

**Sprawozdanie z realizacji Strategii komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007- 2013
okres sprawozdawczy 01.01.2009 - 31.12.2009**

Wstęp

Działania informacyjne i promocyjne dotyczące Funduszy Europejskich na lata 2007-2013 prowadzone są w Polsce spójnie – w oparciu o Strategię komunikacji Funduszy Europejskich, będącą *planem komunikacji (Communication Action Plan)* w myśl zapisów art. 2 rozporządzenia nr 1828/2006, opracowanym dla wszystkich programów operacyjnych finansowanych zarówno ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności.

Instytucja Koordynująca NSRO ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich (w skrócie FE), której rolę pełni Departament Informacji, Promocji i Szkoleń w Ministerstwie Rozwoju Regionalnego (w skrócie DIP), 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,
- Krajowych programów operacyjnych: Innowacyjna Gospodarka, Infrastruktura i Środowisko, Rozwój Polski Wschodniej, Kapitał Ludzki, 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.

Każda z wyżej wymienionych instytucji prowadzi swoje działania w oparciu o Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych. Jest to dokument o charakterze operacyjnym, przygotowywany zarówno przez Instytucję Koordynującą Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia (Narodową Strategię Spójności) w ramach Strategii komunikacji Funduszy Europejskich, jak i instytucje zarządzające programami krajowymi i regionalnymi. Roczny Plan Działań zawiera w szczególności opis, harmonogram oraz budżet działań planowanych na dany rok kalendarzowy.

Zaplanowane na dany rok przedsięwzięcia informacyjne, promocyjne i edukacyjne uwzględniają fazę realizacji poszczególnych działań/programów oraz ocenę efektywności/rezultatów poszczególnych działań.

W niniejszym dokumencie jest mowa przede wszystkim o działaniach IK NSRO, a zamieszczone opisy przedsięwzięć instytucji zarządzających stanowią jedynie przykłady. Sprawozdania z pełnego spektrum działań pozostałych instytucji w systemie wdrażania Funduszy Europejskich są tworzone odrębnie.

1. Działania w zakresie informacji, promocji i szkoleń zrealizowane w 2009 r.

W okresie sprawozdawczym Instytucja Koordynująca NSRO ds. informacji i promocji FE, Instytucje Zarządzające PO i Instytucje Zarządzające RPO, a także Instytucja Koordynująca Regionalne Programy Operacyjne (w skrócie IK RPO) prowadziły szereg działań o charakterze informacyjno – promocyjno - edukacyjnym nt. FE, skierowanych do opinii publicznej, potencjalnych beneficjentów, beneficjentów, potencjalnych uczestników projektów i uczestników projektów oraz partnerów społecznych i gospodarczych.

Powyższe działania realizowane były w obszarach:

- promocja,
- edukacja,
- informacja,
- wymiana doświadczeń,
- ewaluacja.

Listę przykładowych działań oraz ich opis przedstawia tabela poniżej.

Lp.	Nazwa działania	Opis działania
PROMOCJA		
Kampanie promocyjne o szerokim zasięgu		
1.	Ogólnopolska kampania IK NSRO promująca źródła informacji o Funduszach Europejskich „Dobra informacja na dobry początek”.	<p>W 2009 r. miała miejsce kontynuacja, rozpoczętej w 2008 r. kampanii promującej źródła informacji o Funduszach Europejskich „Dobra informacja na dobry początek” (Sieć Punktów Informacyjnych, Portal Fundusze Europejskie), której drugi i trzeci etap przypadły na okres maj-listopad 2009 rok. Podjęte działania obejmowały m.in.: opracowanie merytoryczne treści kierowanych do ogółu społeczeństwa oraz opracowanie i wdrożenie spójnej strategii przekazu - kampania w TV, stacjach radiowych, serwisach internetowych, pozycjonowanie portalu www.funduszeuropejskie.gov.pl na pierwszej stronie wynikowej (pozycje 1-10) serwisu wyszukiwawczego google.pl oraz prowadzenie kampanii linku sponsorowanego dla portalu Fundusze Europejskie w serwisie google.pl.</p> <p>Kampania miała zasięg ogólnopolski – wskazywała na źródła informacji o FE; tj. Sieć Punktów Informacyjnych i portal www.funduszeuropejskie.gov.pl.</p>
2.	Kampanie organizowane przez Instytucje Zarządzające	<p>W ramach promocji Programów Operacyjnych i Regionalnych Programów Operacyjnych w 2009 r. przeprowadzono kampanie informacyjne o szerokim zasięgu, zgodnie z Art. 7 ust.2 lit. b) Rozp. 1828/2006, tj. skierowane do więcej niż dwóch grup docelowych oraz realizowaną przy użyciu nie mniej niż trzech narzędzi/działań komunikacji określonych</p>

**Programami
Operacyjnymi
i Regionalnymi
Programami
Operacyjnymi.**

w Strategii komunikacji Funduszy Europejskich... lub Planie komunikacji PO/RPO – kampanie realizowano m.in. poprzez spoty telewizyjne, radiowe, reklamę prasową, działania outdoorowe, imprezy plenerowe, reklamę internetową.

Poniżej przykładowe kampanie:

- Kampania „Przymierz się” promująca **PO RPW** (28 września – 30 października). Celem kampanii było zwrócenie uwagi Polaków na zmiany zachodzące dzięki PO RPW we wschodnich województwach Polski, a jej główny przekaz brzmiał: „Już teraz przymierz się do korzystania z efektów projektów realizowanych w ramach Programu

Kampania była podzielona na dwa rodzaje komunikacji:

Komunikacja ogólnopolska:

- emisja spotów 30” i 15” w telewizji ogólnopolskiej i regionalnej,
- emisja spotu w radiu ogólnopolskim,
- emisja 2 ogłoszeń reklamowych w dzienniku ogólnopolskim („Gazeta Wyborcza”) oraz po jednej emisji w 4 tygodnikach opinii („Newsweek”, „Polityka”, „Wprost”, „Przekrój”) oraz w 1 tygodniku z programem telewizyjnym,
- emisja banerów na stronach internetowych;

Komunikacja regionalna:

- Kampania skierowana do mieszkańców Polski Wschodniej była kampanią informacyjną. Jej podstawą był konkurs na najpopularniejszy projekt Programu Rozwój Polski Wschodniej. Na specjalnie przygotowanej stronie internetowej www.przymierzsie.pl można było przeczytać opisy wszystkich projektów, poznać terminy ich realizacji i planowane rezultaty oraz zagłosować na jeden z nich. Informacje o konkursie były emitowane w radiu lokalnym, internecie, prasie lokalnej oraz poprzez plakaty na uczelniach Polski Wschodniej. Na zwycięski projekt „Targi Kielce” oddano 49 917 głosów. Poprzez konkurs udało się zintegrować społeczność lokalną oraz media wokół realizowanych na ich terenie inwestycji.

- Kampania informacyjno-promocyjna **PO IiŚ** (zasięg ogólnopolski)

Działanie obejmowało: konferencje, publikacje prasowe oraz działania w internecie, tj.:

1) zorganizowanie w grudniu 2009 r. 3 regionalnych konferencji prasowych pod hasłem „Program Infrastruktura i Środowisko dla regionu” (w Szczecinie, Lublinie i Warszawie). W trakcie konferencji przedstawiono informacje na temat wartości środków przeznaczonych z PO IiŚ na rozwój poszczególnych sektorów gospodarki w regionie oraz promowano realizowane lub planowane do realizacji projekty współfinansowane z Programu. W konferencjach wzięli udział przedstawiciele IZ PO IiŚ oraz Instytucji Pośredniczących i Instytucji Pośredniczących drugiego stopnia (IP 2), a także dziennikarze prasy, TV i radia.

