięwzięć instytucji zarządzających stanowią natomiast wybrane, ciekawsze przykłady ich aktywności w dziedzinie komunikacji. Sprawozdania z pełnego spektrum działań Instytucji Zarządzających PO i RPO są tworzone odrębnie.

PROMOCJA

1. KAMPANIE PROMOCYJNE O SZEROKIM ZASIĘGU

a) Ogólnopolska kampania IK NSRO i IZ PO promująca efekty wdrażania FE

Kampania „Każdy korzysta, nie każdy widzi” - była realizowana w okresie od 22 października do 2 grudnia 2012 r. W jej ramach przygotowano i wyemitowano 5 spotów telewizyjnych i radiowych oraz specjalny spot internetowy. Kampania została także poprzedzona działaniami popularyzującymi FE w mediach społecznościowych, w których przeprowadzono ciekawe konkursy z atrakcyjnymi nagrodami. Kampania była odpowiedzią na wyniki prowadzonych regularnie przez MRR badań wiedzy Polaków o unijnej pomocy w Polsce. Okazuje się bowiem, że o ile Polacy coraz więcej wiedzą o FE, to wciąż odczuwają niedosyt informacji, zwłaszcza dotyczących zmian, które dzięki FE zaszły w ich najbliższym otoczeniu i w ich codziennym życiu. Zasadniczym celem kampanii było zwiększenie świadomości społeczeństwa na temat Funduszy Europejskich.

W celu uproszczenia i wzmocnienia komunikacji Funduszy Europejskich w kampanii wykorzystano podejście tematyczne (zamiast prezentacji poszczególnych programów operacyjnych). W pięciu spotach przedstawiano tematy / obszary, w których zachodzą zmiany bliskie statystycznemu mieszkańcowi Polski. Były to odpowiednio obszary:

- ochrona zabytków i rozwój instytucji kultury;
- rozwój uczelni w Polsce Wschodniej;
- działania mające na celu aktywizację zawodową osób poniżej 25 roku życia i osób powyżej 50 roku życia (szkolenia, kursy, staże, praktyki, stypendia, pośrednictwo pracy, wspieranie przedsiębiorczości);
- innowacje;
- łącznie trzy obszary: modernizacja infrastruktury ochrony zdrowia, rozwój publicznego transportu miejskiego, współpraca nauki i biznesu.

Grupą docelową kampanii był ogół społeczeństwa (osoby w wieku 20 - 59 lat).

Spoty telewizyjne emitowano we wszystkich ogólnokrajowych stacjach telewizyjnych oraz w stacjach tematycznych. Kampania cechowała się dużą intensywnością, co przełożyło się na wysokie wskaźniki zasięgowe. Zgodnie z raportem poemisyjnym z reklamami telewizyjnymi zetknęło się ponad 92% grupy docelowej, przy czym efektywny zasięg kampanii telewizyjnej osiągnął poziom ponad 88% grupy docelowej (efektywny zasięg zdefiniowano, jako minimum 3 kontakty z reklamą). Z kolei z reklamami radiowymi zetknęło się ponad 86% grupy docelowej, a efektywny zasięg kampanii radiowej osiągnął poziom ponad 83% grupy docelowej.

Na bieżąco prowadzone były badania skuteczności i odbioru poszczególnych etapów kampanii promocyjnej Funduszy Europejskich. Jak pokazują wyniki, po realizacji kampanii wzrosła znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” – udział osób, które twierdzą, że wiedzą, co oznacza ten termin, zmienił się z 48% do 59%. Również w kategorii wiekowej 20-59 lat wzrósł odsetek osób ze znajomością terminu FE – z 54% do 63% – natomiast wśród mieszkańców Polski Wschodniej zmalał odsetek tych, którzy nigdy o Funduszach nie słyszeli – z 14% do 6%. Podsumowując, wyniki przeprowadzonych badań pokazały, że kampania została odebrana pozytywnie i przyczyniła się do wzrostu świadomości i poprawy wizerunku Funduszy Europejskich.

b) Kampanie organizowane przez Instytucje Zarządzające Regionalnymi Programami Operacyjnymi (prezentacja wybranych przykładów o zasięgu regionalnym)

W ramach promocji Programów Operacyjnych i Regionalnych Programów Operacyjnych w 2012 r. przeprowadzono kampanie informacyjne o szerokim zasięgu, zgodnie z Art. 7 ust.2 lit. b) Rozp. 1828/2006.

Kampanie realizowano m.in. poprzez emisję spotów telewizyjnych i radiowych, reklamę prasową, działania outdoorowe, imprezy plenerowe, reklamę internetową.

Poniżej przykładowe kampanie:

• **IZ RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego**

Kampania promująca Inicjatywę Jeremie, czyli formę wsparcia lokalnych przedsiębiorców, w ramach której udzielane są kredyty, pożyczki oraz poręczenia na m.in. wdrażanie nowych rozwiązań technicznych lub technologicznych, zakup maszyn, urządzeń itd. Kampania została skierowana do ogółu społeczeństwa, potencjalnych beneficjentów i beneficjentów oraz mediów.

Do przeprowadzenia kampanii wykorzystano następujące narzędzia komunikacji:

- serwis internetowy (na portalu www.mojregion.eu oraz www.pozyczki.kujawsko-pomorskie.pl zostały zamieszczone informacje o Inicjatywie Jeremie oraz kampanii promującej tę Inicjatywę);
- współpracę z mediami (w ramach kampanii opublikowano całostronicowe ogłoszenie prasowe promujące kampanię; ponadto zostały wyemitowane spoty promujące w radiu i telewizji regionalnej);
- konferencję prasową (19 stycznia 2012 r. w siedzibie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Kujawsko-Pomorskiego odbyła się konferencja prasowa inaugurująca kampanię promującą Inicjatywę Jeremie w województwie kujawsko-pomorskim);
- emisję spotów promujących Inicjatywę na dwudziestu telebimach rozmieszczonych na terenie województwa kujawsko-pomorskiego;
- ulotki, plakaty promujące Inicjatywę (rozesłane pismem do wójtów, burmistrzów i prezydentów miast województwa kujawsko-pomorskiego);
- konferencję podsumowującą (9 lutego 2012 r. odbyła się konferencja, która dotyczyła zagadnień związanych z mechanizmami wsparcia lokalnej przedsiębiorczości i stanowiła podsumowanie kampanii).

• **IZ RPO Województwa Mazowieckiego**

W ramach kampanii zorganizowano **cykl gier miejskich „Tropy Europy”** promujących „dobre praktyki” w ramach RPO WM wraz z ich promocją, na którą złożyły się emisje i ekspozycje materiałów reklamowych w postaci:

- billboardów;
- emisji spotów filmowych w środkach komunikacji miejskiej;
- emisji spotów radiowych;
- promocji w social mediach: konto na facebooku oraz na nowej stronie www.fan.mazowia.eu ;
- dystrybucji ulotek.

W organizację gry dodatkowo zostały zaangażowane placówki realizujące projekty z RPO WM, które zapewniły darmowe wejściówki i bilety oraz udostępniły miejsce na przeprowadzenie poszczególnych części gry.

W lipcu i sierpniu zostały przeprowadzone trzy edycje gry „Tropy Europy”: w Warszawie 21.07.2012 dla 127, w Radomiu 29.07.2012 dla 88 i w Płocku 04.08.2012 dla 56 uczestników (łącznie 271). Prawie w każdym miejscu, w którym prowadzona była gra zbierały się grupy widzów i kibiców wspierających graczy. Pojawiły się także regionalne stacje telewizyjne i radiowe.

• **IZ RPO Województwa Śląskiego**

Wszystkie działania w ramach kampanii były prowadzone w celu zobrazowania hasła „**RPO WSL Realna odpowiedź na realne potrzeby**”. Hasłem wspierającym było „Śląskie do Przodu!”. Wykorzystano następujące narzędzia:

Internet: całoroczny konkurs „Oglądaj filmy - wygrywaj nagrody”, prowadzony na stronie promocyjnej „Śląskie do Przodu!”, którego celem była promocja projektów pokazanych na filmowych wizytówkach projektów. Udział w konkursie oraz odpowiedzi na pytanie konkursowe wymagały wejścia na stronę i obejrzenia filmu. Ponadto zamieszczono 3 reklamy w postaci belki ekspandowanej oraz 1 artykuł

internetowy na stronie www.dziennikzachodni.pl, która prowadziła do podlinkowanej strony promocyjnej „Śląskie do Przodu!”.

Radio: wyprodukowano 2 spoty radiowe oraz 15 rozmów radiowych promujących dobre praktyki w następujących stacjach: Radio Katowice, ANTYRADIO, Radio Jura.

Telewizja: całoroczna emisja 24 odcinków Słownika Polsko-Europejskiego, które poza tłumaczeniem trudnej nomenklatury unijnej zawierały promocję dobrych praktyk poprzez prezentowanie zrealizowanych projektów dofinansowanych z RPO WSL. Grafika audycji nawiązywała do strony promocyjnej „Śląskie do Przodu!”.

Prasa: cykl artykułów, które tematem i grafiką nawiązywały do pozostałych prowadzonych działań, a w przedmiocie zawierały promocję dobrych praktyk poprzez pokazanie zrealizowanych projektów.

2. ORGANIZACJA I REALIZACJA KONFERENCJI I IMPREZ PROMOCYJNYCH

a) Imprezy promocyjne organizowane przez IK NSRO

Letnie pikniki - w okresie od 28 lipca do 26 sierpnia Ministerstwo Rozwoju Regionalnego dołączyło do piknikowej trasy „Lata z Radiem” organizowanej przez Program 1 Polskiego Radia. W ramach „Miasteczka Funduszy Europejskich” w ciągu kolejnych 5 weekendów w różnych regionach Polski wszyscy mogli się przekonać, że Fundusze Europejskie są bardzo blisko nas i że możemy z nich korzystać prawie w każdej sferze życia. Każdy, kto odwiedził namioty tematyczne minimiasteczka mógł wziąć udział w licznych konkursach i quizach na temat UE i FE. Ponadto, w ramach akcji, Instytut Kardiologii zaprezentował sprzęt do badań EKG, dzięki czemu wiele osób skorzystało z możliwości wykonania tego badania na miejscu. Dla najmłodszych uczestników imprez utworzono specjalną dziecięcą strefę. Do wspólnych gier zachęcał m.in. obecny na imprezach Maksymilian Europejski, bohater portalu euroman.gov.pl. Program na scenie głównej, także zawierał konkursy na temat FE i UE, a prowadzili go znani dziennikarze radiowej Jedynki: Roman Czejarek i Bogdan Sawicki. Dodatkowo w ramach projektu na antenach Programu I i III Polskiego Radia wyemitowano 50 audycji o inwestycjach dofinansowanych z Funduszy Europejskich w obszarze zdrowia, środowiska, infrastruktury i turystyki.

Konsultacje założeń Umowy Partnerstwa - Spotkania miały na celu konsultacje treści i założeń Umowy Partnerstwa oraz kształtu polityki spójności po 2014 roku. W drugiej połowie 2012 r. odbyło się 16 konferencji po 1 w każdym województwie. Przybliżona liczba uczestników wyniosła ogółem ok. 2 500.

b) Imprezy promocyjne organizowane przez IZ PO i IZ RPO (wybrane przykłady)

• IZ PO liŚ

Wycieczki szlakiem Programu Infrastruktura i Środowisko – dla uczniów szkół podstawowych i gimnazjów z całej Polski zostało przygotowanych 40 wycieczek do 4 Parków Narodowych (Gorczańskiego, Narwiańskiego, Wielkopolskiego i Karkonoskiego) – beneficjentów POliŚ. W wycieczkach zorganizowanych od 9 do 28 czerwca w sumie wzięło udział 1300 osób. Młodzi uczestnicy mieli okazję bezpośrednio zapoznać się z inwestycjami wspieranymi z POliŚ w sektorze ochrony środowiska, a także poszerzyć wiedzę o przyrodzie i działalności samych parków narodowych. W trakcie wycieczek dzieci otrzymały foldery informacyjne nt. POliŚ i przyrody parku oraz pakiety promocyjne z logo. W konkursach i quizach z wiedzy na temat funduszy europejskich i ochrony środowiska dzieci mogły także zdobyć dodatkowe nagrody (łamiągówki). Cała akcja cieszyła się dużym zainteresowaniem i została bardzo pozytywnie oceniona przez uczestników (oprócz pozytywnych ocen w ankietach pojawiły się również pochlebne komentarze w internecie oraz przesłane zostały maile i dyplomy z podziękowaniami od szkół).

• IZ RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego

Festyn Archeologiczny w Biskupinie pn. Polska Piastów w dniach 15-23 września 2012 r. – przedmiotem wydarzenia była promocja RPO WK-P przez Muzeum Archeologiczne w Biskupinie w ramach XVIII Festynu Archeologicznego. Po raz pierwszy zwiedzający mogli zobaczyć zrekonstruowaną wioskę wczesnopiastowską składającą się z czternastu obiektów. Wioska wybudowana została ze środków unijnych w ramach RPO WK-P. W trakcie festynu codziennie odbywały się inscenizacje słowno-muzyczne dotyczące dynastii piastowskiej połączone z walkami wojowników. Można było zobaczyć liczne prezentacje poświęcone zajęciom mieszkańców Biskupina i okolic, sposobów zdobywania pożywienia, budowy domów, wytwarzania narzędzi,

naczyń glinianych, tkanin, ozdób. Festynowi towarzyszyła wystawa „Tajemnice Góry Świętego Wawrzyńca w Kałdusie” gdzie można było zobaczyć piękne zabytki, plon wieloletnich badań wykopaliskowych badaczy z Instytutu Archeologii Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu. Zwiedzający mogli brać udział w licznych konkursach z nagrodami. W ramach wydarzenia zapewniono odpowiednią promocję RPO WK-P m.in. na plakatach, programie festynu, ulotkach, zaproszeniach oraz w wydawanej codziennie „Gazecie biskupińskiej” i na stronach internetowych.

• IZ RPO Województwa Łódzkiego

Kampania informacyjno-promocyjna pn. „**IV Piknik Funduszy Europejskich**” miała miejsce w dniu 17 czerwca na Rynku Manufaktury w Łodzi. Podstawowym celem kampanii było upowszechnienie wśród mieszkańców województwa łódzkiego wiadomości na temat wykorzystania środków w ramach RPO WŁ. W celu zmaksymalizowania siły oddziaływania kampania przebiegała jednocześnie w kilku mediach (kampania w telewizji, radiu, prasie, kampania na stronie internetowej www.rpo.lodzkie.pl).

W trakcie Pikniku można było dowiedzieć się, kto i na jakich zasadach może ubiegać się o unijne dofinansowanie, jak również, w jaki sposób sprawnie realizować i rozliczać unijne projekty. Dostępne były także informacje nt. Polski w UE oraz strefy euro. Było to możliwe dzięki utworzonej Alei Informacyjnej, w której przy specjalnych stoiskach dyżurowali eksperci od Funduszy Europejskich.