Z konferencji prasowej w Warszawie przeprowadzono bezpośrednią relację w Internecie na stronie www.pois.gov.pl.

2) publikację w listopadzie 2009 artykułów prasowych dotyczących PO liŚ w następujących tytułach prasowych:

- Puls Biznesu;
- Dziennik Gazeta Prawa (połączone z udziałem przedstawiciela IZ PO liŚ w debacie transmitowanej w Internecie na stronie www.forsal.pl, a następnie opublikowanej w gazecie),
- Metro.

- Kampania informacyjno-promocyjna **PO IG** pod hasłem "Dotacje na innowacje. Myślenie się opłaca!" (zasięg ogólnopolski),

Działania obejmowały wyprodukowanie spotów i przeprowadzenie przez IZ PO IG kampanii reklamowej o zasięgu ogólnopolskim. Działania były realizowane w radio, telewizji, prasie, Internecie, z zastosowaniem reklamy zewnętrznej oraz przy pomocy ambient media (m.in. plakaty i standy na uczelniach oraz w kilkuset urzędach w Polsce).

- Kampania informacyjno-promocyjna **IZ RPO Województwa Lubelskiego** pod hasłem „Napędzamy Lubelskie” (zasięg regionalny)

W ramach kampanii informacyjno-promocyjnej przeprowadzono: emisję 360 spotów radiowych, wyemitowanych w lokalnych rozgłośniach; druk insertu prasowego, który ukazał się w prasie lokalnej; emisję 86 billboardów i mini billboardów; kampanię outdoor'ową na środkach komunikacji miejskiej w Białej Podlaskiej, Chełmie, Lublinie, Puławach i Zamościu; reklamę internetową w portalach ogólnopolskich i lokalnych; druki bezadresowe do podmiotów prawnych (53 000 egzemplarzy ulotek dwustronnych); event – RPO WL TOUR – 7-dniowe wydarzenie promocyjne.

- Kampania informacyjno-promocyjna **IZ RPO Województwa Lubuskiego** o zasięgu regionalnym

W ramach kampanii zrealizowano następujące działania: emisja spotów reklamowych LRPO na antenie TVP 3 (100 emisji trzech rodzajów spotów reklamowych – maj 2009r.), 12 emisji czterech programów telewizyjnych z cyklu „Europa to my” w telewizji regionalnej TVP O/Gorzów Wlkp. (październik/listopad 2009), 1 dodatek do gazety o zasięgu ogólnokrajowym „Rzeczpospolita” (październik/listopad 2009).

- Kampania informacyjno-promocyjna **IZ RPO Województwa Małopolskiego** (zasięg regionalny, częściowo ogólnopolski)

Działania obejmowały emisję reklam telewizyjnych i spotów radiowych promujących Fundusze Europejskie dostępne w ramach II osi priorytetowej Małopolskiego Regionalnego Programu Operacyjnego, program promocyjny emitowany na antenie TVP Kraków oraz Regionalnej Telewizji Gorlickiej „Dotacje unijne dla przedsiębiorców”, spot reklamowy promujący Fundusze Europejskie dostępne w ramach II osi priorytetowej MRPO na lata 2007-2013 emitowany na

		<p>antenie TVP Kraków.</p> <p>Ponadto zrealizowano i wyemitowano na antenie TVP Kraków program promujący „dobre praktyki” – „<i>Małopolska zmienia się dzięki dotacjom unijnym</i>”. Informacje te emitowane były w formie reklamy planszowej na antenie Telewizji Kraków oraz w formie ogłoszeń na łamach Dziennika Polskiego. Ponadto, na antenie Radia Kraków emitowana była audycja dotycząca Funduszy Europejskich dla przedsiębiorców.</p>
Organizacja i realizacja konferencji i imprez promocyjnych		
3.	II Forum Funduszy Europejskich.	<p>W dniach 7-8 maja 2009 r. w Warszawie zostało zorganizowane II Forum Funduszy Europejskich – największa impreza w Polsce poświęcona tematyce FE. Forum odbywało się pod hasłem „<i>Fundusze Europejskie – rozwijamy się na każdym poziomie</i>”. Formuła Forum opiera się na dwóch elementach: części konferencyjnej dla zaproszonych gości oraz części targowo - wystawienniczej dla szerokiej publiczności.</p> <p>Podczas 8 paneli tematycznych zorganizowanych w ramach Forum dyskutowano zarówno na temat możliwości i szans dla Polski związanych z perspektywą finansową 2007-2013, jak również o dotychczasowych doświadczeniach przy realizacji projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich. Szczególnym zainteresowaniem cieszył się także panel dotyczący działań Ministerstwa Rozwoju Regionalnego w celu łagodzenia skutków globalnego spowolnienia gospodarczego. Do współpracy przy organizacji Forum IK NSRO ds. informacji i promocji FE zaprosiła, oprócz przedstawicieli IZ PO i IZ RPO, partnerów społeczno-gospodarczych: Polską Konfederację Pracodawców Prywatnych Lewiatan oraz Związek Powiatów Polskich. Gośćmi specjalnymi Forum byli Premier Donald Tusk oraz Komisarz ds. polityki regionalnej Danuta Hübner.</p> <p>Łącznie w konferencjach zorganizowanych w ramach Forum wzięło udział ok. 1000 osób.</p> <p>Konferencjom towarzyszyły targi, podczas których na ponad 80 stoiskach prezentowały się m.in. instytucje zaangażowane we wdrażanie Funduszy Europejskich, beneficjenci funduszy unijnych, partnerzy społeczni i gospodarczy oraz regiony Grupy Wyszehradzkiej.</p> <p>Dodatkową atrakcją II FFE była scena, na której swoje dokonania artystyczne prezentowali beneficjenci Funduszy Europejskich oraz zaproszeni goście. Ponadto, w ramach II Forum FE działało kino Funduszy Europejskich oraz kącik internetowy.</p> <p>W ciągu dwóch dni targi odwiedziło w sumie ponad 3 000 osób.</p>
4.	Imprezy promocyjne organizowane przez	<p>Działania o podobnym charakterze, choć na mniejszą – regionalną - skalę, prowadzone były w 2009 r. również w województwach, czego przykładami są:</p>

	Instytucje Zarządzające PO i Instytucje Zarządzające RPO.	<ul style="list-style-type: none"> • impreza plenerowa pn. „Lato z Funduszami Europejskimi” zorganizowana przez IZ RPO Województwa Podkarpackiego, • I Lubuskie Forum Funduszy Europejskich, zorganizowane przez IZ RPO Województwa Lubuskiego, • Eurobus docierający z informacją o FE do małych miejscowości na Mazowszu – inicjatywa podjęta przez Instytucję Pośredniczącą II Stopnia RPO Województwa Mazowieckiego, • Europejskie Majówki z okazji 5 – lecia Polski w UE, organizowane na terenie całego kraju, • Euroautobus, który uczestniczył w najważniejszych wydarzeniach promocyjno-kulturalnych w województwie wielkopolskim, w tym imprezach wytypowanych przez poszczególne Punkty Informacyjne Wielkopolski w formie tzw. lotnego punktu informacyjnego; inicjatywa zorganizowana przez IZ RPO Województwa Wielkopolskiego.
5.	Parada Schumana.	<p>W maju 2009 r. IK NSRO ds. informacji i promocji FE, a także IZ PO aktywnie włączyły się w obchody XVI Polskich Spotkań Europejskich oraz organizację Parady Schumana w Warszawie w 2009.</p> <p>W Miasteczku Europejskim powstała scena MRR, na której odbywały się występy m.in. beneficjentów Funduszy Europejskich oraz zespołów dziecięcych. Dla dzieci wokół sceny zorganizowano liczne konkursy, gry i zabawy o tematyce europejskiej. Ponadto w Miasteczku Europejskim funkcjonowały dwa punkty konsultacyjne Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, informujące m.in. o możliwości korzystania z Funduszy Europejskich na lata 2007-2013 i dystrybuujące materiały informacyjno-promocyjne nt. Funduszy Europejskich.</p>
6.	Forum Ekonomiczne i Forum Regionów.	<p>W 2009 r. IK NSRO ds. informacji i promocji FE zaangażowała się w organizację XIX Forum Ekonomicznego w Krynicy oraz III Forum Regionów w Muszynie. Obok udziału przedstawicieli MRR w panelach dyskusyjnych zorganizowano także stoisko informacyjno-promocyjne nt. Funduszy Europejskich.</p> <p>Forum Regionów stanowi platformę wymiany doświadczeń m.in. związanych z inicjatywami na rzecz zwiększenia efektywności wykorzystywania funduszy strukturalnych Unii Europejskiej. Jest to jednocześnie okazja do podzielenia się z innymi z tym doświadczeniami oraz nawiązania kontaktów.</p>
7.	Kongres Gmin Wiejskich.	<p>IK NSRO ds. informacji i promocji FE po raz kolejny wzięła udział w Kongresie Gmin Wiejskich, który odbył się 15 i 16 października 2009 r. w sali Kongresowej w Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie. W spotkaniu wzięło udział ok. 1000 osób. W organizację Kongresu IK NSRO ds. informacji i promocji FE włączyła się poprzez zapewnienie stoiska informacyjno-promocyjnego, gdzie zainteresowane osoby mogły uzyskać informacje nt. Funduszy Europejskich. Porad udzielał konsultant z Centralnego Punktu Informacyjnego MRR. Dodatkowo, dystrybuowano publikacje, broszury i ulotki dotyczące Funduszy Europejskich.</p>

8.	Od Konstytucji 3 Maja do Unii Europejskiej.	<p>W 2009 roku Warszawski Ośrodek Sportu i Rekreacji we współpracy z Urzędem Komitetu Integracji Europejskiej zorganizował bieg pod nazwą „Od Konstytucji III Maja do Unii Europejskiej”. W jego przygotowanie włączyła się również IK NSRO ds. informacji i promocji FE, która zorganizowała stoisko w Miasteczku Europejskim zlokalizowanym wokół mety biegu. Na stoisku tym udzielano informacji nt. FE oraz dystrybuowane były materiały informacyjne i promocyjne. Ponadto IK NSRO ds. informacji i promocji FE zapewniła program artystyczny na scenie w Miasteczku, na który składały się konkursy dla dzieci na temat Unii i Funduszy Europejskich.</p>
Przygotowanie oraz emisja audycji informacyjno – promocyjnych i publikacja artykułów prasowych		
9.	Współpraca z ogólnopolskimi i regionalnymi stacjami telewizyjnymi, radiowymi, wydawcami prasy.	<p>W 2009 r. IK NSRO ds. informacji i promocji FE korzystała z różnych form dotarcia do odbiorców – poprzez kampanie reklamowe, współtworzenie atrakcyjnych audycji radiowych i telewizyjnych, zamieszczanie w serialach telewizyjnych informacji nt FE (Londyńczycy - TVP1, Samo życie - Polsat, Rodzina zastępcza - Polsat), po cykl artykułów prasowych.</p> <p>W okresie sprawozdawczym IK NSRO ds. informacji i promocji FE współfinansowała realizację oraz emisję programów w następujących stacjach telewizyjnych:</p> <p>TVP 1 – „Euromapa Funduszy Europejskich”. Program składał się z serii krótkich materiałów informacyjnych o charakterze reportaży prezentujących przykłady dobrych praktyk, a także w syntetyczny sposób instruował, jak przejść przez procedury pozyskiwania dotacji UE.</p> <p>TVN – „Marzenia za Euro”. W programie, prowadzonym przez aktorkę Sonię Bohosiewicz, pokazano jak wykorzystać możliwości, które stwarzają Fundusze Europejskie. Prezentowane były osoby, które dzięki Funduszom Europejskim spełniły swoje marzenia – pozyskały środki na własny biznes m.in. teatr lalek, czy firmę zajmującą się krawiectwem.</p> <p>TVN Style – „Damy radę”. Program przedstawiał, jak można otworzyć własną firmę przy wsparciu ze środków Unii Europejskiej i gdzie szukać informacji o Funduszach Europejskich. Prowadząca program dowiadywała się, jakie warunki trzeba spełnić, żeby otrzymać dotację na założenie firmy. Pokazano, kto w pierwszej kolejności może liczyć na wsparcie finansowe w ramach Programu Kapitał Ludzki i jaka jest maksymalna kwota dofinansowania.</p> <p>TVN 24, TVN CNBC – „Słownik Funduszy Europejskich”. Seria 40 krótkich programów nadawanych kilkakrotnie w ciągu dnia i prezentujących ważne pojęcia z zakresu Funduszy Europejskich. Materiały miały charakter dynamicznych animacji, przy których tworzeniu wykorzystano możliwości nowoczesnej grafiki komputerowej. Emisji każdego z odcinków towarzyszył wyświetlany przez kilka sekund billboard z kampanii „Dobra informacja ... na dobry początek” z odwołaniem do strony internetowej www.funduszeuropejskie.gov.pl</p> <p>Ponadto, w ramach ogłoszonej w czerwcu 2009 r. przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego kolejnej edycji konkursu dotacji na przeprowadzenie działań informacyjno-promocyjnych dotyczących Funduszy Europejskich, realizowano następujące projekty telewizyjne:</p>

- Cykl plakatów filmowych Pt. „Pejzaż z Europą w tle”, emitowany w TVP 2, program miał formę cyklu plakatów filmowych, w którym w nowatorski sposób przedstawiano konkretne projekty współfinansowane z Funduszy Europejskich oraz ich wpływ na społeczność lokalną (case studies, human stories).
- „Potęga Funduszy” - program, emitowany na antenie TVP1, miał formę praktycznego przewodnika pokazującego zrealizowane z sukcesem projekty współfinansowane z Funduszy Europejskich. Każdy z nich omawiano i porównywano z podobnymi projektami zrealizowanymi w innych krajach UE.
- „Przyszły czasy na Eurasy” – był to cykl nowatorskich programów skierowany do młodzieży, emitowany w stacji muzycznej Viva, prezentujących przykłady i pomysły młodych ludzi na wykorzystanie Funduszy Europejskich.