Oprócz informacji dotyczących środków unijnych na odwiedzających czekało wiele atrakcji zarówno dla dzieci, jak i młodzieży. Przygotowano liczne konkursy, m.in. drużynową „Grę Miejską” popularyzującą w aktywny sposób wiedzę o Funduszach Europejskich. Można było również podziwiać radiowozy, motory, wozy strażackie i policyjne zakupione z Funduszy Europejskich, pokaz konny przygotowany przez Straż Miejską, czy oznakować rower. Na Placu Zdrowia przybyli mieli możliwość poznania zarówno w teorii jak i w praktyce zasad pierwszej pomocy, oddania krwi, czy też zbadania się za pomocą mammografu. W Kopule Fullera można było m.in. wziąć udział w wyprawie z przewodnikiem po Kosmosie w trójwymiarze. Na piknikowej scenie odbyły się występy kabaretowe, konkursy i koncerty zespołów. Patronat nad imprezą objęła media: Radio Zet, TVP Łódź, Gazeta Wyborcza.

• IZ RPO Województwa Mazowieckiego

„**Mazowiecki Kongres Kultury spotkanie z RPO WM**” odbył się w dniu 14 grudnia 2012 w Warszawie. Celem spotkania było podsumowanie wsparcia unijnego na rozwój kultury w województwie mazowieckim. Tematy jakie podjęto w trakcie spotkania to m.in.: finansowanie instytucji kultury przez Samorząd Województwa Mazowieckiego oraz środki unijne na rozwój kultury. Zaprezentowano także kilka projektów zrealizowanych przez jednostki samorządu terytorialnego: Muzeum Niepodległości w Warszawie, Europejskie Centrum Artystyczne im. F. Chopina w Sannikach, Stowarzyszenie Synagoga Płocka, Powiat Grójecki, Miasto Siedlce, Gmina Żyrardów. W kongresie wzięło udział 130 uczestników.

• IZ RPO Województwa Zachodniopomorskiego

„**RPO - Rozwijamy Region w Dobrym Tonie**” to cykl sześciu koncertów kameralnych w wykonaniu artystów Baltic Neopolis Orchestra, które odbyły się w miejscach, które skorzystały ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego (RPO WZ). Każdy z koncertów promował odrębny projekt współfinansowany ze środków RPO WZ. Koncerty odbyły się w Międzyzdrojach, Kamieniu Pomorskim, Gryficach, Połczynie – Zdrój, Darłowie oraz w Kołobrzegu. Cykl koncertów wzbogacał ofertę kulturalną małych ośrodków miejskich, a umożliwiając spotkanie mieszkańców oraz turystów z wysoką kulturą muzyczną spełniał ważną funkcję edukacyjną.

Maraton „Nocna Ściema 2012” był to bieg głównymi ulicami Koszalina, odbywający się na dystansie maratonu oraz półmaratonu. Bieg odbył się w nocy, podczas której zmieniany był czas z letniego na zimowy. W biegu wzięło udział ok. 450 zawodników. Trasa biegu prowadziła głównymi ulicami Koszalina a zawodnicy przebiegli obok trzech inwestycji realizowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego. Są to Filharmonia Koszalińska, Bałtycki Teatr Dramatyczny oraz Park Książąt Pomorskich w Koszalinie. Projekty te zostały opisane na mapkach, materiałach wręczanych uczestnikom oraz na stronie biegu. Impreza była bardzo widowiskowa i okazała się świetną okazją do wypromowania RPO WZ, bowiem wydarzenie to, mimo że odbywało się w nocy, licznie zgromadziło zarówno widzów, jak i przedstawicieli ogólnopolskich mediów.

3. KONKURS DOTACJI NA PROMOCJĘ FUNDUSZY EUROPEJSKICH

W drugiej połowie marca 2012 r. został rozstrzygnięty „Konkurs dotacji na promocję Funduszy Europejskich”. Celem konkursu było wyłonienie podmiotów, które we współpracy z MRR podejmują działania dotyczące informowania o FE wdrażanych w Polsce oraz promowania efektów ich

wykorzystywania. W konkursie wyłoniono 28 projektów, spośród których zrealizowano 26 projektów w ramach trzech linii tematycznych: projekty mediowe, wydarzenia informacyjno-promocyjne oraz projekty edukacyjne dla młodzieży.

Tabela 1 Lista zrealizowanych projektów, którym przyznano dotacje¹:

Nazwa wnioskodawcy	Nazwa projektu	Kwota dotacji (PLN)
Projekty telewizyjne		
Telewizja Polska S.A. (Biuro Reklamy i Handlu)	Wielki Test o Europie	1000000
Servi Media Filip Jurzyk	Szlakiem Gwiazd	489 732
Spółka Filmowa s. c. Piotr Rostkowski i Sławomir Komorowski	Linia zdrowia	407 700
Events and Multimedia Małgorzata Niziołek	Słoneczna róg Unijnej	540 262
Telewizja Polska S.A. (Biuro Reklamy i Handlu)	„Poziom 2.0”- Fundusze Europejskie - Kasa dla Was	653 900
Telewizja Polska S.A. Oddział w Katowicach	Eurowiadomości – ogólnopolski cykl programów informacyjnych o Funduszach Europejskich	401 620
Telewizja Polska S.A. Oddział w Krakowie	Aktywni 50+	497 762,24
Projekty radiowe		
ZET Premium Sp. z o.o.	Program na sukces	389 500
Auditorium17 Sp. z o.o.	Zmiany na lepsze, czyli Fundusze Europejskie w Polsce	394 992,45
Radio Muzyka Fakty Sp. z o.o.	Giełda Funduszy II	368 321,20
Polskie Radio S.A. Program 3	Pochwal się swoim funduszem	162 706,17
Polskie Radio S.A. Program 1	Jak fundusze europejskie zmieniają moje życie	176 518,47
Radio PiN S.A.	Pin do Sukcesu. II edycja	125 888
Projekty prasowe		
Presspublica Sp. z o.o.	Zmieniamy się razem z Funduszami Unijnymi	366 106
Infor Biznes Sp. z o.o.	Fundusze Europejskie	350 169,62
Edipresse Polska S.A.	Moja Europa. Cykl artykułów w dwutygodniku „Przyjaciółka” i prezentacje połączone z plebiscytem w portalu polki.pl	317 676
Ringier Axel Springer Polska Sp. z o.o.	Różnorodność Funduszy Europejskich	286 000
Wydawnictwo Kurii Metropolitalnej „Gość Niedzielny”	Fundusze Europejskie w akcji	237 975
Murator S.A.	Fundusze Europejskie dla każdego	284 854

¹ Szczegółowe opisy projektów realizowanych w ramach konkursu dotacji zostały zamieszczone w dalszej części dokumentu.

Nazwa wnioskodawcy	Nazwa projektu	Kwota
Ringier Axel Springer Polska Sp. z o.o.	Fundusze Europejskie dla Firm Rodzinnych	368 500
Media Regionalne Sp. z o.o.	Fundusze Europejskie w Regionach	399 587,22
Polskapresse Sp. z o.o.	Eurokalejdoskop	353 283,90
Projekty edukacyjne dla młodzieży		
Fundacja Instytut Rozwoju Komunikacji i Edukacji THINK!	Fundusze dla Polski 3 – Interaktywna Mapa Przemian (IMP)	265 039
Wydarzenia informacyjno-promocyjne		
Stowarzyszenie Media Dizajn	FUNDusze na Kulturę	247 158
Stowarzyszenie Kulturalne "Pocztówka"	Warto wiedzieć, że ... - Fundusze Europejskie wokół nas	272 350
Polska Agencja Prasowa S.A.	Enter Europa	174 440

Źródło: opracowanie własne

4.PRZYGOTOWANIE ORAZ EMISJA AUDYCJI INFORMACYJNO – PROMOCYJNYCH ORAZ PUBLIKACJA ARTYKUŁÓW PRASOWYCH

a) Współpraca IK NSRO ze stacjami telewizyjnymi

Akcja promocyjna „Eurokorzyści - podziel się swoją historią” miała formułę konkursu, w którym wyszukiwano osoby chcące podzielić się własnymi doświadczeniami na temat zmian, jakie zaszły w ich codziennym życiu dzięki FE. Akcja była obecna od 22 lipca do 16 listopada 2012 r. na antenach stacji telewizyjnych grupy TVN oraz w Internecie. Spośród ponad 300 zgłoszonych historii Jury wybrało 10 najciekawszych oraz przedstawiło je w reportażach emitowanych w programie Dzień Dobry TVN.

Kolejnym etapem konkursu było głosowanie internautów na najciekawszą ich zdaniem historię (ponad 7 000 osób zagłosowało na wybraną historię i uzasadniło swój wybór). W konkursie przewidziano dwie nagrody (w postaci wycieczek dla dwóch osób po stolicach europejskich) dla osoby, której historia zdobyła największą liczbę głosów w głosowaniu internetowym oraz dla osoby, która głosując w Internecie, w najciekawszy sposób uzasadniła swój wybór. Nagrodzenie zwycięzców konkursu nastąpiło 14 listopada 2012 r. podczas uroczystej gali (relację z gali można było obejrzeć w programie „Dzień dobry TVN”).

Test Wiedzy o Europie - projekt polegał na realizacji ogólnopolskiego testu wiedzy poświęconego FE. W widowisko zostali zaangażowani rywalizujący w teście artyści, sportowcy i politycy. Główną nagrodą było 20 tysięcy złotych, przekazanych przez zwycięzcę na wybrany cel charytatywny. Emisja trwającego 90 minut testu odbyła się 1 października 2012 r. Program obejrzało średnio ok. 903 030 osób.

Szlakiem Gwiazd - w ramach projektu wyemitowano 12 audycji, których bohaterami były znane i lubiane osoby, m.in. Daniel Olbrychski, Dorota Rabczewska (Doda) czy Robert Korzeniowski. Gwiazdy zabierały widzów w podróż w swoje rodzinne strony, by pokazać, jak ich miejscowości zmieniły się za sprawą Funduszy Europejskich. Program emitowany był na antenie TVP 1 od czerwca do sierpnia 2012 r. Każdą audycję oglądało średnio ok. 700 000 osób.

Eurowiadomości - projekt składał się z 28 audycji informacyjno-reportażowych. Tematyka „funduszowa” przedstawiana była w plenerze, w miejscach realizacji projektów dofinansowywanych z FE. Dodatkowo trudne pojęcia unijne, takie jak alokacja, beneficjent czy absorpcja, wyjaśniał widzom prof. Jan Miodek. Program emitowany był w okresie od maja do listopada 2012 r. na antenie TVP Info, TVP Katowice oraz TVP Polonia. Każdą audycję oglądało średnio ok. 240 000 osób.

Poziom 2.0 – Fundusze Europejskie – Kasa dla Was - projekt polegał na emisji w kolejnych 25 odcinkach istniejącego programu dla młodzieży „Poziom 2.0” wątków pt. „Fundusze Europejskie – Kasa dla Was”. Obejmowały one materiały filmowe oraz rozmowy z zaproszonymi do studia osobami, którym udało się

pozyskać pieniądze z FE. Program emitowany był na antenie TVP 2 w okresie kwiecień-czerwiec oraz wrzesień-grudzień 2012 r. Każdą audycję oglądało średnio ok. 200 tys. osób.

Słoneczna róg Unijnej - program ten to cykl 13 audycji edukacyjnych dla najmłodszych widzów oraz ich opiekunów. W każdym z odcinków tematyka Funduszy przybliżana była w sympatyczny i dowcipny sposób przez kukielkowego smoka oraz dwójkę jego młodych przyjaciół, gospodarzy programu. W każdym odcinku dzieci i smoka Henryka odwiedzała gwiazda, która włączała się do dyskusji na temat FE. Program emitowany był na antenie TVP 1 w okresie od września do grudnia 2012 r. Każdą audycję oglądało średnio ok. 214 tys. osób.

Linia zdrowia – projekt obejmował cykl 15 audycji publicystycznych umieszczonych w porannym programie „Kawa czy herbata” na antenie TVP 1. Audycje te łączyły elementy edukacyjne oraz porady dotyczące zdrowia. Promowano w nich również polskie osiągnięcia w dziedzinie medycyny, których dokonano przy udziale FE. Każda z audycji składała się z reportażu filmowego poświęconego wybranej placówce i projektowi, całość kończył telefoniczny dyżur eksperta. Okres emisji: wrzesień-grudzień 2012 r. Każdą audycję oglądało średnio ok. 268 tys. osób.

Aktywni 50+ - magazyn telewizyjny pokazujący ludzi po 50 roku życia, którzy odmienili swoje życie dzięki wsparciu z FE. Bohaterami byli beneficjenci różnych programów operacyjnych. Dla widzów magazynu przewidziano dwa aktywizujące konkursy. Magazyn obejmował w sumie 16 audycji emitowanych w cyklu tygodniowym w następujących stacjach: TVP INFO, TVP Kraków, TVP Rzeszów, TVP Kielce, TVP Gdańsk, TVP Lublin, TVP Szczecin. Okres emisji audycji: wrzesień-grudzień 2012 r. Każdą audycję oglądało średnio ok. 240 tys. osób.

Jeden z dziesięciu - w istniejącym teleturnieju, emitowanym na antenie TVP 2, w każdym odcinku pojawiało się jedno pytanie z zakresu tematyki FE. Na pasku na dole ekranu pojawiało się również hasło, zachęcające do odwiedzania strony internetowej Funduszy: "Więcej o Funduszach Europejskich na stronie www.funduszeuropejskie.gov.pl". Okres emisji: sierpień – październik 2012 r. Każdą audycję oglądało średnio ok. 1 mln 250 tys. osób.

Mam przepis na pielgrzymowanie - program zachęcał widzów do wędrowania po Polsce. Przewodnikiem na pielgrzymkowym szlaku był ks. Przemek Kawecki, który na swoim rowerze wyruszył w drogę z Czerwińska, gdzie mieszka, do wielu ciekawych miejsc w Polsce. Celem programu było ukazanie osób i miejsc, które odniosły sukces dzięki FE. Okres emisji programu: październik – grudzień 2012 r. Każdą audycję oglądało średnio ok. 200 tys. osób.

b) Współpraca IK NSRO ze stacjami radiowymi

Pin do sukcesu II - projekt stanowił kontynuację projektu z 2011 r. Składały się na niego około 5-minutowe audycje nadawane codziennie, od poniedziałku do piątku o godz. 15.40 na antenie radia PiN (w miesiącach letnich audycje nadawano tylko we wtorki i czwartki). Audycja podsumowująca wszystkie nagrania z całego tygodnia emitowana była każdorazowo w soboty o godz. 13.00. Na antenie prezentowano reportaże o zrealizowanych dzięki FE projektach i ich wpływie na życie zwykłych ludzi oraz wypowiedzi ekspertów. Okres emisji programu: kwiecień-grudzień 2012 r.

Pochwal się swoim funduszem - projekt obejmował cykl 34 radiowych reportaży, wywiadów i dyskusji emitowanych na antenie Programu 3 Polskiego Radia. Materiały te zostały wplecione w stałe programy antenowe. Tematyka funduszowa przedstawiana była za pomocą konkretnych zrealizowanych dzięki unijnemu wsparciu projektów. Miejsca zmienione dzięki Funduszom zaprezentowano z kolei w audycji „Dzień specjalny z...”. Uzupełnienie projektu stanowił konkurs radiowy, skierowany do beneficjentów FE, którzy mogli zaprezentować swoje projekty. Okres emisji audycji: maj-czerwiec i wrzesień-grudzień 2012 r.

Jak Fundusze Europejskie zmieniają moje życie - projekt składał się z audycji emitowanych w kolejnych 20 sobót w programie „Sygnały Dnia” oraz w programie „Świat w Jedyńce”. Skrócone audycje powtarzane były w poniedziałki w paśmie wczesnoporannym. Prezentowano w nich różne miejsca dofinansowane z FE, wypowiedzi osób, które skorzystały z unijnego wsparcia oraz dyskusje i komentarze ekspertów. Uzupełnieniem cyklu był konkurs fotograficzno-literacki dla słuchaczy. Okres emisji programu: kwiecień-czerwiec oraz wrzesień-listopad 2012 r.

Program na sukces - kampania informacyjna na antenie Radia Zet była kontynuacją dwóch poprzednich edycji realizowanych w 2010 i 2011 roku. Obejmowała cykl 22 audycji emitowanych w soboty w paśmie "Radio ZET – ZET weekend" (godz. 10.00-10.30) i powtarzanych w niedziele w paśmie "Radio ZET – Świat według Blondynki". W audycjach zaprezentowano wybrane projekty dofinansowane z Funduszy Europejskich. Głosem całej kampanii był pan Janusz Weiss, który dodatkowo w łącznie 14 odcinkach swojego autorskiego programu "Wszystkie pytania świata" (godz. 7.00-7.30) w imieniu słuchaczy zadawał ekspertom pytania z dziedziny Funduszy Europejskich. Okres emisji programów: kwiecień-listopad 2012 r.

Giełda Funduszy II - projekt obejmował 20 półtoraminutowych audycji emitowanych od poniedziałku do piątku o godz. 15.30 w RMF FM. W sumie wyemitowane zostały 4 cykle audycji w wybranym tygodniu w maju, wrześniu, październiku i listopadzie. W audycjach przedstawiono przykłady ciekawych projektów zrealizowanych z pomocą FE. Każda audycja wzbogacona została też o wypowiedź eksperta, który wyjaśniał na co zwrócić uwagę, by mieć większe szanse na uzyskanie wsparcia. Dla słuchaczy przewidziany został konkurs pod hasłem: "Co zmieniłbyś w swojej okolicy, gdybyś pozyskał Fundusze Europejskie" oraz konkurs wiedzy o Unii Europejskiej i jej funduszach. Okres emisji programu: maj, wrzesień - listopad 2012 r.

Zmiany na lepsze, czyli Fundusze Europejskie w Polsce - projekt składał się z 66 audycji emitowanych na antenie 17-u rozgłośni regionalnych wchodzących w skład grupy radiowej Audytorium17. W audycjach prezentowano najciekawsze pomysły na wykorzystanie FE w takich dziedzinach, jak: kultura, edukacja, nauka, wspieranie innowacyjnych rozwiązań oraz rozwój przedsiębiorczości. Po każdej audycji premierowej przez godzinę trwał dyżur ekspercki dla słuchaczy. Dodatkowym działaniem w projekcie był konkurs dla słuchaczy dotyczący Funduszy Europejskich w ich regionie. Okres emisji programu: maj - wrzesień 2012 r.

c) Współpraca IK NSRO z wydawcami prasy

Fundusze Europejskie dla każdego - celem projektu było przekazanie informacji na temat dostępności i stopnia wykorzystania FE w Polsce z naciskiem na korzyści, jakie z ich realizacji odnosi ogół społeczeństwa. Projekt polegał na publikacji 9 artykułów w „Super Expressie” (nakład 408 798 egzemplarzy) i 7 artykułów w miesięczniku "Zdrowie" (nakład 80 057 egzemplarzy). Jako działanie wspierające w projekcie został zorganizowany konkurs fotograficzny. Okres realizacji projektu: kwiecień - listopad 2012 r.

Fundusze Europejskie - zamierzeniem projektu realizowanego na łamach „Dziennika Gazety Prawnej” (nakład 84 735 egzemplarzy) było podniesienie świadomości i wiedzy czytelników na temat FE. Na łamach gazety ukazał się cykl 27 artykułów publikowanych w każdy czwartek od maja do grudnia 2012 r. Artykuły publikowane w ramach cyklu umieszczono w serwisie internetowym DGP w zakładce Fundusze Unijne. Działaniem wspierającym w projekcie było przeprowadzenie 3 webinarów dla czytelników „Dziennika Gazeta Prawna”.

Fundusze Europejskie w akcji - na projekt złożyło się 10 odcinków publikowanych co dwa tygodnie na łamach tygodnika "Gość Niedzielny" (nakład 204 097 egzemplarzy) od kwietnia do sierpnia 2012 r. Teksty publikowane w ramach projektu miały charakter głównie reportażowy, a ich celem było pokazanie jak FE działają „w terenie”. Artykuły uzupełniono o materiały informacyjne oraz krótkie wywiady. Wsparciem dla artykułów prasowych była podstrona internetowa dedykowana projektowi oraz konkurs z nagrodami dla czytelników.

Fundusze Europejskie w regionach - projekt polegał na publikacji 72 artykułów w prasie regionalnej, opisujących co zmieniało się na korzyść w ośmiu regionach Polski dzięki FE. Artykuły ukazywały się średnio dwa razy w miesiącu w: „Dzienniku Wschodnim”, „Echu Dnia”, „Gazecie Codziennej Nowiny”, „Gazecie Lubuskiej”, „Gazecie Pomorskiej”, „Głosie – Dzienniku Pomorza”, „Kurierze Porannym” i „Nowej Trybunie Opolskiej” (łącznie nakład 286 476 egzemplarzy). Cykl zakończył się publikacją praktycznego przewodnika ułożonego z najczęściej zgłaszanych przez mieszkańców pytań w zakresie FE oraz wskazówek dotyczących rozliczeń projektów. Okres realizacji projektu: czerwiec – październik 2012 r.

Eurokalejdoskop - celem cyklu było pokazanie czytelnikom, że FE wprowadziły w wielu aspektach naszego życia liczne zmiany na lepsze. Projekt składał się z 20 publikacji w następujących tytułach: „Polska Dziennik Bałtycki”, „Polska Dziennik Łódzki”, „Polska Dziennik Zachodni”, „Polska Gazeta Krakowska”, „Polska Gazeta Wrocławska”, „Polska Głos Wielkopolski”, „Polska Kurier Lubelski”, „Polska Metropolia Warszawska” oraz czterostronicowego dodatku specjalnego na zakończenie cyklu (łącznie nakład 279 349 egzemplarzy).

Uzupełnieniem działań w projekcie były serwisy internetowe www.polskatimes.pl oraz serwisy pozostałych dzienników regionalnych. Zorganizowany został konkurs fotograficzny pod nazwą "Euroinspiracje", polegający na uchwyceniu wyjątkowego momentu, zdarzenia, miejsca, czy osoby, związanych z projektem dofinansowanym z funduszy unijnych. Okres realizacji projektu: lipiec – grudzień 2012 r.

Moja Europa - projekt to cykl 9 reportaży w dwutygodniku "Przyjaciółka" (nakład 530 250 egzemplarzy) prezentujących historie kobiet, których życie zmieniło się na lepsze dzięki FE. Publikacje ukazywały się raz w miesiącu. Przez cały okres realizacji projektu, uruchomiona była także zakładka "Moja Europa" na portalu www.polki.pl, gdzie poza artykułami z "Przyjaciółki" znalazły się krótko naszkicowane sylwetki bohaterek reportaży ze zdjęciami. Czytelniczki miały także możliwość zagłosowania na przedsięwzięcie, które ich zdaniem było najbardziej interesujące. Okres realizacji projektu: kwiecień – listopad 2012 r.

Różnorodność Funduszy Europejskich - projekt polegał na publikacji 9 artykułów w czwartkowych wydaniach dziennika „Fakt” (nakład 507 444 egzemplarzy). Prezentowały najciekawsze przykłady dobrych praktyk wykorzystania dotacji pochodzących z FE. Bazą były historie ludzi "z sąsiedztwa". Jako uzupełnienie projektu w ostatnim odcinku cyklu opublikowano krzyżówkę. Hasła i rozwiązania nawiązywały do tematyki wykorzystania FE. Okres realizacji projektu: kwiecień – październik 2012 r.

Fundusze Europejskie dla Firm Rodzinnych - projekt Fundusze Europejskie dla Firm Rodzinnych obejmował publikację 16 artykułów w „Newsweeku” (nakład 182 974 egzemplarze), opisujących działalność firm rodzinnych przy wsparciu uzyskanym z FE. Każdy artykuł dotyczył jednego regionu, zostały w nim omówione dobre praktyki korzystania z funduszy. Projekt ten był ściśle związany z cyklem regionalnych konferencji inicjatywy „Firm Rodzinnych”, a podział publikacji na regiony dokonany był zgodnie z ich harmonogramem. Okres realizacji projektu: kwiecień – grudzień 2012 r.

Zmieniamy się razem z Funduszami Unijnymi - projekt obejmował publikację cyklu artykułów dotyczących wsparcia z Funduszy Unijnych z ukierunkowaniem na zwrotne formy pomocy unijnej. Artykuły ukazywały się na łamach „Rzeczpospolitej” (średni nakład jednorazowy 123 142 egzemplarzy), „Uważam Rze” (220 000 egzemplarzy) i „Przekroju” (48 550 egzemplarzy). Na łamach Rzeczpospolitej w sekcji "ekonomia i rynek" ukazały się 34 artykuły eksperckie, opisujące dostępną inżynierię finansową dla różnych typów beneficjentów. Nakładem „Uważam Rze” ukazało się 9 publikacji skierowanych do statystycznego Kowalskiego, zachęcających do pogłębiania wiedzy i opisujących korzyści na podstawie dobrych praktyk konkretnych beneficjentów, którzy otrzymali środki z FE. Z kolei w tygodniku „Przekrój” opublikował 8 artykułów. Okres realizacji projektu: kwiecień – grudzień 2012 r.

Projekt Serwisu Samorządowego PAP - Enter Europa - projekt polegał na stworzeniu subserwisu internetowego poświęconego tematyce FE, działającego przy Serwisie Samorządowym PAP. Subserwis składał się z 2 części: społecznościowej oraz informacyjnej, w której publikowano na bieżąco materiały, relacje i wywiady poświęcone projektom dofinansowanych z FE. Okres realizacji projektu: kwiecień – grudzień 2012 r.

c) Współpraca ze stacjami telewizyjnymi i radiowymi oraz wydawcami prasy podejmowana przez IZ PO i RPO (wybrane działania)

IZ PO i RPO do swoich przedsięwzięć w zakresie informacji i promocji nt. FE włączyły także stacje telewizyjne, radiowe i wydawców prasy. W przypadku RPO działania kierowane były poprzez media regionalne i lokalne. Oto przykładowe inicjatywy:

• IZ RPW

We współpracy z TVP – promowano Program Rozwój Polski Wschodniej i realizowane projekty, w popularnym serialu telewizyjnym „M jak miłość”. Emisja 3 odcinków nastąpiła w kwietniu 2012 r. Z raportu poemisyjnego wynika, że serial oglądało w tym czasie średnio około 5 mln widzów.

• IZ RPO Województwa Opolskiego

W okresie od kwietnia do grudnia 2012 r. na zlecenie IZ RPO WO 2007-2013 w TVP Opole emitowany był cykl informacyjny pt. „Wszystko o funduszach”. Celem cyklu było zaprezentowanie w przystępny sposób dotychczasowych doświadczeń beneficjentów RPO WO 2007-2013 w realizacji projektów oraz zachęcenie

potencjalnych wnioskodawców do startowania w kolejnych konkursach. Cykl poprzez prezentację dobrych praktyk oraz sprawdzonych sposobów pozyskiwania funduszy unijnych przybliżył beneficjentom, potencjalnym beneficjentom oraz opinii publicznej warunki ubiegania się o dofinansowanie i zasady realizacji projektów w ramach ww. programu. W okresie sprawozdawczym wyemitowano dwanaście odcinków.

Ponadto w okresie sprawozdawczym od sierpnia do września zrealizowano i wyemitowano na antenie Radia Opole audycje w ramach cyklu informacyjnego RPO WO 2007-2013. Bohaterem audycji był obcokrajowiec Luke, który odwiedzał różne miejsca dofinansowane z RPO WO 2007-2013 i dzielił się swoimi wrażeniami ze słuchaczami. Łącznie wyemitowano 7 audycji.

- **IZ RPO Województwa Podlaskiego**

Wyprodukowano promocyjny materiał filmowy przedstawiający najciekawsze projekty realizowane w ramach RPO WP. Spot pn. „AGENDA” miał na celu przybliżenie mieszkańcom województwa podlaskiego konkretne, realizowane projekty, które uzyskały wsparcie finansowe z RPO WP. Zostały w nim pokazane wybrane projekty z całego województwa podlaskiego, tak aby każdy mieszkaniec regionu znalazł w tym spocie projekt z którego efektów korzysta na co dzień.

Spot „Agenda” (długość 40 sekund) emitowany był w telewizji regionalnej, natomiast spot o długości 2,38 min. emitowany był kinach na terenie województwa podlaskiego w blokach reklamowych przed samymi zapowiedziami filmów. Została stworzona również strona internetowa www.agendafilm.pl, na której opublikowane były spoty „Agenda” oraz materiały dotyczące filmu.

- **IZ RPO Województwa Warmińsko-Mazurskiego**

W 2012 r. IP RPO WiM prowadziła akcję medialną w prasie regionalnej polegającą na opublikowaniu sześciu numerów dodatku do „Gazety Olsztyńskiej” oraz „Dziennika Elbląskiego”. Celem akcji było poszerzenie wiedzy potencjalnych beneficjentów, beneficjentów i mieszkańców województwa warmińsko-mazurskiego o możliwościach ubiegania się o środki z UE oraz o roli jaką pełni EFRR. Na łamach dodatku czytelnik mógł zapoznać się z kompleksowymi zasadami ubiegania się o środki unijne. W szczególności można było przeczytać w nim o: bieżących wydarzeniach, m.in.: ogłaszane nabory wniosków o dofinansowanie dla beneficjentów, realizowanych projektach ze środków EFRR, podpisywanych umowach, przebiegu konkursów. Dodatek liczył dwie strony A3 i ukazywał się na terenie całego województwa warmińsko-mazurskiego.