W 2009 roku IK NSRO ds. informacji i promocji FE podjęła współpracę z dwoma wydawcami prasowymi:

- Axel Springer – w ogólnopolskim dzienniku Fakt, będącym gazetą o największym w Polsce nakładzie, opublikowano 6 artykułów redakcyjnych popularyzujących tematykę FE w Polsce; każdorazowo nakład przekraczał 600 000 egz.);
- Wydawnictwo Polskapresse (nakład 431 344 egz.) - działania dotyczyły zredagowania oraz publikacji ponad 570 artykułów poświęconych FE, zróżnicowanych regionalnie oraz lokalnie w dziennikach regionalnych - Polska Dziennik Bałtycki, Polska Dziennik Łódzki, Polska Dziennik Małopolski, Polska Kurier Lubelski, Polska Gazeta Krakowska, Polska Gazeta Wrocławska, Polska Głos Wielkopolski oraz 88 tytułach powiatowych wchodzących w skład Wydawnictwa Polskapresse.)

W ramach wspomnianego wyżej konkursu dotacji realizowano w 2009 r. następujące projekty prasowe:

- Metro – „Unijny drogowskaz”, wnioskodawca - AGORA S.A.- projekt polegał na emisji cyklu dodatków prezentujących możliwości korzystania z Funduszy Europejskich, dobre praktyki wykorzystania Funduszy za granicą oraz wydarzenia związane z Unią Europejską,
- Pani Domu – „Europejka”, wnioskodawca - Marquard Media Polska Sp. z o.o.- celem projektu było pokazanie dostępnych Funduszy Europejskich poprzez opisanie konkretnych przykładów wykorzystania środków pomocowych Unii Europejskiej przez inne kobiety, z którymi utożsamiają się czytelniczki tytułu,
- „15 sposobów na dotacje dla każdego - przewodnik po Funduszach Europejskich”, wnioskodawca - Stowarzyszenie Gazet Lokalnych - projekt polegał wydaniu broszury informacyjnej na temat Funduszy Europejskich, której odbiorcami byli głównie mieszkańcy mniejszych miast i wsi,

<p>10.</p>	<p>Współpraca ze stacjami telewizyjnymi i radiowymi oraz wydawcami prasowymi podejmowana przez IZ PO i IZ RPO</p>	<ul style="list-style-type: none"> Fundusze Europejskie – Praktycznie, wnioskodawca - INFOR Biznes sp. z o.o. - w ramach projektu ukazała się seria 8 dodatków do Gazety Prawnej, będących praktycznymi przewodnikami po Funduszach Europejskich. Działania wsparte były również internetową kampanią informacyjną. <p>Działania informacyjne i promocyjne polegające na współpracy ze stacjami telewizyjnymi i radiowymi oraz wydawcami prasy podejmowały również IZ PO i IZ RPO. Ich celem było popularyzowanie tematyki FE w ramach poszczególnych programów operacyjnych. Przykładowe działania:</p> <p>PO IG - udział ekspertów PO IG w programach telewizyjnych, PO KL - program telewizyjny „Przystanek Praca” (TVP 2), Program telewizyjny „Niezlomni” (TVP 2),</p> <p>IK RPO, w ramach współpracy z prasą, zapewniła publikację - w Dzienniku Gazeta Prawna - cyklu artykułów dotyczących poszczególnych RPO oraz zagadnień pozyskiwania FE na projekty z dziedziny zdrowia, infrastruktury edukacyjnej, społeczeństwa informacyjnego, turystyki, dziedzictwa kulturowego.</p> <p>IZ RPO do swoich przedsięwzięć w zakresie informacji i promocji nt FE włączyły regionalne stacje telewizyjne, radiowe i wydawców prasy. Oto przykładowe inicjatywy:</p> <p>województwo łódzkie</p> <p>- emisja programu telewizyjnego pt. „Kapitalne możliwości dobre praktyki” prezentującego przykłady ciekawych projektów realizowanych w ramach Działań PO KL wdrażanych przez Wojewódzki Urząd Pracy w Łodzi;</p> <p>województwo dolnośląskie</p> <p>- emisja spotów informacyjno-promocyjnych pt. „Niezwykła szansa dla zwykłych ludzi”</p> <p>województwo kujawsko – pomorskie</p> <p>- emisja filmu reklamowego dotyczącego wystawy „Uśmiech świata” promującej Program Operacyjny Kapitał Ludzki w województwie kujawsko-pomorskim na antenie programu regionalnego TVP Bydgoszcz oraz programu II TVP</p> <p>- prezentacja PO KL w programie „Studio lato” na antenie TVP Info,</p> <p>- teleturniej „Europa Europa” propagujący wiedzę o Unii Europejskiej i wdrażanych w regionie Funduszach Europejskich,</p> <p>województwo opolskie</p> <p>- cykl informacyjny „Sięgnij po eurodotację” - TVP Opole,</p>
------------	--	---

		<p>województwo podkarpackie</p> <p>- emisja spotu promującego PO KL na Podkarpaciu w telewizjach regionalnych (TVP Rzeszów) i kablowych</p> <p>województwo lubuskie</p> <p>- emisja cyklu filmów „Obudź swoje życie” na antenie TVP w Zielonej Górze,</p> <p>- spoty reklamowe w Telewizji Polskiej Gorzów Wlkp.</p>
Konkursy		
11.	<p>Konkurs dotacji na działania informacyjne i promocyjne dotyczące Funduszy Europejskich.</p>	<p>W 2009 r. IK NSRO ds. informacji i promocji FE zorganizowała kolejną edycję konkursu. Celem konkursu było informowanie o funduszach wdrażanych w Polsce oraz promowanie efektów ich wykorzystywania. O dotację mogły ubiegać się takie podmioty jak: organizacje pozarządowe, organizacje pracodawców, izby gospodarcze, organizacje związkowe, samorządy zawodowe oraz przedstawiciele mediów.</p> <p>Konkurs został rozstrzygnięty w sierpniu 2009 r. Spośród 109 nadesłanych wniosków Komisja Konkursowa wyłoniła 16 projektów, które najlepiej realizowały cele konkursu. Łączna pula przyznanych dotacji wyniosła 4 805 887,49 złotych.</p> <p>Lista projektów, (oprócz projektów telewizyjnych i prasowych, o których mowa w pkt. 9) którym przyznano dotację:</p> <p>Projekty konferencyjno-szkoleniowe:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „Innowacyjne Fundusze Europejskie na Innowacyjne Inwestycje”, wnioskodawca - Konfederacja Pracodawców Polskich. Projekt polegał na przeprowadzeniu cyklu szkoleń dla przedsiębiorców – beneficjentów i potencjalnych beneficjentów Funduszy Europejskich, • „SPLOT pomysłów na fundusze europejskie w Polsce”, wnioskodawca - Sieć Wspierania Organizacji Pozarządowych SPLOT. W ramach projektu zorganizowano ogólnopolski konkurs fotograficzny oraz cykl konferencji i regionalnych forów informacyjnych skierowanych do przedstawicieli organizacji pozarządowych oraz jednostek samorządu terytorialnego, • „Fundusze Europejskie szansą rozwoju PPP w Polsce”, wnioskodawca - Fundacja Centrum PPP. Projekt polegał na organizacji cyklu 16 dwudniowych wydarzeń konferencyjno-szkoleniowych na temat FE, we wszystkich województwach, • „Fundusze Unijne dla energetyki – szansą na unowocześnienie sektora i rozwój krajowej gospodarki”,