- **IZ RPO Województwa Wielkopolskiego**

Działanie rozpoczęło się w czerwcu – wyprodukowano spoty telewizyjne, które wyemitowano w II połowie roku (w Telewizji WTK i Telewizji Wielkopolska). Spoty pt. *Roberto 43*, *Włodek 57*, *Niezapowiedziana wizyta urzędnika* i *Kasia 28* dotyczyły poszczególnych priorytetów m.in. infrastruktury drogowej i turystyki. Materiał przedstawiał wpływ Funduszy Europejskich na rozwój Wielkopolski i stan wdrażania WRPO. Celem było stworzenie filmów, które dzięki swoim walorom estetycznym stałyby się wizytówką wykorzystania środków unijnych w Wielkopolsce.

5. KONKURSY

a) Konkursy organizowane przez IK NSRO

V edycja Konkursu „Polska Pięknieje – 7 Cudów Funduszy Europejskich” - celem konkursu było wyłonienie i nagrodzenie najlepszych przedsięwzięć dotyczących rozwoju turystyki, infrastruktury sportowej i rekreacyjnej, zagospodarowania przestrzeni publicznej oraz rewitalizacji. Poprzez promocję najlepszych przedsięwzięć konkurs pokazał pozytywny wpływ funduszy europejskich na rozwój Polski i zachodzące w niej zmiany – zarówno w sferze krajobrazu, jak też w sposobie spędzania wolnego czasu przez Polaków. Z roku na rok wzrasta zainteresowanie konkursem Spośród 256 zgłoszonych w 2012 r. projektów wybrano 21 nominowanych w siedmiu kategoriach. Uroczyste wręczenie nagród dla zwycięzców V edycji konkursu odbyło się 23 maja 2012 r. w Teatrze „Imka” w Warszawie. Podczas gali nagrody wręczała Pani Minister Rozwoju Regionalnego Elżbieta Bieńkowska, która pogratulowała wszystkim laureatom. Główną nagrodą w Konkursie była statuetka „Polska Pięknieje – 7 Cudów Funduszy Europejskich”, tablica pamiątkowa oraz

dypłom, a także konkretne działania promocyjne, tj. promocja podczas imprez z udziałem IK NSRO oraz informowanie o projektach w ramach działań prowadzonych przez IK NSRO w telewizji, radiu i prasie.

Laureatami V edycji konkursu "Polska Pięknieje - 7 Cudów Funduszy Europejskich" zostały następujące projekty:

Kategoria „Rewitalizacja” - Projekt „Rewitalizacja Bulwaru Nadwarciańskiego Wschodniego w Gorzowie Wlkp. poprzez adaptację infrastruktury technicznej na cele kulturowe, rekreacyjne i turystyczne” - Beneficjent: Miasto Gorzów Wlkp.

Kategoria „Zabytek” - Projekt „Ginący Zabytek – ratowanie Sanktuarium w Świętej Lipce” - Beneficjent: Dom Zakonny Towarzystwa Jezusowego w Świętej Lipce.

Kategoria „Produkt promocyjny” - Projekt: „Kampania promocyjna Suwalszczyzny jako jednej z marek turystycznych Województwa Podlaskiego” - Suwalska Izba Rolniczo-Turystyczna wraz z partnerami

Kategoria „Obiekt turystyczny” - Projekt „Budowa Lotniczego Parku Kulturowego w Krakowie, w tym Gmachu Głównego Muzeum Lotnictwa Polskiego” - Beneficjent: Muzeum Lotnictwa Polskiego w Krakowie.

Kategoria „Turystyka aktywna” - Projekt: „Budowa tras do narciarstwa biegowego w partiach szczytowych Magurki Wilkowickiej” - Beneficjent: Gmina Wilkowice Lider Projektu wraz z partnerem

Kategoria „Turystyka transgraniczna i międzynarodowa” - Projekt: „Via Fabrilis – szlak tradycji rzemieślniczych” - Beneficjent: Muzeum Ceramiki w Bolesławcu wraz z partnerem

Kategoria: „Miejsce przyjazne dzieciom” - Projekt: „Budowa obiektu turystycznego oraz ścieżki edukacyjnej na terenie odkryć paleontologicznych (Jura Parku) w Krasiejowie” - Beneficjent: Stowarzyszenie Delta.

Więcej informacji o V edycji konkursu można znaleźć na stronie internetowej: www.PolskaPieknije.gov.pl

•IV edycja Konkursu o Nagrodę Ministra Rozwoju Regionalnego Eurolider 2012

Celem konkursu było wyróżnienie i nagrodzenie osób, które działają na rzecz lokalnego rozwoju i lokalnych społeczności, sięgając w tym celu po FE. Realizowane przez kandydatów do tytułu Eurolidera projekty przyczyniają się do rozwiązania określonych problemów lub zaspokojenia konkretnych potrzeb mieszkańców, a tym samym generują zmiany na lepsze wśród lokalnych społeczności, utrwalając przy tym pozytywny wizerunek FE.

Rozstrzygnięcie konkursu nastąpiło podczas uroczystej gali, która odbyła się 23 maja 2012 roku w Teatrze IMKA w Warszawie. Decyzją Kapituły, zwycięzcami IV edycji konkursu Eurolider 2012 zostali:

- podinspektor ds. zamówień publicznych, promocji i rozwoju gminy w Urzędzie Gminy w Wilczynie, woj. wielkopolskie. Laureatka zrealizowała 9 projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich na łączną kwotę ponad 5 mln zł.
- kierownik Zespołu ds. Pozyskiwania Funduszy w Muzeum Narodowym w Krakowie, woj. małopolskie. Laureatka zaangażowana jest w realizację 7 projektów współfinansowanych ze środków Funduszy Europejskich na łączną kwotę ponad 71 mln zł.
- prezes Zarządu Nidzickiej Fundacji Rozwoju Nida, woj. warmińsko-mazurskie. Laureat zrealizował 7 projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich na łączną kwotę 23 mln zł.

Ponadto laureatką wybraną przez Euroliderów poprzednich edycji konkursu oraz zwyciężczynią plebiscytu internetowego została kierownik Biura Partnerstwa i Funduszy w Urzędzie Miasta Piotrkowa Trybunalskiego (woj. łódzkie), która zrealizowała 26 projektów współfinansowanych ze środków Funduszy Europejskich na łączną kwotę 386 mln.

Więcej informacji o konkursie dostępnych jest na www.Eurolider.gov.pl

•**Konkurs dla prasy lokalnej i regionalnej „Fundusze Europejskie – rejestruj zmiany”** - w maju rozstrzygnięto I edycję konkursu na cykl najciekawszych artykułów promujących lub informujących o FE w prasie lokalnej i regionalnej. W sumie wpłynęło 135 artykułów opublikowanych w 24 tytułach prasowych. Zwycięzcą I edycji konkursu w kategorii prasa regionalna to:

1. dziennikarka „Gazety Olsztyńskiej” (I miejsce) za napisane przystępnym językiem i przyciągające uwagę trzy artykuły przedstawiające ludzkie historie osnute wokół projektów realizowanych w ramach programów Kapitał Ludzki i Rozwój Polski Wschodniej.
2. dziennikarz Gazety Codziennej „Nowiny” (II miejsce) za trzy obszernie artykuły, przyciągające uwagę zarówno treścią, jak i wizualizacją, których bohaterami są zwykłe osoby korzystające z Funduszy Europejskich.
3. dziennikarz „Polska Dziennik Bałtycki” (III miejsce) za 19 artykułów rzeczowo prezentujących aktualne efekty wdrażania w regionie unijnych projektów w obszarach: nauka, innowacje, transport, praca, szkolenia.

Natomiast w kategorii prasa lokalna zwycięzcami zostali:

1. dziennikarka „Tygodnika Ziemi Chrzanowskiej Przełom” (I miejsce) za 4 artykuły przedstawiające w ciekawy sposób zmiany, jakie zachodzą w lokalnym środowisku – głównie w obszarze edukacji i kultury - dzięki realizacji unijnych projektów.
2. dziennikarka tygodnika „Kulisy Powiatu Kluczbork-Olesno” (II miejsce) za 16 artykułów poświęconych ochronie zdrowia, rewitalizacji zabytków, transportowi, edukacji i przedsiębiorczości, napisanych komunikatywnym językiem, uzupełnionych spójną z tekstami wizualizacją oraz zawierających wypowiedzi osób uczestniczących w unijnych projektach.
3. dziennikarka „Tygodnika Ziemi Chrzanowskiej Przełom” (III miejsce) za 3 artykuły, poświęcone społecznym wymiarom korzyści z unijnych środków tj. edukacji, bezpieczeństwu i ekologii.

Nagrody otrzymały także redakcje tytułów, w których opublikowano zwycięskie artykuły. We wrześniu 2012 r. ogłoszono II edycję konkursu, którego rozstrzygnięcie nastąpi w II kwartale 2013 r.

b) Konkursy promocyjne realizowane przez IZ PO i IZ RPO (wybrane konkursy)

W 2012 r. IZ PO i IZ RPO zorganizowały konkursy promujące zarówno ideę integracji europejskiej, jak i efekty wdrażania FE. Były to m.in. następujące inicjatywy:

• IZ POIG: Konkurs dla beneficjentów „Siła promocji – Siła projektów”

Instytucja Zarządzająca PO IG zorganizowała i przeprowadziła ogólnopolski konkurs „Siła promocji – Siła projektów” na najlepszą promocję projektów PO IG. Jego celem było zwrócenie uwagi beneficjentów Funduszy Europejskich na rolę narzędzi promocyjnych w realizacji przedsięwzięć i osiągnięciu sukcesu. Otrzymane zgłoszenia zostały przeanalizowane przez kapitułę konkursu, w skład której weszli przedstawiciele systemu wdrażania PO IG, ekspert ds. public relations oraz przedstawiciel magazynu „Brief”, który objął patronat medialny nad wydarzeniem. Ocenione zostały: skuteczność i trwałość działań informacyjno-promocyjnych, poprawność merytoryczna i język komunikatów, pomysłowość zastosowanych form promocji, kreacja, sposób wyeksponowania znaku PO IG i UE oraz zasięg i efektywność dotarcia. Laureaci zostali nagrodzeni podczas konferencji „Marketing projektów”, zorganizowanej 6 grudnia 2012 r. w Domu Dziennikarza w Warszawie. W związku z konkursem wydana została broszura „Siła promocji – siła projektu. Dobre praktyki w promocji projektów PO IG”, na której kartach zaprezentowano wyróżnionych beneficjentów oraz rady ekspertów dotyczące promocji przedsięwzięć realizowanych z dofinansowaniem unijnym.

• IZ POiŚ: konkurs „Uchwyć Moc Efektów POiŚ”

„Uchwyć Moc Efektów” to nazwa konkursu internetowego zorganizowanego na początku 2012 roku w całej Polsce. Konkurs skierowany był do osób młodych, w wieku 16-25 lat. Jego celem było zmotywowanie młodzieży do zapoznania się z projektami realizowanymi z Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko. Osoby biorące udział w konkursie miały za zadanie nakręcić telefonem komórkowym, aparatem fotograficznym lub kamerą, w dowolnej technice, krótki filmik pokazujący efekty wykorzystania środków unijnych w Programie Operacyjnym Infrastruktura i Środowisko.

Specjalnie przygotowaną na potrzeby konkursu stroną odwiedziło blisko 60 tys. osób. Strona pozwalała przeglądać, oceniać, komentować i zgłaszać nowe filmy do konkursu. W ciągu 3 tygodni trwania konkursu zgłoszono do niego 60 filmów prezentujących projekty ze wszystkich realizowanych w ramach Programu sektorów (energetyka, transport, środowisko, szkolnictwo wyższe, kultura, zdrowie). Uroczysta gala

wręczenia nagród odbyła się 2 kwietnia 2012 r. Nagrodzone w konkursie filmy można obejrzeć na konkursowej stronie internetowej www.moceftow.pois.gov.pl.

- **IP POKL Województwa Łódzkiego: konkurs promocyjny pn. „Dzień inny niż wszystkie”**

Konkurs organizowany był pod hasłem „Dzień inny niż wszystkie” i adresowany został w szczególności do tych mieszkańców województwa łódzkiego, którzy mają zacięcie reporterskie, potrafią trafnie opisać i/lub zilustrować otaczającą rzeczywistość oraz mają styczność z projektami unijnymi. Przedmiotem konkursu był reportaż, który przedstawiał jeden dzień z życia projektu dofinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Priorytetu VI lub VII Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Dopuszczalne formy reportażu: reportaż literacki, reportaż w formie komiksu, reportaż filmowy, fotoreportaż. Uroczyste rozdanie nagród dla autorów trzech najciekawszych prac miało miejsce 23 listopada 2012 r. podczas regionalnej konferencji pn. „Łódzki Kapitał Ludzki dla wszystkich - od juniora do seniora. Dobre praktyki w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki”. Więcej o konkursie na stronie internetowej: <http://www.pokl.wup.lodz.pl/index.php/konkursy>

- **IZ RPO Województwa Kujawsko-Pomorskiego: konkurs „Fundusze europejskie w kadrze”**

Konkurs został zorganizowany w dniach 29 listopada - 1 grudnia w ramach XX edycji Międzynarodowego Festiwalu Sztuki Autorów Zdjęć Filmowych PLUS CAMERIMAGE 2012. Celem konkursu była ocena i wyłonienie najlepszej produkcji audiowizualnej promującej Fundusze Europejskie. Nadesłane zgłoszenia zostały ocenione przez jury, w skład którego weszli profesjonalisci z branży reklamy i marketingu. Nagrodę zwycięzcom wręczył wicemarszałek województwa kujawsko-pomorskiego, podczas uroczystej Gali zamykającej Festiwal 1 grudnia. Ponadto uczestnicy konkursu mieli również możliwość wziąć udział w twórczych pokazach i prezentacjach. W trakcie przedsięwzięcia promowano program m.in. poprzez ologowane plakaty promujące konkurs, umieszczenie informacji o konkursie na stronie internetowej Festiwalu, a także poprzez przesłanie informacji do mediów ogólnopolskich i lokalnych.

- **IZ RPO Województwa Świętokrzyskiego: konkurs „Euroświętokrzyskie – nowa rzeczywistość”**

Konkurs skierowany był do młodzieży gimnazjalnej. Celem konkursu była popularyzacja integracji europejskiej oraz upowszechnienie wiedzy o korzystnych zmianach zachodzących w świętokrzyskich miastach i gminach dzięki wsparciu z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013 (RPOWŚ) a także rozwijanie wśród młodzieży gimnazjalnej umiejętności poszukiwania informacji i prezentowania swojej wiedzy. Prace konkursowe w sposób oryginalny i interesujący pokazały jakie zmiany zaszły w województwie świętokrzyskim, w życiu młodych ludzi oraz w ich otoczeniu, dzięki RPO WŚ. Zakres tematyczny prac obejmował projekty dofinansowane w ramach RPO WŚ zrealizowane przez jednostki samorządu bądź przedsiębiorców. Prace konkursowe miały formę: prezentacji multimedialnej, filmu (maksymalny czas trwania – 5 minut), nakręconego przy pomocy kamery, aparatu fotograficznego lub telefonu komórkowego. Prace konkursowe były pracami zbiorowymi uczniów danej szkoły. Uroczyste wręczenie nagród (tablic multimedialnych) laureatom konkursu odbyło się w październiku 2012 r.

6. DZIAŁALNOŚĆ WYDAWNICZA

W 2012 r. IK NSRO opublikowała:

Biuletyn „Fundusze Europejskie w Polsce” - jest ciekawym źródłem bieżących informacji na temat efektów wdrażania Polityki Spójności w Polsce. Przekazuje informacje horyzontalne, pokazując zarówno szerokie możliwości, jakie stwarzają Fundusze Europejskie, jak i korzyści dla obywateli i społeczeństwa płynące z ich wykorzystania. Biuletyn dociera z informacją na temat Funduszy Europejskich do szerokiego grona odbiorców, w tym m.in. do beneficjentów i potencjalnych beneficjentów.

Tematyką czterech numerów wydanych przez Ministerstwo w roku 2012 były efekty realizacji projektów wspierających rozwój przedsiębiorczości, służących poprawie życia polskiej rodziny, wspierających rozwój miast oraz wspierających nowoczesne miejsca pracy.

Pozostałe publikacje:

- Opublikowano cykl sześciu broszur tematycznych: *Dbamy o środowisko, Społeczeństwo ludzi aktywnych, Zdrowe społeczeństwo, Społeczeństwo uczące się, Innowacyjne pomysły, Budujące Inwestycje;*

- W ramach konsultacji regionalnych wydano także broszury dotyczące programowania nowej perspektywy: Założenia Umowy Partnerstwa, Lista najważniejszych zmian w pakiecie legislacyjnym polityki spójności na lata 2014-2020 r. ;
- Ministerstwo jest również wydawcą piątej edycji atrakcyjnego albumu „Polska pięknieje - 7 cudów Funduszy Europejskich”;
- Przygotowano także folder informacyjny o laureatach konkursu Eurolider – „Euroliderzy - ludzie zakręceni funduszowo”;
- Ciekawą pozycją wydawniczą był przewodnik turystyczny „Śladem Funduszy Europejskich”, który cieszył się ogromnym zainteresowaniem podczas wydarzeń organizowanych przez resort.
- Jak co roku, ukazały się również sprawozdania z realizacji NSS oraz NPR.

Publikacje MRR były dystrybuowane w trakcie różnorodnych eventów (np. Pikniki letnie), seminariów, konferencji (np. Konsultacje regionalne Założeń Umowy Partnerstwa), poprzez sieć punktów informacyjnych, a także były wysyłane do bezpośrednio zainteresowanych osób i podmiotów. Większość publikacji dostępna jest w wersji elektronicznej na stronach internetowych Ministerstwa.

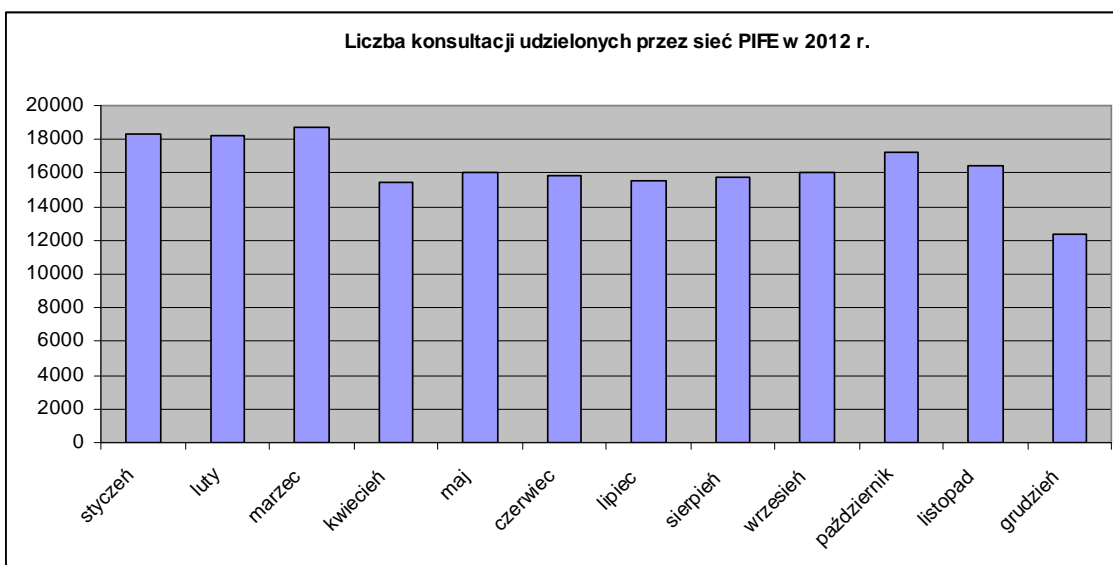
INFORMACJA

Działania w ramach Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich

Ministerstwo Rozwoju Regionalnego we współpracy z urzędami marszałkowskimi prowadzi ogólnopolską sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich (PIFE). W 2012 r. Sieć PIFE liczyła **109** punktów, w tym: Centralny Punkt Informacyjny w Warszawie, 16 Głównych Punktów Informacyjnych w stolicach regionów, 90 Lokalnych Punktów Informacyjnych na poziomie powiatów, Branżowy Punkt Informacyjny przy Polskiej Agencji Informacji i Inwestycji Zagranicznych oraz Punkt Informacyjny Funduszy Europejskich w Katowicach².

W 2012 roku ponad **250** konsultantów pomogło w **198 104** sprawach dotyczących FE. Największa liczba pytań trafiała do punktów telefonicznie – **118 077**. Ponadto, pracownicy PIFE udzielili: **61 607** konsultacji osobistych oraz **18 420** odpowiedzi na pytania zadane poprzez e-mail. W 2012 roku w miejscowościach, w których nie ma siedziby stałych Punktów Informacyjnych FE, we współpracy z samorządami lokalnymi, zorganizowano ponad **1 960 Mobilnych Punktów Informacyjnych**. Działalność Mobilnych Punktów polega na wizytach konsultantów w mniejszych miejscowościach województwa i udzielaniu konsultacji z zakresu FE w terenie. W 2012 r. z usług Mobilnych Punktów Informacyjnych skorzystało blisko **11 117** osób. Najaktywniejsi w poszukiwaniu informacji o FE byli mieszkańcy województwa pomorskiego (31 954 spraw dot. FE) oraz mazowieckiego (26 859 spraw dot. FE).

² PIFE Katowice – działał do 31 sierpnia 2012 r.



Wykres 1. Liczba konsultacji udzielonych przez sieć PIFE w 2012 r.

Pracownicy Sieci PIFE przeprowadzili także **1 439** spotkań informacyjnych i seminariów, w których wzięło udział **25 205** osób. Ponadto konsultanci zorganizowali **1 856** lekcji europejskich skierowanych do dzieci i młodzieży.

Wraz z postępowaniem procesu wdrażania FE z perspektywy finansowej na lata 2007-2013, zmniejsza się liczba nowo ogłaszanych konkursów, a tym samym następuje naturalny spadek popytu na informację o możliwościach uzyskania dotacji. W związku z powyższym zakres usług PIFE został w 2011 r. rozszerzony o **pomoc beneficjentom w rozliczaniu dotacji**. Beneficjenci mający pytania związane z rozliczaniem uzyskanej dotacji otrzymują informacje o etapach, procedurach, wymaganych dokumentach i terminach związanych z procesem rozliczania projektu. Z tej usługi w 2012 r. skorzystało ponad 10 000 osób.

EDUKACJA

a) działania edukacyjne, networkingowe i ambientowe organizowane przez IK NSRO

Szkolenia z rozliczeń dla beneficjentów Funduszy Europejskich - w 2012 roku zorganizowano i przeprowadzono 13 szkoleń z rozliczania projektów miękkich i inwestycyjnych, współfinansowanych z Funduszy Europejskich, w ramach następujących programów operacyjnych:

- Kapitał Ludzki,
- Innowacyjna Gospodarka,
- Rozwój Polski Wschodniej,
- 13 Regionalnych Programów Operacyjnych: kujawsko-pomorskiego, lubelskiego, lubuskiego, łódzkiego, małopolskiego, opolskiego, podkarpackiego, podlaskiego, śląskiego, świętokrzyskiego, warmińsko-mazurskiego, wielkopolskiego, zachodniopomorskiego.

Dwudniowe szkolenia odbywały się w terminie od 17 stycznia do 28 lutego 2012 r. w 13 miastach Polski. W ramach zamówienia przeszkolono łącznie 780 osób z jednostek samorządu terytorialnego, organizacji pozarządowych oraz mikro, małych i średnich przedsiębiorstw.

W ramach szkolenia uczestnicy zdobyli wiedzę teoretyczną i praktyczną w zakresie rozliczenia projektów miękkich i inwestycyjnych współfinansowanych z Funduszy Europejskich. Ćwiczenia praktyczne odbywały się na Generatorze Wniosków Płatniczych. Problematyczne kwestie związane z rozliczaniem projektów, bądź wątpliwości, które pojawiły się podczas szkolenia, uczestnicy mogli rozwiązać korzystając z indywidualnych konsultacji z trenerem, które odbywały się podczas dwóch dni szkoleniowych.

Seminaria horyzontalne dla instytucji sytemu Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia - w okresie od czerwca do lipca 2012 roku IK NSRO zorganizowała cykl czterech dwudniowych szkoleń

horyzontalnych poświęconych zasadom funkcjonowania i realizacji zadań instytucji uczestniczących w systemie NSRO skierowanych do nowozatrudnionych pracowników ww. instytucji. Celem seminariów było podniesienie poziomu wiedzy pracowników rozpoczynających pracę w instytucjach związanych z zarządzaniem i wdrażaniem programów finansowanych z Funduszy Europejskich w okresie finansowania 2007-2013 oraz dostarczenie im informacji niezbędnych do efektywnej realizacji zadań wynikających z uczestnictwa instytucji w systemie NSRO. Ponadto, jednym z celów dodatkowych szkoleń horyzontalnych było przekazanie nowozatrudnionym pracownikom podstawowych informacji dotyczących zmian związanych z funkcjonowaniem systemu w nowym okresie programowania tj.: w latach 2014-2020.

Szkolenia były zorganizowane w pięciu dedykowanych blokach tematycznych poprzedzonych przekazaniem uczestnikom wiedzy ogólnej na temat polityki spójności Unii Europejskiej oraz Funduszy Europejskich ze szczególnym uwzględnieniem systemu instytucjonalnego, a także perspektywy rozwoju polityki spójności i nowej perspektywy finansowej 2014-2020.

Bloki tematyczne dotyczyły następujących zagadnień:

- Kwestie finansowo-księgowe,
- Procedury realizacji projektów,
- Audyt, kontrola i nieprawidłowości,
- Ewaluacja, sprawozdawczość i monitoring,
- Informacja, promocja i pomoc techniczna.

W ramach seminariów przeszkolono łącznie 328 osób. Wszystkie seminaria odbyły się w Warszawie.

Seminarium dla dziennikarzy „Piszemy o Funduszach Europejskich” – w listopadzie 2012 r. zorganizowano kolejną edycję dwudniowego seminarium dla około 30 dziennikarzy reprezentujących prasę lokalną i regionalną z całej Polski. Seminarium jest elementem uzupełniającym do konkursu dla dziennikarzy „Fundusze Europejskie – Rejestruj zmiany”.

Fundusze dla Polski 3 – Interaktywna Mapa Przemian (IMP) - Projekt był kolejną akcją informacyjną Fundacji THINK! skierowaną do młodzieży szkolnej oraz nauczycieli. Wzięło w niej udział ok. 250 szkół z całej Polski. Istotą akcji było opracowanie rozbudowanego pakietu edukacyjnego o Funduszach Europejskich, który składa się z: oprogramowania na tablice interaktywne, scenariuszy lekcji, e-przewodnika dla uczniów, quizów on-line oraz webquestów (metody dydaktycznej kształtującej umiejętność wyszukiwania, selekcjonowania, krytycznej analizy i syntezy informacji z różnych źródeł). Zainteresowane szkoły miały nie tylko możliwość skorzystania z materiałów dydaktycznych, ale także włączyły się w akcję poprzez organizację Dni Funduszy Europejskich lub udział w konkursach dla uczniów. Okres realizacji projektu: kwiecień – grudzień 2012 r.

„FUNdusze na kulturę” - w ramach projektu prowadzone były akcje informacyjno-promocyjne mające na celu rozpropagowanie wiedzy o FE ze szczególnym uwzględnieniem tych przeznaczonych na kulturę. Akcja opierała się na działaniach ambientowych oraz spotkaniach networkingowych dla osób zainteresowanych FE. Była ona prowadzona w sześciu miastach Polski: Szczecinie, Gdańsku, Łodzi, Warszawie, Katowicach i Wrocławiu. Niestandardowymi formami promocji były dystrybuowane w pociągach PKP TLK koperty POKA POKA zawierające mapy miast („Trasa Kulturalna”) ze wskazaniem atrakcyjnych miejsc, które powstały bądź przeszły renowację dzięki FE. Ponadto powstały instalacje artystyczne w miejscach współfinansowanych z FE. Okres realizacji projektu: czerwiec – październik 2012 r.

„Warto wiedzieć, że ... - Fundusze Europejskie wokół nas” - projekt polegał na prowadzeniu akcji w miejscach realizacji projektów dofinansowanych z FE i objął 12 wydarzeń o charakterze happeningowym. Często były one powiązane z innymi lokalnymi imprezami artystycznymi (np. przeglądami teatrów ulicznych itp.). Wydarzenia były organizowane w okresie od czerwca do września 2012 r. na terenie sześciu województw: mazowieckiego, wielkopolskiego, małopolskiego, pomorskiego, podlaskiego i lubelskiego. Głównym elementem happeningów były spektakle teatru ulicznego oraz gry i zabawy edukacyjne dla dzieci, młodzieży i dorosłych. Akcje podkreślały wpływ Funduszy Europejskich na kulturę, edukację, naukę i turystykę.