		<p>wnioskodawca - Polskie Towarzystwo Przesyłu i Rozdziału Energii Elektrycznej PTPiREE. W ramach projektu zorganizowana została ogólnopolska konferencja oraz 2 szkolenia dla beneficjentów oraz potencjalnych beneficjentów Funduszy Europejskich w obszarze energetyki.</p> <p>Akcje informacyjne dla młodzieży i studentów:</p> <ul style="list-style-type: none"> • „WyGRAj Fundusze Europejskie”, wnioskodawca - Polska Fundacja im. Roberta Schumana. Projekt polegał na organizacji cyklu 10 „gier miejskich” dla młodzieży, będących interaktywną formą warsztatu edukacyjnego na temat Funduszy Europejskich, która pozwala uczyć się poprzez działanie, • „Blżej Funduszy II”, wnioskodawca - Fundacja na Rzecz Wspierania Edukacji i Rozwoju Samorządności wśród Młodzieży VIRIBUS UNITIS. W ramach projektu na terenie 7 województw przeprowadzono warsztaty, spotkania informacyjne oraz konkurs plastyczny dla młodzieży, • „Nie Wyjeżdżaj - Graj strategicznie. Szkolenia e-learningowe, warsztaty projektów, uliczne gry strategiczne”, wnioskodawca - Federacja Związków Gmin i Powiatów RP. W ramach projektu przeprowadzono cykl spotkań informacyjnych ,szkoleń e-learningowych oraz uliczną grę strategiczną dla młodzieży, • „XIII edycja Olimpiady Wiedzy o Unii Europejskiej. Temat specjalny: Narodowa Strategia Spójności 2007-2013 – stan realizacji i rezultaty”, wnioskodawca - Stowarzyszenie Wspierania Inicjatyw Pozarządowych. Projekt polegał na organizacji 3-etapowej olimpiady przedmiotowej dla uczniów szkół średnich z terenu całej Polski.
12.	<p>Konkurs o Nagrodę Ministra Rozwoju Regionalnego Eurolider 2009.</p>	<p>IK NSRO ds. informacji i promocji FE, dążąc do popularyzowania tematyki FE w całej Polsce, ogłosiła pierwszą edycję ogólnopolskiego konkursu o Nagrodę Ministra Rozwoju Regionalnego EUROLIDER 2009. Celem konkursu jest wyróżnienie osób, które angażują się w wykorzystanie Funduszy Europejskich poprzez realizację przedsięwzięć służących rozwojowi lokalnemu i lokalnej społeczności. W konkursie Eurolider 2009 nagrodzono 3 najbardziej aktywne, kreatywne, zaangażowane osoby, które działając w swoim najbliższym otoczeniu skorzystały z możliwości, jakie dają unijne środki. Nagrody zostały wręczone podczas uroczystej gali przez Prezesa Rady Ministrów i Ministra Rozwoju Regionalnego.</p>
13.	<p>Konkurs Polska Pięknieje.</p>	<p>Konkurs „Polska pięknieje. 7 cudów Funduszy Europejskich” jest wydarzeniem organizowanym cyklicznie przez IK NSRO ds. informacji i promocji FE (w roku 2009 po raz drugi). Konkurs ma na celu nagrodzenie najlepszych przedsięwzięć dotyczących rozwoju turystyki, infrastruktury sportowej i rekreacyjnej, zagospodarowania przestrzeni publicznej oraz rewitalizacji, współfinansowanych z Funduszy Europejskich. II edycja konkursu została rozstrzygnięta podczas</p>

		<p>uroczystej gali na Zamku Królewskim w Warszawie w dniu 7 maja 2009 r., która była częścią II Forum Funduszy Europejskich.</p> <p>Laureaci we wszystkich siedmiu kategoriach są promowani przez MRR m.in. na łamach wydawnictwa albumowego „Polska pięknieje” oraz poprzez specjalnie dedykowaną temu konkursowi wystawę.</p>
<p>14.</p>	<p>Konkursy promocyjne realizowane przez IZ PO i IZ RPO.</p>	<p>W 2009 r. IZ PO i IZ RPO zorganizowały konkursy promujące zarówno ideę integracji europejskiej, jak i efekty wdrażania FE. Były to m.in. konkursy na najlepszą pracę magisterską dotyczącą krajowych i regionalnych PO, konkursy na maskotkę promującą RPO, a także inicjatywy takie jak:</p> <ul style="list-style-type: none"> ○ konkurs dla młodzieży – „Polska Wschodnia - tu zaczyna się Unia” - na zdjęcie i film związany tematycznie z PO Rozwój Polski Wschodniej, ○ konkurs dla dziennikarzy – „Nie przegap zmian na wschodzie” - na najlepszą publikację dotyczącą projektów realizowanych w PO Rozwój Polski Wschodniej, ○ konkurs fotograficzny dla uczniów gimnazjów oraz szkół średnich pod hasłem „Przyroda bogata w kolory”. Motywem przewodnim konkursu był temat: „Jak Fundusze Europejskie wpłyną pozytywnie na otaczające nas środowisko naturalne” (PO Infrastruktura i Środowisko). <p>Poniżej przykładowe konkursy poświęcone promocji Funduszy Europejskich w ramach regionalnych programów operacyjnych, realizowane w regionach:</p> <p>województwo dolnośląskie</p> <ul style="list-style-type: none"> • "RPO w twoich oczach" – konkurs dla dziennikarzy i redakcji prasowych, radiowych i telewizyjnych, <p>województwo śląskie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jestem Europejczykiem – konkurs wiedzy o UE dla przedszkolaków, • konkurs plastyczny „Moja europejska rodzina” skierowany do uczniów szkół podstawowych, <p>województwo świętokrzyskie</p> <ul style="list-style-type: none"> • konkurs dla mediów regionalnych „Świętokrzyskie w Europie” - Konkurs skierowany do dziennikarzy z regionalnych redakcji prasowych, radiowych oraz telewizyjnych, • konkurs plastyczny „Moje Marzenia” - Konkurs kierowany do podopiecznych placówek z obszaru wykluczenia społecznego i integracji społecznej – Domów Pomocy Społecznej, Warsztatów Terapii Zajęciowej, Zakładów Aktywności Zawodowej, Domów Dziecka. <p>województwo małopolskie</p>