Akcja "Fundusze Europejskie w drodze do szkoły" we współpracy z Komendą Główną Policji - w okresie styczeń – luty 2012 r. rozpoczęto akcję polegającą na przeprowadzeniu ogólnopolskiego konkursu

plastycznego dla uczniów klas I-III szkół podstawowych. W pierwszym etapie działania przedstawiciele Ministerstwa Rozwoju Regionalnego wraz z policjantami z komend wojewódzkich policji wyłonili 16 szkół – zwycięzców konkursu plastycznego. Drugi etap akcji polegał na przeprowadzeniu w 16 zwycięskich szkołach lekcji na temat Funduszy Europejskich w kontekście bezpieczeństwa w ruchu drogowym. W całej Polsce ogółem uczestniczyło w nich 616 uczniów z klas I-III szkół podstawowych. Do konkursu zgłoszono łącznie 1171 prac. Poza wiedzą na temat Funduszy Europejskich i przepisów ruchu drogowego, wszystkie dzieci otrzymały zestawy odblaskowe oraz książkę pn. „Niezwykłe przygody Maks Europejskiego”. Natomiast szkoły, które zajęły pierwsze miejsca w poszczególnych województwach, otrzymały nowoczesne tablice interaktywne. Ponadto grupy, które zajęły odpowiednio drugie i trzecie miejsce, dostały upominki odblaskowe, które zostały przesłane pocztą na adres szkoły.

b) działania edukacyjne organizowane przez IZ PO i IZ RPO (wybrane inicjatywy)

- **IZ POIG** – zorganizowano szkolenia specjalistyczne m.in. z zakresu zarządzania projektami, prawa zamówień publicznych, ochrony własności intelektualnej, zasad naboru wniosków, obowiązków beneficjentów w okresie trwałości projektów, zasad rozliczania projektów oraz przygotowywania wniosków o płatność, zasad zarządzania procesem komercjalizacji prac badawczych, a także testowania systemów (szkolenie dla beneficjentów 7 osi priorytetowej PO IG).
- **IZ POLIŚ** - w 2012 roku zorganizowano szkolenia dla instytucji w systemie POLIŚ w zakresie: Wytycznych do korygowania wydatków nieprawidłowo poniesionych – podsumowanie konsultacji zewnętrznych, Prowadzenia skutecznej kampanii informacyjno-promocyjnej w radiu, telewizji, prasie i internecie, Zielonych zamówień i klauzul społecznych w zamówieniach publicznych, Realizacji badań ewaluacyjnych w ramach Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2007-2013, Kwalifikowalności wydatków w ramach, Procedury odwoławczej w ramach POLIŚ.

IZ RPO Województwa Lubelskiego

W 2012 r. IZ RPO WL przeprowadziła 7 szkoleń: 1- Zamówienia publiczne na roboty budowlane – procedura udzielania zamówień w praktyce; 2- Realizacja i rozliczanie inwestycji drogowych w świetle obowiązujących przepisów; 3- Szkolenie dla potencjalnych beneficjentów Działania 6.2 Energia przyjazna środowisku w ramach RPO WL; 4- Cykl szkoleń z zakresu wypełniania obowiązków informacyjno-promocyjnych dla Beneficjentów RPO WL; 5- Kontrola projektów w ramach RPO WL; 6- Udzielanie zamówień publicznych współfinansowanych ze środków UE – najczęstsze nieprawidłowości związane ze stosowaniem PZP przez beneficjentów; 7- Praktyczne aspekty procedury OOS – dobre i złe przykłady II edycja. Łącznie przeszkolonych zostało 673 osoby, w tym 331 kobiet i 342 mężczyzn.

IZ RPO Województwa Warmińsko-Mazurskiego

IP RPO WiM w okresie sprawozdawczym zorganizowała cztery spotkania informacyjne, które adresowane były do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów osi priorytetowej VI „Środowisko przyrodnicze”. Tematem pierwszego spotkania było przedstawienie możliwości finansowania inwestycji z zakresu odnawialnych źródeł energii (OZE).

Kolejne spotkanie informacyjne związane było z planowanym konkursem w ramach poddziałania 6.1.1 Gospodarka odpadami i ochrona powierzchni ziemi. Podczas spotkania zaprezentowano szczegółowe zasady naboru wniosków oraz wymogi konkursu związanego z rekultywacją składowisk odpadów. Grupa docelowa – beneficjenci/potencjalni beneficjenci.

Trzecie spotkanie związane było z poddziałaniem 6.1.2 czyli z gospodarką wodno-ściekową.

Tematem ostatniego czwartego spotkania było „Wykorzystanie odnawialnych źródeł energii w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Warmia i Mazury na lata 2007-2013” .

DZIAŁANIA INTERNETOWE

a) Prowadzenie serwisów internetowych poświęconych FE przez IK NSRO

- **Portal www.funduszeuropejskie.gov.pl** w 2012 r. odwiedziło łącznie 4 457 537 osób. Najczęściej odwiedzaną stroną w ramach Portalu FE był „Poradnik Beneficjenta” (134 456 odwiedzin). Poniższa tabela prezentuje liczbę osób, które odwiedzały poszczególne serwisy w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2012 r

Tabela 2 Liczbę osób odwiedzających poszczególne serwisy w okresie od 1 stycznia do 31 grudnia 2012 r

Serwis	Liczba odwiedzin w 2012 r.
www.funduszeuropejskie.gov.pl	1 618 589
www.ewt.gov.pl	76 987
www.pois.gov.pl	348 406
www.efs.gov.pl	1 710 763
www.poig.gov.pl	460 270
www.polskawschodnia.gov.pl	177 771
www.popt.gov.pl	64 751
Razem	4 457 537

W 2012 roku newsletter serwisów MRR docierał do ponad 21 tysięcy subskrybentów.

- **Mapa Dotacji UE** - serwis Mapa Dotacji UE – www.mapadotacji.gov.pl zawierający wykaz 166 976 projektów realizowanych w ramach NPR oraz NSRO odwiedziło **70 300** osób (stan na grudzień 2012 r.). Ponadto rozpoczęły się prace nad przebudową serwisu, nowa odsłona Mapy Dotacji UE planowana jest na marzec 2013 r.
- **Transmisje internetowe** - w celu zwiększenia dostępu do najbardziej aktualnych informacji i wydarzeń związanych z FE, w 2012 r. przeprowadzono 23 transmisji on-line – „na żywo” z najważniejszych wydarzeń.
- **Baza Wiedzy o Funduszach Europejskich** - w ramach rozwoju tego systemu udostępniono oddzielne kategorie filtra dla nowych grup użytkowników. Na koniec grudnia 2012 r. w Bazie Wiedzy było zarejestrowanych 7 290 kont użytkowników. Dodatkowo w 2012 r. rozpoczęły się prace nad przygotowaniem architektury i grafiki nowej Bazy Wiedzy, która ma odpowiedzieć na potrzeby użytkowników, być bardziej ergonomiczna i służyć w okresie 2014-2020.
- **Fundusze Europejskie w mediach społecznościowych** - od października 2012 r. FE obecne są aktywnie na wielu portalach społecznościowych (działania na kanale filmowym na YouTube wymienione zostały osobno). Celem tych działań jest ukazanie efektów i korzyści, jakie czerpią Polacy – w tym przede wszystkim młodzi ludzie – z wykorzystywania przez Polskę FE. Akcja kierowana jest głównie do młodzieży i dorosłych, do 35 roku życia, którzy aktywnie korzystają z Internetu. Działania są prowadzone na największych portalach społecznościowych: Facebook, NK.pl, Twitter, Google+ czy Pinterest. Przykładowo profil FE na Facebooku miał w 2012 r. ok. 2000 fanów.
- **Kanał w serwisie Youtube** - w 2012 r. na kanale FE umieszczonych było 784 filmów dotyczących FE, podzielonych na 64 playlisty tematyczne. W 2012 r. odnotowano 195 083 wyświetlenia filmów. Najczęściej oglądanym filmem był spot reklamowy pt. „Widziałeś Yeti? A coś jeszcze?”, zrealizowany w ramach kampanii promującej FE „Każdy korzysta, nie każdy widzi”, który został wyświetlony ponad 69 311 razy.
- **Forum internetowe o Funduszach Europejskich** - pod adresem www.forum.funduszeuropejskie.gov.pl w 2012 r. dostępne było narzędzie umożliwiające komentowanie wydarzeń dotyczących FE. Na koniec 2012 r. zarejestrowanych było 1064 użytkowników.
- **Portal Euroman.gov.pl** – w 2012 r. pod adresem www.euroman.gov.pl dostępny był portal edukacyjny dla dzieci i młodzieży szkolnej w wieku 6-17 lat, poświęcony propagowaniu informacji o FE i mający na celu ułatwienie i zachęcenie dzieci i młodzieży do zdobywania informacji na ten temat. W ramach portalu w 2012 r. został przeprowadzony konkurs: „Stwórz MiniProjekt”, w którym wzięty udział 143 osoby. Przez cały rok www.euroman.gov.pl odwiedziło 32 556 Internautów.

b) serwisy internetowe poświęcone programom krajowym i regionalnym

Wszystkie IZ PO i RPO prowadziły i na bieżąco aktualizowały serwisy internetowe poświęcone swoim programom. Zgodnie z zapisami Wytycznych Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji, na stronach tych zamieszczane były m.in. dokumenty programowe i akty prawne z rejestrem zmian, wzory dokumentów wraz z instrukcjami do ich wypełniania, informacje na temat programów, o planowanych konkursach, harmonogramy naboru wniosków, wszystkie informacje o naborach wniosków,

sprawozdania z realizacji programu, czy informacje na temat dostępnych jeszcze w ramach programu środków.

d) Lista beneficjentów Funduszy Europejskich

Na Portalu Funduszy Europejskich w zakładce Nabory Wniosków > Lista beneficjentów pod adresem www.funduszeuropejskie.gov.pl/NaborWnioskow/Strony/Naborwnioskow.aspx#zakladka=4&strona=1 publikowana i aktualizowana jest raz na kwartał Lista beneficjentów Funduszy Europejskich. Ponadto w serwisach poszczególnych krajowych i regionalnych programów operacyjnych publikowane są listy beneficjentów obejmujące projekty realizowane w ramach danego programu.

WYMIANA DOŚWIADCZEŃ

W 2012 roku Ministerstwo Rozwoju Regionalnego zorganizowało w Warszawie **spotkanie grupy INFORM** (Grupa Robocza ds. Informacji i Promocji INFORM, działająca przy Dyrekcji Generalnej Komisji Europejskiej ds. Polityki Regionalnej), które dotyczyło m.in. zapisów projektu rozporządzenia ogólnego dotyczącego polityki spójności na lata 2014 – 2020, związanych z informacją i promocją.

Ponadto, zorganizowano następujące **spotkania Grupy Sterującej ds. Informacji i Promocji Funduszy Europejskich**:

1. Seminarium konsultacyjnego z zakresu uwarunkowań prawnych współpracy z mediami w celu promocji Funduszy Europejskich. Spotkanie odbyło się w dniach 16-17 kwietnia 2012 r., wzięło w nim udział 60 osób.
2. Szkolenie z zakresu planowania i realizacji kampanii reklamowych w mediach. Spotkanie odbyło się w Krakowie w dniach 11-13 lipca 2012 r. i wzięło w nim udział 5 osób.
3. Dwudniowe szkolenie z zakresu planowania i realizacji kampanii reklamowych w mediach ze szczególnym uwzględnieniem Internetu. Szkolenie odbyło się w dniach 6-7 listopada 2012 r. z udziałem 44 osób.
4. Dwudniowy warsztat, w trakcie którego przeprowadzona została ocena słabych i mocnych stron systemu informacji i promocji Funduszy Europejskich na lata 2007-2013. Celem warsztatu było wypracowanie najlepszych rozwiązań w zakresie komunikacji na lata 2014-2020. Warsztat miał miejsce w dniach 22 - 23 listopada 2012 r. i wzięły w nim udział 34 osoby.

WSPÓŁPRACA Z PARTNERAMI SPOŁECZNO- GOSPODARCZYMI

Zgodnie z zapisami art. 5 ust. 3 Rozporządzenia Komisji WE 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 r., IK NSRO oraz instytucje zarządzające krajowymi i regionalnymi programami operacyjnymi, prowadząc działania promocyjne, informacyjne i szkoleniowe współpracowały z partnerami społeczno - gospodarczymi, organizacjami pozarządowymi oraz przedstawicielstwem KE w Polsce.

Z działań prowadzonych przez IK NSRO z podmiotami wymienionymi w artykule 5 rozporządzenia, można wymienić poniższe inicjatywy:

Współpraca w ramach „Konkursu dotacji na promocję Funduszy Europejskich”

W 2012 r. zorganizowano i przeprowadzono kolejną edycję „Konkursu dotacji na promocję Funduszy Europejskich” przeznaczony dla mediów i partnerów społeczno-gospodarczych. Należy podkreślić niesłabnące wysokie zainteresowanie organizacji pozarządowych w tym konkursie.

W 2012 r. 51 spośród 143 złożonych do konkursu wniosków stanowiły wnioski złożone przez organizacje pozarządowe i partnerów społeczno-gospodarczych, z czego wybrano 3 projekty realizowane przez organizacje pozarządowe i dofinansowano je na kwotę 784 547 zł. Informacje o wynikach konkursu są w rozdziale PROMOCJA, pkt 3. Konkurs dotacji na promocję Funduszy Europejskich niniejszego sprawozdania.

Krajowa Sieć Tematyczna ds. Partnerstwa (KSTP)

W ramach Krajowej Sieci Tematycznej ds. Partnerstwa odbyły się następujące spotkania:

1. W dniach 22-23.02.2012 roku we Wrocławiu odbyło się **VI spotkanie regionalne** Krajowej Sieci Tematycznej ds. Partnerstwa, które zostało objęte honorowym patronatem Marszałka Województwa Dolnośląskiego Rafała Jurkowiaka.
2. W dniach 18-19.04.2012 roku w Katowicach odbyło się **VII spotkanie regionalne** Krajowej Sieci Tematycznej ds. Partnerstwa, które zostało objęte honorowym patronatem Marszałka Województwa Śląskiego – Pana Adama Matusiewicza. Spotkanie poświęcone było ewaluacji jako narzędzia polityki rozwoju oraz praktycznych aspektów ewaluacji dla KM RPO i PO KL.
3. W dniu 12 września 2012 roku w ramach jednego z posiedzeń Krajowego Forum Terytorialnego odbyła się kolejna **konferencja Krajowej Sieci Tematycznej ds. Partnerstwa**. Celem posiedzenia była wymiana doświadczeń i opinii związanych z poszukiwaniem rozwiązań zwiększających rolę zasady partnerstwa zarówno na poziomie zarządzania strategiami rozwoju kraju, jak i regionów, dotyczących monitorowania systemu wdrażania, jak również związanych z tworzeniem partnerskich podstaw rozwoju lokalnego.
4. W dniach 19-20 września w Bydgoszczy odbyło się **VIII spotkanie regionalne** Krajowej Sieci Tematycznej ds. Partnerstwa, które zostało objęte honorowym patronatem Marszałka Województwa Kujawsko-Pomorskiego – Pana Piotra Całbeckiego. Spotkanie zostało poświęcone propozycjom sposobów wyboru projektów w przyszłym okresie programowania.
5. W dniach 21-22 listopada w Olsztynie odbyło się **IX spotkanie regionalne** Krajowej Sieci Tematycznej ds. Partnerstwa. Tematem spotkania było określenie co zrobić, aby organizacje pozarządowe wzięły realny udział we współtworzeniu strategii rozwoju oraz jaka jest w tym rola ich reprezentacji.
6. 17 grudnia 2012 roku podczas XII posiedzenia Komitetu Koordynacyjnego Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia miało miejsce wręczenie nagród dla laureatów **Konkursu na najbardziej partnerski komitet/podkomitet monitorujący w 2011 roku**. Organizatorem Konkursu była Krajowa Sieć Tematyczna ds. Partnerstwa wraz z Ministerstwem Rozwoju Regionalnego w ramach Grupy roboczej ds. społeczeństwa obywatelskiego. Celem konkursu była identyfikacja i upowszechnianie najlepszych praktyk we wdrażaniu zasady partnerstwa przez komitety monitorujące krajowe oraz regionalne programy operacyjne. Honorowy tytuł Najbardziej Partnerskiego Komitetu Monitorującego roku 2011 zdobył Komitet Monitorujący Regionalny Program Operacyjny Województwa Opolskiego.