		<ul style="list-style-type: none"> • konkurs filmowy „Unią Nakręceni”, <p>województwo mazowieckie</p> <ul style="list-style-type: none"> • konkurs pt. "Człowiek najlepsza inwestycja" na najlepszy komiks promujący PO KL, <p>województwo podkarpackie</p> <ul style="list-style-type: none"> • konkurs na „Ambasadora Europejskiego Funduszu Społecznego” - celem konkursu było wyróżnienie i wypromowanie osób/instytucji, które aktywnie działały na rzecz pozyskiwania środków, realizacji oraz promocji projektów dofinansowanych ze środków EFS, <p>województwo lubuskie</p> <ul style="list-style-type: none"> • konkurs związany z emisją cyklu filmów „Obudź swoje życie” na antenie Telewizji Przewodowej w Zielonej Górze, <p>województwo warmińsko – mazurskie</p> <ul style="list-style-type: none"> • konkursu Ambasador EFS 2009, <p>województwo wielkopolskie</p> <ul style="list-style-type: none"> • konkurs „Młodzi wiedzą o funduszach”.
EDUKACJA		
Seminaria/ szkolenia/warsztaty/spotkania informacyjne		
15.	Cykl seminariów „Euro na zdrowie”.	<p>„Euro na zdrowie” było inicjatywą informacyjno–edukacyjną Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, realizowaną przy współpracy merytorycznej Ministerstwa Zdrowia, w okresie styczeń-kwiecień 2009 r. Na projekt składało się 16 regionalnych seminariów, w trakcie których zostało przeszkolonych ok. 1 600 osób. Projekt ten miał na celu podniesienie poziomu wiedzy na temat możliwości wykorzystywania Funduszy Europejskich wśród pracowników jednostek sektora ochrony zdrowia - potencjalnych beneficjentów unijnej pomocy.</p> <p>Uczestnicy uzyskali informacje na temat możliwości dofinansowania projektów zarówno inwestycyjnych, jak też szkoleniowych. Podczas warsztatów, uczyli się jak sporządzać dokumentację aplikacyjną w zakresie przedsięwzięć związanych z ochroną zdrowia, współfinansowanych ze środków europejskich, z naciskiem na Programy Operacyjne Infrastruktura i Środowisko, Kapitał Ludzki oraz Regionalne Programy Operacyjne.</p>

16.	„Euro dla przedsiębiorców”.	Pod koniec 2009 roku rozpoczął się cykl 16 regionalnych seminariów edukacyjnych dla przedsiębiorców, zorganizowany przez MRR i Polską Konfederację Pracodawców Prywatnych Lewiatan. Do kwietnia 2010 r. uczestniczyło w nim łącznie ok. 1600 przedstawicieli przedsiębiorstw, w szczególności mikro, małych i średnich firm. Konferencje miały formę wykładowo-warsztatową. Ponadto, zapewniono możliwość indywidualnych konsultacji i dyskusji z ekspertami. Konsultacji udzielali trenerzy/konsultanci oraz (w przypadku zainteresowania współpracą w zakresie projektu) przedstawiciele instytucji udzielających wsparcia (Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości, urzędy marszałkowskie, Regionalne Instytucje Finansujące). W ramach wykładów i warsztatów poruszane były m.in. takie kwestie jak: kryteria wyboru projektów, proces oceny oraz podstawowe elementy wniosku o dofinansowanie, umowy o dofinansowanie, wniosku o płatność, a także informacje o pakiecie anty kryzysowym MRR.
17.	„Euro dla Polonii”.	W październiku 2009 r. przedstawiciele Ministerstwa Rozwoju Regionalnego przeprowadzili spotkanie informacyjne z zakresu pozyskiwania środków europejskich dla środowisk polonijnych. Podczas spotkania prelegenci przedstawili uczestnikom założenia polityki spójności na lata 2007-2013, omówili programy operacyjne, do których mogą aplikować przedstawiciele Polonii i udzielili wielu konsultacji w zakresie prezentowanych programów. W seminarium wzięło udział 48 przedstawicieli stowarzyszeń, związków i organizacji polonijnych z krajów europejskich.
18.	Seminaria dla dziennikarzy lokalnych.	W 2009 r. IK NSRO ds. informacji i promocji FE kontynuowała współpracę z Fundacją „Centrum Europejskie Natolin” w ramach IV edycji Studium Dziennikarstwa Europejskiego, organizowanego przez Fundację. MRR wspólnie z Centrum zorganizowało cykl czterech seminariów poświęconych możliwościom ubiegania się o dofinansowanie w ramach funduszy strukturalnych i Funduszu Spójności w Polsce w latach 2007-2013, a także promocji dobrych praktyk z okresu 2004-2006. Uczestnikami seminariów byli dziennikarze lokalni i regionalni oraz przedstawiciele mediów akademickich, zajmujący się zawodowo problematyką europejską.
19.	Spotkania „Fundusze Europejskie w drodze do szkoły”	„Fundusze Europejskie w drodze do szkoły” to cykl lekcji edukacyjnych służący uświadomieniu uczniom szkół podstawowych związku pomiędzy inwestycjami współfinansowanymi ze środków Unii Europejskiej, a szeroko rozumianą poprawą bezpieczeństwa w ruchu drogowym. Projekt był realizowany przez IK NSRO ds. informacji i promocji FE oraz w współpracy z policją. Każda lekcja edukacyjna składała się z dwóch części. W pierwszej, policjanci z Mazowieckiej Komendy Wojewódzkiej Policji opowiadali dzieciom o zasadach bezpiecznego zachowania się na drodze, pokazując m.in. filmy edukacyjne. Następnie, osoby znane dzieciom z mediów (Michał Juszcakiewicz, Przemysław Saleta oraz Joanna Jabłczyńska) czytali książeczkę „Mieszkam w Europie. Konkurs”, która w formie zabawnego opowiadania przybliżyła najmłodszym tematykę Unii Europejskiej i Funduszy Europejskich. Całość wieńczył konkurs z nagrodami

20.	Szkolenia organizowane przez IZ PO i IZ RPO	<p>w postaci pakietu materiałów odblaskowych. Pytania dotyczyły zarówno bezpieczeństwa na drogach, jak i funduszy unijnych.</p> <p>Działania obejmowały organizację wielu warsztatów i spotkań szkoleniowych dla beneficjentów m.in. z zakresu podpisywania umów, zasad rozliczania projektów, sprawozdawczości, procedur kontrolnych, procedury zamówień publicznych, oceny wpływu przedsięwzięcia na środowisko, zasad udzielania pomocy publicznej, wypełniania obowiązków informacyjno-promocyjnych.</p> <p>Ogółem w 2009 r. IZ PO i IZ RPO oraz IK RPO zorganizowały 6 754 konferencji/szkoleń/warsztatów.</p>
21.	Szkolenia dla pracowników Sieci Punktów Informacyjnych.	<p>W okresie sprawozdawczym IK NSRO ds. informacji i promocji FE przeprowadziła 10 cykli szkoleniowych dla pracowników nowoprzyjętych i zaawansowanych. Tematyka szkoleń dotyczyła: wprowadzenia do systemu wdrażania funduszy na lata 2007–13, cyklu życia projektu (wniosek o dofinansowanie, procedury odwoławcze, umowa, zabezpieczenia rozliczenia, sprawozdawczość, kontrola) w podziale na projekty twarde i miękkie (w tym akty prawne, wytyczne, regulujące ww. procesy), pomocy publicznej - schematy pomocy (działania, poddziałania w programach operacyjnych), profesjonalnej obsługi klienta.</p> <p>Szkolenia skierowane były do konsultantów udzielających informacji podmiotom z sektorów: przedsiębiorcy, szkolnictwo, organizacje pozarządowe, ochrona zdrowia.</p> <p>Ponadto, rozpoczęto drugą serię szkoleń (do końca 2009 rozpoczęto 4 cykle szkoleń, które kontynuowane były w I kwartale 2010 r.) dotyczących PO IG i PO KL.</p>
22.	Seminaria horyzontalne dla pracowników instytucji NSRO.	<p>Od lipca do listopada 2009 r. zorganizowane zostały seminaria z zakresu wdrażania Funduszy Europejskich 2007-2013, skierowane do pracowników instytucji NSRO. Celem seminariów było podniesienie poziomu wiedzy pracowników ww. instytucji, na temat systemu wdrażania funduszy, ze szczególnym uwzględnieniem zasad wynikających z wytycznych Ministra Rozwoju Regionalnego. Była to V już edycja ww. seminariów. W seminariach wzięło udział ok. 700 osób.</p>
INFORMACJA		
Punkty informacyjne		
23.	Prowadzenie punktów	Od 2008 r. Urzędy Marszałkowskie, z inicjatywy IK NSRO ds. informacji i promocji FE - na podstawie porozumień

informacyjnych.

z Ministerstwem Rozwoju Regionalnego, tworzyły w Polsce **Sieć Punktów Informacyjnych**, których pracownicy bezpłatnie udzielają informacji na temat możliwości pozyskania środków z Funduszy Europejskich.