Ponadto zostały wydane 3 numery biuletynu „PARTNERSTWO”, które dostępne są w wersji elektronicznej na Bazie Wiedzy.

Współpraca z partnerami społeczno – gospodarczymi

W 2012 roku odbyły się 3 nabory w ramach procedury współorganizacji przez IK NSRO ds. informacji i promocji FE wydarzeń informacyjnych organizowanych przez partnerów społecznych i gospodarczych, jednostki samorządu terytorialnego oraz środowiska opiniotwórcze. Komisja oceniła 29 wniosków, spośród których do współpracy zaproszono 15 poniższych instytucji:

1. Fundacja Centrum Analiz Transportowych i Infrastrukturalnych
2. Fundacja Ekologiczna ARKA
3. Fundacja Instytut Studiów Wschodnich
4. Fundacja Promocji Inicjatyw Społecznych POLPROM
5. Fundacja Studenckie Forum Business Centre Club
6. Gmina Miasto Puławy
7. Gmina Miasto Świdnica
8. Gmina Miejska Dzierżoniów
9. Polskie Stowarzyszenie Doradcze i Konsultingowe w Białymstoku
10. Stowarzyszenie Techniczne Odlewników Polskich
11. Telewizja Religia
12. Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu
13. Uniwersytet Przyrodniczo – Humanistyczny w Siedlcach

14. Urząd Marszałkowski Województwa Opolskiego

15. Zachodnia Izba Gospodarcza

Realizowane zadania polegały na zorganizowaniu konferencji i innych wydarzeń tematycznie związanych z promocją Funduszy Europejskich.

EWALUACJA

a) badania przeprowadzone przez IK NSRO

W celu pomiaru efektywności i skuteczności działań komunikacyjnych na temat Funduszy Europejskich w 2012 roku, przeprowadzono siedem badań ewaluacyjnych, w tym cztery o charakterze strategicznym oraz trzy o charakterze operacyjnym.

W zakresie badań **strategicznych** przeprowadzono:

1. *„Badanie skuteczności działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2012”* – realizowane od grudnia 2012 r. i zakończone w lutym 2013 r. Badanie wykonane zostało na reprezentatywnej próbie 1600 mieszkańców Polski. Badanie wykazało, że znaczna większość Polaków dostrzega zmiany, jakie zaszły w Polsce po wstąpieniu do Unii Europejskiej. Najbardziej widoczne są zmiany na poziomie kraju, zaś najmniej – w codziennym życiu. Utrzymuje się stosunkowo wysoki poziom znajomości terminu „Fundusze Europejskie” (89%, przy czym 56% wie, co ten termin oznacza). Większość mieszkańców Polski dostrzega rolę FE w rozwoju kraju (83%) oraz ich wpływ na jakość życia Polaków (68%). Rośnie odsetek osób, które uważają, że ilość informacji o FE jest optymalna, jak również tych, które uważają, że informacje na temat FE są zrozumiałe.

Nadal podstawowym źródłem informacji o FE jest telewizja. Medium to w kontekście pozyskiwania informacji jest również kanałem preferowanym. Z roku na rok maleje rola gazet codziennych i tygodników, jednocześnie rośnie rola Internetu.

2. *„Audyty, obejmujący monitoring i analizę dyskusji w mediach społecznościowych na temat Funduszy Europejskich”* – badanie przeprowadzone w czerwcu i lipcu 2012 roku. Wyniki badania pokazały, że Fundusze i programy angażują przede wszystkim internautów już obecnie zainteresowanych polityką lub środowiskiem lokalnym. Pozostali internauci nie mają poczucia, że inwestycje wspierane przez FE (oprócz organizowanych szkoleń) mają bezpośredni wpływ na ich codzienne życie, a zatem trudno jest od nich oczekiwać, aby angażowali się w tę tematykę.
3. *„Badanie stron internetowych instytucji tworzących system wdrażania Funduszy Europejskich w Polsce”* – badanie przeprowadzone w okresie lipiec-październik 2012 r. Wyniki badania wykazały na badanych stronach pewne braki w stosowaniu zapisów Wytycznych Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji lub niefunkcjonalności w zakresie użyteczności. Badanie posłużyło również sformułowaniu dodatkowych zaleceń, mających ułatwić korzystanie ze stron. Ponadto, wnioski z badania posłużyły również do planowania budowy systemu informacji internetowej w perspektywie programowania w latach 2014-2020.
4. *„Metaewaluacja wyników dotychczasowych badań ewaluacyjnych i innych (wniosków i rekomendacji) dotyczących informacji i promocji Funduszy Europejskich i poszczególnych programów operacyjnych”* – badanie rozpoczęte w grudniu 2012 r. i planowane do zakończenia w marcu 2013 r. Badanie jest kluczowe w procesie programowania działań informacyjno-promocyjnych w perspektywie 2014-2020.

W zakresie badań **operacyjnych** przeprowadzono:

1. *„Badanie ilościowe techniką CAWI na próbie użytkowników Poradnika Beneficjenta na Portalu Funduszy Europejskich”* – badanie opinii użytkowników Poradnika beneficjenta. Badanie pokazało, że ogólna ocena Poradnika jest pozytywna, choć użytkownicy zgłaszali trudności w odnalezieniu pewnych informacji. Badanie pozwoliło na wyciągnięcie wniosków dotyczących aktualnego stanu i funkcjonalności Poradnika beneficjenta i opracowanie rekomendacji nt. przyszłych modyfikacji.

2. „Badanie mystery shopping wybranych punktów informacyjnych Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich” – badanie przeprowadzone w miesiącach luty-czerwiec 2012 r. obejmowało ocenę jakości obsługi klienta w wybranych 21 punktach informacyjnych FE. Badanie przeprowadzono w celu weryfikacji wdrożenia planów naprawczych, wynikających z analizy efektywności sieci.
3. „Badanie poziomu dotarcia kampanii medialnej marki <Fundusze Europejskie>” – trwające od października 2012 r. i zakończone w styczniu 2013 r. Badanie miało na celu ocenę efektywności kampanii.

b) badania prowadzone przez IZ PO i IZ RPO (wybrane przykłady)

- **IZ POPT**

„Badanie opinii uczestników szkoleń realizowanych na zlecenie IZ POPT w latach 2010-2011” zrealizowano w terminie luty-marzec 2012 r. Celem badania była ocena jakości szkoleń zrealizowanych przez Instytucję Zarządzającą Programem Operacyjnym Pomoc Techniczna (IZ POPT) w latach 2010-2011 oraz zebranie opinii uczestników szkoleń na temat dalszego zapotrzebowania na dodatkowe szkolenia i inne działania usprawniające wdrażanie projektów finansowanych ze środków funduszy strukturalnych.

- **IZ POPT**

W terminie czerwiec-lipiec 2012 r. zrealizowano badanie opinii publicznej "Znajomość funduszy europejskich oraz opinie nt. skuteczności ich wdrażania". Celem badania panelowego było oszacowanie znajomości korzyści wstąpienia Polski do Unii Europejskiej oraz ocenę wpływu unijnych środków finansowych na rozwój Polski.

- **IZ RPO Województwa Śląskiego**

Zlecono wykonanie ekspertyzy w zakresie Web usability 3 stron internetowych poświęconych Regionalnemu Programowi Operacyjnemu Województwa Śląskiego na lata 2007-2013. Ekspertyzie zostały poddane: strona główna programu prowadzona przez Urząd Marszałkowski <http://www.rpo.slaskie.pl>, strona promocyjna projektów <http://rpo-promocja.slaskie.pl> oraz strona programu prowadzona przez Śląskie Centrum Przedsiębiorczości <http://www.scp-slask.pl>. Ekspertyza została przeprowadzona przy wykorzystaniu trzech metod badawczych: testów użyteczności, audytu eksperckiego użyteczności oraz analizy statystyk (za pomocą Google Analytics).

POSTĘP RZECZOWY DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH, PROMOCYJNYCH I EDUKACYJNYCH

Z uwagi na fakt, iż każda z IZ PO/RPO przedstawia swoje wskaźniki w odrębnym, właściwym dla swojego programu sprawozdaniu z wdrażania programu operacyjnego poniższa tabela zawiera dane dla IK NSRO ds. informacji i promocji FE.

Opisane wskaźniki odzwierciedlają listę wskaźników zawartą w Strategii komunikacji i Rocznym Planie Działań IK NSRO na 2012 r. Stopień realizacji poszczególnych wskaźników został przedstawiony w sposób narastający. Wyjątek stanowią wskaźniki oznaczone gwiazdką *. Z uwagi na ich specyfikę nie są liczone narastająco.

Obszar	Wskaźnik	2009		2010		2011		2012		2013	
		Planowana wartość docelowa	Wartość osiągnięta	Planowana wartość docelowa	Wartość osiągnięta	Planowana wartość docelowa	Wartość osiągnięta	Planowana wartość docelowa	Wartość osiągnięta ³	Planowana wartość docelowa	Wartość osiągnięta
Punkty informacyjne	<i>Liczba punktów *</i>	70	102	103	109	109	109	100	109		
	<i>Liczba osób odwiedzających punkty</i>	36 000	31 128	50 000	91 222	45 000	157 602	48 000	219 209 (61 607)		
	<i>Liczba odpowiedzi udzielonych drogą elektroniczną</i>	36 000	15 025	15 000	30 417	13 000	47 920	16 000	66 340 (18 420)		
	<i>Liczba odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną</i>	70 000	95 598	93 000	219 322	85 000	339 701	96 000	457 778 (118 077)		

³ Wartość w nawiasie przedstawia wskaźnik osiągnięty w 2012 r.

Kampanie Informacyjne i promocyjne o szerokim zasięgu	Liczba przeprowadzonych kampanii	2	1 ⁴	1	2	1	3	1	4		
									(1)		
	Liczba zorganizowanych seminariów/cyklów seminariów dla pracowników instytucji	9 ⁵	3	87	132	2	132	2	153		
Edukacja (Szkolenia dla pracowników instytucji zaangażowanych we wdrażanie NSS)									(21)		
	Liczba uczestników szkoleń dla pracowników instytucji	5000 ⁶	840	1 300	2 410	400	2 410	400	3 661		
									(1251)		
Konferencje, duże wydarzenia	Liczba zorganizowanych lub współorganizowanych konferencji, targów, innych imprez masowych	9	9	26	36	12	42	12	71		
									(29)		
	Liczba uczestników konferencji, targów, innych imprez masowych	3 000	12 900	50 000	412 900	20 000	582 900	20 000	811 470		
									(228 386)		
Serwisy internetowe	Liczba serwisów *	2	2 ⁷	5	4	6	6	6	6		
	Liczba wejść na serwisy	1 500 000	4 203 150	2 000 000	121 797 63	8 000 000	20 222 263	6 000 000	26 364 197		
									(6 141 961)		
Newsletter portalu „Fundusze Europejskie”	Liczba wysłanych wiadomości/newsletterów	150	851 240	200	851 494	200	851 749	200	852 004		
									(255)		
	Liczba subskrybentów newslettera *	5 000	16 370	5 500	18 417	18 000	20 532	20 000	21 000		

⁴ Była to kampania składająca się z 2 etapów

⁵ łączna liczba planowanych szkoleń dla pracowników instytucji oraz beneficjentów i beneficjentów planowana w 2009 r.

⁶ łączna liczba zakładanych uczestników szkoleń dla pracowników instytucji oraz beneficjentów i beneficjentów w 2009 r.

⁷ Ponadto, w ramach MRR funkcjonowało 6 serwisów dotyczących FE: www.ewt.gov.pl, www.pois.gov.pl, www.efs.gov.pl, www.poig.gov.pl, www.polskawschodnia.gov.pl, www.popt.gov.pl

Publikacje informacyjne (np. dokumenty programowe, akty prawne, przewodniki itp.)	Liczba tytułów/ rodzajów wszystkich publikacji informacyjnych	15	53	30	110	30	143	30	174 (31)		
	Wolumen egzemplarzy wszystkich publikacji informacyjnych ⁸	150 000	1588784	250 000	2066 141	3 900 000	6 174 900	250 000	8 735 774 (2 560 874)		
Konferencje, szkolenia lub inicjatywy, w których udział biorą przedstawiciele partnerów społ. i gosp.	Liczba zorganizowanych konferencji, szkoleń i inicjatyw, w których udział biorą przedstawiciele partnerów społ. i gosp.	-	20	12	48	10	83	12	105 (22)		
Konkursy dotacji na działania informacyjne i promocyjne	Liczba zorganizowanych konkursów dotacji na działania informacyjne i promocyjne	2	2	1	3	3	6	3	9 (3)		
Elektroniczna platforma komunikacji - Baza wiedzy o FE	Liczba użytkowników platformy	500	5 471	2 000	11 880	6400	18 875	7000	7 290*		
	Poziom satysfakcji użytkowników z platformy komunikacji *	-	- ⁹	5	7 ¹⁰	7	- ¹¹	7	- ¹²		
Horyzontalne	Liczba grup roboczych	3	3	3	6	4	9	4	3*		

⁸ Wskaźnik „wolumen wszystkich publikacji” zawiera liczbę publikacji wydawanych przez IK NSRO oraz nakład tytułów dzienników ogólnopolskich, w których zamieszczone były artykuły dotyczące Funduszy Europejskich na zlecenie IK NSRO.

⁹ W 2009 r. nie był prowadzony pomiar wskaźnika.

¹⁰ Wskaźnik obliczony na podstawie wyników badań i odpowiedzi na pytania:

1. Czy Baza Wiedzy w obecnym kształcie w Twojej pracy, jest potrzebna? - odpowiedzi "tak" 79%

2. Czy zgadzasz się ze stwierdzeniem, że Baza Wiedzy spełnia Twoje oczekiwania jako narzędzie pracy? - odpowiedzi skumulowane "całkowicie się zgadzam" i "raczej się zgadzam" 61%

3. Czy polecilibyś współpracownikom Bazę Wiedzy? - odpowiedzi "tak" 74%

4. Czy planujesz w przyszłości korzystać z Bazy Wiedzy? - odpowiedzi "tak" 85%

Wskaźniki rekodowano do skali 1-10, gdzie 1 oznacza skrajnie niską ocenę, a 10 skrajnie wysoką, oraz obliczono średnią arytmetyczną.