Osoby, które przyjdą do punktu, skontaktują się telefonicznie lub pocztą elektroniczną, po podaniu podstawowych informacji o własnym statusie i pomysłach na projekt, otrzymują od konsultantów informacje o wszystkich możliwościach pozyskania dofinansowania unijnego lub o ewentualnym udziale w projekcie finansowanym z unijnych programów.

Punkty Informacyjne działające w ramach Sieci Punktów Informacyjnych zobowiązane są do zapewnienia wysokiego standardu usług, w szczególności poprzez przekazywanie profesjonalnej i rzetelnej informacji o Funduszach Europejskich, zapewnienie odpowiednich zasobów ludzkich i infrastruktury umożliwiającej przekazanie wiedzy beneficjentom. Istotnym celem, do którego osiągnięcia dąży MRR jest dostępność informacji. Dlatego tworzone Punkty Informacyjne mają być dostępne również dla osób niepełnosprawnych.

W grudniu 2009 roku funkcjonowało 17 Głównych Punktów Informacyjnych przy urzędach marszałkowskich oraz 83 Lokalnych Punktów Informacyjnych na poziomie podregionów. Ponadto zawarta została umowa z Polską Agencją Informacji i Inwestycji Zagranicznych na prowadzenie Punktu Informacyjnego FE dla inwestorów zagranicznych. Punkt przy PAIiIZ został uruchomiony w czerwcu 2009 roku. W 2009 roku kontynuował swoją działalność Centralny Punkt Informacyjny MRR w Warszawie.

Łącznie w sieci w 2009 r. funkcjonowało 102 punkty informacyjne.

Punkty informacyjne, oprócz udzielania informacji o FE, dystrybuują publikacje dotyczące FE, a także organizują i prowadzą spotkania informacyjne o Funduszach Europejskich dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów. W 2009 roku zorganizowanych zostało 390 spotkań.

W okresie sprawozdawczym przez Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich drogą telefoniczną, mailową i podczas konsultacji bezpośrednich udzielono ponad 141 tysięcy odpowiedzi na zapytania, w tym Centralny Punkt Informacyjny Funduszy Europejskich MRR udzielił łącznie 12 245 odpowiedzi na pytania beneficjentów i potencjalnych beneficjentów.

Ponadto pracownicy CPI prowadzili prezentacje merytoryczne podczas wykładów otwartych organizowanych przez UKiE w Centrum Informacji Europejskiej. Tematyka zrealizowanych wykładów obejmowała m.in.: Fundusze Europejskie na rozwój turystyki, Inwestycja w człowieka istotą Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Ocena wniosków w Programie Kapitał Ludzki, Skąd wziąć pieniądze na uruchomienie własnego biznesu.

W Centralnym Punkcie Informacyjnym zorganizowane zostały cztery spotkania informacyjne dla kobiet wracających na rynek pracy po urlopach wychowawczych, będące wspólną inicjatywą IK NSRO ds. informacji i promocji FE oraz IZ PO KL. Spotkania przebiegały pod hasłem „Mama może wszystko”, a formuła organizacyjna spotkań uwzględniała udział beneficjentów Priorytetu 6 PO KL wraz z prezentacją oferty skierowanej do kobiet po urlopach macierzyńskich i wychowawczych, profesjonalną opiekę nad dziećmi na czas trwania spotkania, prezentację działań i dobrych praktyk oraz konsultacje indywidualne.

Działalność wydawnicza		
24.	Publikacje.	<p>W 2009 r. Ministerstwo Rozwoju Regionalnego było wydawcą kilku atrakcyjnych albumów (m.in. Polska pięknieje. 7 cudów Funduszy Europejskich, Narodowy Plan Rozwoju 2004-2006. Efekty) oraz przewodników tematycznych (Fundusze Europejskie na energetykę odnawialną, Możliwości finansowania kultury z FE, przewodniki z konkursu dotacji). Publikacje MRR były dystrybuowane w trakcie różnorodnych spotkań, seminariów, konferencji, 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.</p> <p>Ponadto, oprócz dodruku dokumentów strategicznych (NSS 2007-2013) oraz dokumentów programowych (programy operacyjne) Ministerstwo publikowało liczne broszury, foldery oraz biuletyny informacyjne. Jak co roku ukazały się sprawozdania i ekspertyzy.</p> <p>IZ PO, IZ RPO i IK RPO w 2009 r. wydały ogółem 6 029 141 egzemplarzy publikacji poświęconych FE. Miały one różnoraki charakter - były to przewodniki, albumy, podręczniki oraz ulotki poświęcone FE w ramach poszczególnych programów operacyjnych.</p>
Internet		
25.	Prowadzenie serwisów internetowych poświęconych FE.	<p>W 2009 r. prowadzony był przez MRR portal www.funduszeuropejskie.gov.pl. Łącznie w 2009 r. portal Funduszy Europejskich odwiedziło 4 129 150 osób.</p> <p>Informacje na temat środków unijnych publikowane były również na bieżąco na stronie Ministerstwa Rozwoju Regionalnego pod adresem www.mrr.gov.pl.</p> <p>IK RPO opracowała na stronie www.funduszeuropejskie.gov.pl serwis tematyczny dotyczący 16 RPO, zawierający informacje na temat poszczególnych programów, instytucji zaangażowanych w ich wdrażanie oraz aktualne wydarzenia.</p> <p>IZ PO i IZ RPO utrzymywały w okresie sprawozdawczym własne strony internetowe, na których zamieszczane były aktualne informacje na temat podejmowanych działań, ogłoszenia dotyczące konkursów, listy rankingowe, dokumenty, publikacje, etc. Stosowano także takie narzędzia jak e-mailing i rozsyłanie newsletterów.</p> <p>Na uwagę zasługują nowe formy komunikacji internetowej:</p>