Zagregowany wskaźnik satysfakcji z Bazy Wiedzy o FE wynosi 7.

¹¹ W 2011 r. nie był prowadzony pomiar wskaźnika

¹² W 2012 r. nie był prowadzony pomiar wskaźnika

<i>grupy robocze dotyczące informacji i promocji Funduszy Europejskich</i>	<i>Liczba spotkań grup roboczych</i>	7	9	8	27	8	36	8	40		
									(4)		
<i>Badania ewaluacyjne</i>	<i>Liczba badań ewaluacyjnych o charakterze strategicznym</i>	3	1	1	4	2	7	1	11		
	<i>Liczba badań ewaluacyjnych o charakterze operacyjnym</i>	6	4	7	7	9	12	7	15		
									(3)		
<i>Wszystkie działania</i>	<i>Stopień znajomości logotypów NSS wśród społeczeństwa</i>	20%	29% ¹³	30%	36% ¹⁴	36%	32% ¹⁵	45%	49% ¹⁶		
	<i>Poziom wiedzy ogólnej nt. Funduszy Europejskich</i>		54% ¹⁷	50% ¹⁸	57% ¹⁹	57%	56% ²⁰	65%	56% ²¹		

¹³ Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań” na reprezentatywnej próbie 1610 Polaków; listopad 2009 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 na pytanie: „Czy widział(a) Pan(i) wcześniej ten znak? 1: tak, 2: nie, 3: trudno powiedzieć”.

¹⁴ Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań” na reprezentatywnej próbie 1611 Polaków; listopad 2010 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 na pytanie: „Czy widział(a) Pan(i) wcześniej ten znak? 1: tak, 2: nie, 3: trudno powiedzieć”.

¹⁵ Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2011” na reprezentatywnej próbie 1600 Polaków; grudzień 2011 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 na pytanie: „Czy widział(a) Pan(i) wcześniej ten znak? 1: tak, 2: nie, 3: trudno powiedzieć”.

¹⁶ Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2012” na reprezentatywnej próbie 1604 Polaków; grudzień 2012 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 na pytanie: „Czy widział(a) Pan(i) wcześniej ten znak? 1: tak, 2: nie, 3: trudno powiedzieć”.

¹⁷ Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań” na reprezentatywnej próbie 1610 Polaków; listopad 2009 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 na pytanie: „Czy spotkał(a) się Pan(i) z określeniem „Fundusze Europejskie” lub „Fundusze Unijne”? 1: tak, spotkał(a)m się i wiem, co one oznaczają, 2: tak, spotkał(a)m się, ale nie wiem, co one oznaczają, 3: nie, nigdy nie spotkał(a)m się z tymi określeniami, 4: nie wiem, trudno powiedzieć”.

¹⁸ Szacowanie planowanej wartości docelowej wskaźnika z sierpnia 2009 r.

¹⁹ Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań” na reprezentatywnej próbie 1611 Polaków; listopad 2010 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 na pytanie: „Czy spotkał(a) się Pan(i) z określeniem „Fundusze Europejskie” lub „Fundusze Unijne”? 1: tak, spotkał(a)m się i wiem, co one oznaczają, 2: tak, spotkał(a)m się, ale nie wiem, co one oznaczają, 3: nie, nigdy nie spotkał(a)m się z tymi określeniami, 4: nie wiem, trudno powiedzieć”.

²⁰ Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2011” na reprezentatywnej próbie 1600 Polaków; grudzień 2011 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 na pytanie: „Czy spotkał(a) się Pan(i) z określeniem „Fundusze Europejskie” lub „Fundusze Unijne”? 1: tak, spotkał(a)m się i wiem, co one oznaczają, 2: tak, spotkał(a)m się, ale nie wiem, co one oznaczają, 3: nie, nigdy nie spotkał(a)m się z tymi określeniami, 4: nie wiem, trudno powiedzieć”.

²¹ Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2012” na reprezentatywnej próbie 1604 Polaków; grudzień 2012 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 na pytanie: „Czy spotkał(a) się Pan(i) z określeniem „Fundusze Europejskie” lub „Fundusze Unijne”? 1: tak, spotkał(a)m się i wiem, co one oznaczają, 2: tak, spotkał(a)m się, ale nie wiem, co one oznaczają, 3: nie, nigdy nie spotkał(a)m się z tymi określeniami, 4: nie wiem, trudno powiedzieć”.

<i>Poziom świadomości społecznej o roli odgrywanej przez Fundusze Europejskie i UE w rozwoju kraju</i>		84% ²²	80% ²³	85% ²⁴	85%	82% ²⁵	90%	83% ²⁶		
<i>Poziom poparcia/zadowolenia społeczeństwa dla członkostwa Polski w UE</i>		85% ²⁷	65% ²⁸	83% ²⁹	83%	81% ³⁰	85%	81% ³¹		
<i>Odsetek respondentów wyrażających pozytywne opinie nt. interwencji Funduszy</i>		³²		70% ³³	70%	73% ³⁴	80%	68% ³⁵		

²² Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań” na reprezentatywnej próbie 1610 Polaków, listopad 2009 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 + 2 na pytanie: „Czy Pana(i) zdaniem Fundusze Europejskie mają jakąś rolę dla rozwoju Polski? 1: zdecydowanie tak, 2: raczej tak, 3: raczej nie, 4: zdecydowanie nie, 5: nie wiem, trudno powiedzieć”.

²³ Szacowanie planowanej wartości docelowej wskaźnika z sierpnia 2009 r.

²⁴ Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań” na reprezentatywnej próbie 1611 Polaków, listopad 2010 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 + 2 na pytanie: „Czy Pana(i) zdaniem Fundusze Europejskie mają jakąś rolę dla rozwoju Polski? 1: zdecydowanie tak, 2: raczej tak, 3: raczej nie, 4: zdecydowanie nie, 5: nie wiem, trudno powiedzieć”.

²⁵ Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2011” na reprezentatywnej próbie 1600 Polaków, grudzień 2011 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 + 2 na pytanie: „Czy Pana(i) zdaniem Fundusze Europejskie mają jakąś rolę dla rozwoju Polski? 1: zdecydowanie tak, 2: raczej tak, 3: raczej nie, 4: zdecydowanie nie, 5: nie wiem, trudno powiedzieć”.

²⁶ Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2012” na reprezentatywnej próbie 1604 Polaków, grudzień 2012 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 + 2 na pytanie: „Czy Pana(i) zdaniem Fundusze Europejskie mają jakąś rolę dla rozwoju Polski? 1: zdecydowanie tak, 2: raczej tak, 3: raczej nie, 4: zdecydowanie nie, 5: nie wiem, trudno powiedzieć”.

²⁷ Źródło: Badanie CBOS „Bilans pięciu lat członkostwa Polski w Unii Europejskiej”, kwiecień 2009 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 i 2 na pytanie: „Czy osobiście popiera P. członkostwo Polski w Unii Europejskiej? 1: zdecydowanie popieram, 2: raczej popieram, 3: ani popieram, ani nie popieram, 4: raczej nie popieram, 5: zdecydowanie nie popieram, 6: trudno powiedzieć”.

²⁸ Szacowanie planowanej wartości docelowej wskaźnika z sierpnia 2009 r.

²⁹ Źródło: Badanie CBOS „Siedem lat obecności Polski w Unii Europejskiej”, kwiecień 2011 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 i 2 na pytanie: „Czy osobiście popiera P. członkostwo Polski w Unii Europejskiej? 1: zdecydowanie popieram, 2: raczej popieram, 3: ani popieram, ani nie popieram, 4: raczej nie popieram, 5: zdecydowanie nie popieram, 6: trudno powiedzieć”.

³⁰ Źródło: Badanie CBOS „Polacy o Pakcie Fiskalnym i pogłębieniu integracji w Unii Europejskiej”, styczeń 2012 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 i 2 na pytanie: „Czy osobiście popiera P. członkostwo Polski w Unii Europejskiej? 1: zdecydowanie popieram, 2: raczej popieram, 3: ani popieram, ani nie popieram, 4: raczej nie popieram, 5: zdecydowanie nie popieram, 6: trudno powiedzieć”.

³¹ Źródło: Badanie CBOS „Instytucje i obywatele w Unii Europejskiej”, kwiecień 2013 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 i 2 na pytanie: „Czy osobiście popiera P. członkostwo Polski w Unii Europejskiej? 1: zdecydowanie popieram, 2: raczej popieram, 3: ani popieram, ani nie popieram, 4: raczej nie popieram, 5: zdecydowanie nie popieram, 6: trudno powiedzieć”.

³² W 2009 r. nie był prowadzony pomiar wskaźnika

³³ Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań” na reprezentatywnej próbie 1611 Polaków; listopad 2010 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1+2 na pytanie: „Jak Pan(i) sądzi, czy dzięki Funduszom Europejskim jakość życia mieszkańców Polski poprawia się?” 1: „zdecydowanie tak”, 2: „raczej tak”, 3: „raczej nie”, 4: „zdecydowanie nie”.

³⁴ Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2011” na reprezentatywnej próbie 1600 Polaków; grudzień 2011 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1+2 na pytanie: „Jak Pan(i) sądzi, czy dzięki Funduszom Europejskim jakość życia mieszkańców Polski poprawia się?” 1: „zdecydowanie tak”, 2: „raczej tak”, 3: „raczej nie”, 4: „zdecydowanie nie”.

³⁵ Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2012” na reprezentatywnej próbie 1604 Polaków; grudzień 2012 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1+2 na pytanie: „Jak Pan(i) sądzi, czy dzięki Funduszom Europejskim jakość życia mieszkańców Polski poprawia się?” 1: „zdecydowanie tak”, 2: „raczej tak”, 3: „raczej nie”, 4: „zdecydowanie nie”.

	<i>Europejskich</i>										
<i>Materiały informacyjno-promocyjne (np. publikacje, ulotki, broszury, reklamy, plakaty, druki, gadżety itp.)</i>	<i>Liczba tytułów/ rodzajów wszystkich materiałów informacyjno-promocyjnych</i>	15	17	30	54	30	89	30	138		
	<i>Liczba egzemplarzy wszystkich materiałów informacyjno - promocyjnych</i>	10 000	170 200	100 000	434 827	250 000	785 127	250 000	1 061 027		
									(49)		
									(275 900)		

Podsumowanie

Rok 2012 to przede wszystkim rok promocji efektów wdrażania Funduszy Europejskich. Zarówno instytucja koordynująca, jak i instytucje zarządzające i pośredniczące kładły duży akcent w swych działaniach informacyjnych i promocyjnych na podkreślenie wielości i różnorodności zmian jakie zaszły w otoczeniu dzięki realizacji projektów współfinansowanych ze środków Unii Europejskich. Działania skierowane były do ogółu społeczeństwa, odbiorców rezultatów, potencjalnych projektodawców, beneficjentów, partnerów społecznych i gospodarczych, jak również do instytucji zajmujących się wdrażaniem, środowisk opiniotwórczych, decydentów, liderów. Ważnym odbiorcą działań była również młodzież i media. W komunikacji wykorzystano spektrum narzędzi promocyjnych, zarówno tradycyjnych: telewizja, radio, prasa, jak również niestandardowych: media społecznościowe, działania ambientowe i networkingowe. Ponadto podjęto szereg działań informacyjnych oraz edukacyjnych. Dużą popularnością cieszyły się konkursy artystyczne prowadzone w szkołach, jak i skierowane do szerszej grupy odbiorców. Ciekawą formą dotarcia do społeczności były też organizowane gry uliczne, maraton szlakiem Funduszy Europejskich oraz koncerty muzyki klasycznej organizowane w miejscach realizacji projektów dofinansowanych z UE.

Dzięki prowadzonym działaniom informacyjno-promocyjnym, w stosunku do lat poprzednich świadomość roli Funduszy Europejskich, jak i znajomość obszarów wsparcia, poszczególnych funduszy i programów zwiększyła się. Świadczą o tym wyniki corocznych sondaży na reprezentatywnej próbie mieszkańców Polski oraz innych badań, oceniających skuteczność poszczególnych działań. Zgodnie z wynikami tych badań, zdecydowana większość mieszkańców Polski zauważa zmiany, jakie zaszły w Polsce po wejściu do Unii Europejskiej. Zmiany na poziomie kraju zauważa 68% badanych, na poziomie województwa oraz najbliższego otoczenia 60%, a w swoim codziennym życiu 34% ankietowanych.³⁶

Dostrzegana jest także rola Funduszy Europejskich w rozwoju kraju – zdecydowana większość respondentów uważa, że Fundusze Europejskie mają do odegrania rolę w rozwoju Polski – tego zdania jest 83% badanych. Funkcja, jaką przypisuje się Funduszom, to przede wszystkim: ogólny rozwój kraju (48%), inwestycje związane z siecią transportową (42%), ogólnie rozwój gospodarki (35%) oraz dotacje dla rolników (35%). Opinie na ten temat na przestrzeni lat są stabilne. Znaczna większość badanych (68%) uważa również, że dzięki Funduszom Europejskim jakość życia Polaków poprawia się.

Jeśli chodzi o poziom znajomości określenia „Fundusze Unijne”, to utrzymuje się od 2009 roku na wysokim poziomie około 85%. Przy czym ponad połowa (56%) osób wie, co pojęcia te oznaczają. Większość badanych rozumie Fundusze Europejskie jako dotacje, pieniądze z Unii Europejskiej (75%), dotacje dla rolników (38%) oraz wsparcie finansowym na inwestycje (36%).

Od 2009 roku rośnie odsetek osób, które uważają, że ilość informacji od Funduszach Europejskich jest optymalna, a ponadto rośnie udział osób, które uważają, że informacje na temat Funduszy Europejskich są zrozumiałe.

Jednocześnie w 2012 r. podjęto przygotowania do nowej perspektywy finansowej, także w zakresie informacji i promocji. Rozpoczęto prace mające na celu podsumowanie doświadczeń w zakresie komunikowania o Funduszach Europejskich w obecnym okresie programowania, jak i opracowania najlepszych rozwiązań dla działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych na lata 2014-2020.

³⁶ Wszystkie wyniki podane w rozdziale „Podsumowanie” przedstawiono na podstawie „Badania efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań. Edycja 2012”, które przeprowadzono na reprezentatywnej próbie 1604 Polaków w grudniu 2012 r. Wartość wskaźnika - % odpowiedzi 1 na pytanie: „Czy spotkał(a) się Pan(i) z określeniem „Fundusze Europejskie” lub „Fundusze Unijne”? 1: tak, spotkałem(a) się i wiem, co one oznaczają, 2: tak, spotkałem(a) się, ale nie wiem, co one oznaczają, 3: nie, nigdy nie spotkałem(a) się z tymi określeniami, 4: nie wiem, trudno powiedzieć”. Grupa IQS Sp. z o.o.