26.	Mapa Dotacji UE.	<ul style="list-style-type: none"> • województwo łódzkie – uruchomienie bloga na stronie www.pokl.lodzkie.pl, zamieszczanie materiałów edukacyjnych i informacyjnych na portalach społecznościowych: YouTube, SlideShare, Scribd, Flickr, • województwo śląskie - wykorzystanie narzędzi bezpośredniego dotarcia do mieszkańców regionu poprzez portal gazeta.pl (geotargeting), <p>Istotną formą działań informacyjno-promocyjnych o Funduszach Europejskich w roku 2009 był serwis Mapa Dotacji UE - www.mapadotacji.gov.pl zawierający wykaz wszystkich projektów realizowanych w ramach Narodowego Planu Rozwoju oraz Narodowej Strategii Spójności. W sumie w serwisie znajdowały się informacje o ponad 115 tysiącach projektów, z czego ponad 300 opisów projektów wzbogacone było zdjęciami, filmami, animacjami i prezentacjami.</p>
27.	Baza wiedzy o Funduszach Europejskich.	<p>W 2009 r. funkcjonował także intranetowy serwis Baza Wiedzy o Funduszach Europejskich, będący systemem zarządzania publikacją i wymianą informacji oraz pełniący funkcję bazy dokumentów z dostępną wyszukiwarką zasobów informacyjnych w celu wymiany informacji pomiędzy instytucjami zaangażowanymi w zarządzanie wdrażaniem FE.</p>
Wymiana doświadczeń		
28.	INFORM, INIO, Grupa Sterująca ds. Informacji i Promocji, Grupa Robocza do spraw informacji, promocji i szkoleń przy KK NSRO.	<p>W 2009 r. przedstawiciele IK NSRO w zakresie informacji i promocji FE oraz IZ PO i IZ RPO, aktywnie brali udział w spotkaniach grup/sieci współpracy KE, tj.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • INFORM (IK NSRO, IZ PO oraz IZ RPO) • INIO (IZ PO KL), <p>a także – na forum krajowym w spotkaniach:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Grupy Sterującej ds. Informacji i Promocji, składającej się z przedstawicieli IK NSRO, IZ PO, IZ RPO i IK RPO, • Grupy Roboczej do spraw informacji, promocji i szkoleń przy Komitecie Koordynującym NSRO, składającej się z przedstawicieli IK NSRO, IZ Programem Rozwoju Obszarów Wiejskich, IZ PO Zrównoważony Rozwój Sektora Rybołówstwa i Nadbrzeżnych Obszarów Rybackich 2007-2013, Ministerstwa Spraw Zagranicznych, Przedstawicielstwa KE w Polsce oraz partnerów społeczno-gospodarczych. <p>Spotkania te służą wymianie doświadczeń i informacji na temat prowadzonych działań, a w przypadku Grupy Sterującej i Grupy Roboczej przy KK NSRO także tworzeniu zaleceń (tzw. rekomendowanych dobrych praktyk) sprzyjających zapewnieniu komplementarności działań informacyjnych i promocyjnych w zakresie funduszy strukturalnych i Funduszu Spójności realizowanych w ramach poszczególnych PO/RPO.</p> <p>Ponadto IZ PO i IZ RPO, organizowały – dla instytucji zaangażowanych we wdrażanie poszczególnych PO/RPO - szereg spotkań dotyczących spraw bieżących i służących wymianie informacji/doświadczeń.</p>

Ewaluacja

29. Badania prowadzone przez IK NSRO.

W 2009 roku IK NSRO ds. informacji i promocji FE przeprowadziła pięć badań – jedno strategiczne, którego wyniki pozwoliły wytyczyć dalszy kierunek horyzontalnych działań informacyjnych i promocyjnych oraz monitorować postęp wskaźników założonych w *Strategii komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007 – 2013* oraz cztery badania operacyjne, pozwalające usprawniać i optymalizować poszczególne działania. Były to:

- **Badanie skuteczności działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich i analiza społecznego odbioru tych działań”**

Badanie strategiczne, o charakterze sondażu na ogólnopolskiej reprezentatywnej próbie, powtarzane rokrocznie. Jego głównym celem było oszacowanie dynamiki zmiany świadomości społecznej na temat Funduszy Europejskich. Najistotniejsze wyniki pokazały, że w porównaniu do poprzednich lat wzrósł poziom podstawowej znajomości Funduszy Europejskich – rozpoznawalności znaku Narodowej Strategii Spójności (w porównaniu z rokiem 2008 wzrost o 11 punktów procentowych - z 18% do 29%), znajomości nazw „Fundusze Europejskie” (odsetek osób które spotkały się z tą nazwą oraz wiedzą co ona oznacza wzrósł o 10 punktów procentowych w porównaniu do roku 2008 – z 44% do 54% oraz o 33 punkty procentowe w stosunku do roku 2006 – z 21% do 54%) i „Narodowa Strategia Spójności” (wzrost o 19 punktów procentowych w porównaniu do 2007 roku – z 5% do 24%).

- **Badanie skuteczności kampanii „Dobra Informacja ... Na Dobry Początek”**

Badanie operacyjne, dwuetapowe; na ogólnopolskiej, reprezentatywnej próbie. Wykazało ono m.in., że konwencja reklamy została pozytywnie odebrana – telewizyjny spot reklamowy w stopniu co najmniej umiarkowanym podobał się niemal czterem piątym (77%) respondentów. Ponadto, reklama była właściwie odczytywana – zapytani o sens reklamy, respondenci stwierdzali najczęściej, iż mówiła ona o źródłach informacji o Funduszach Europejskich (29%), o możliwości uzyskania dofinansowania z FE (26%), o istnieniu serwisu funduszeuropejskie.gov.pl (24%), o możliwości starania się o dofinansowanie (23%) oraz o istnieniu punktów informacyjnych (14%). W świetle wyników badania, kampania osiągnęła cel rozpropagowania konkretnych źródeł informacji o FE – po kampanii odsetek osób spontanicznie wymieniających adres strony internetowej funduszeuropejskie.gov.pl jako miejsca poszukiwania wiedzy o FE, w stosunku do poziomu wyjściowego, wzrósł z 7% do 15%, zaś procent osób mówiących w tym kontekście o punktach informacyjnych - z 15% do 21%.

- **Badanie Punktów Informacyjnych tworzących System Informacji o Funduszach Europejskich oraz działających w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki**

Badanie operacyjne, prowadzone technikami analizy ankiet dla klientów punktów informacyjnych, tajemniczego klienta (wizyty osobiste, e-maile, telefony) oraz wywiadów jakościowych z konsultantami dotyczyło istniejących punktów informacyjnych. W zakres badania weszła kompleksowa analiza jakości funkcjonowania punktów informacyjnych w aspektach takich jak: obsługa klienta, infrastruktura lokalowa, organizacja pracy, promocja usług i współpraca z innymi

<p>30.</p>	<p>Badania prowadzone przez IZ PO i IZ RPO.</p>	<p>instytucjami. Badanie pokazało, że średnia ocena wszystkich punktów w każdym z badanych obszarów wyniosła 69,9 na skali od 0 do 100, co należy uznać za dość dobry wynik. Efektem badania były zindywidualizowane tabele rekomendacji przekazane do każdego z punktów informacyjnych.</p> <ul style="list-style-type: none"> <p>Analiza użyteczności portalu Funduszy Europejskich www.funduszeuropejskie.gov.pl</p> <p>Badanie operacyjne, wykonywane technikami analizy eksperckiej, obserwacji użytkowników, badania eye tracking. Przeprowadzone zostało po to, aby sprawdzić na ile architektura informacyjna i zastosowane rozwiązania graficzne portalu są zgodne z obowiązującymi standardami oraz jak funkcjonują w interakcji z użytkownikami. Najważniejszy wynik badania - ocena ogólna strony wyniósł 4,5 na skali 0 – 6 punktów. Bardzo wysokie - 100% oceny m.in. uzyskało menu i zastosowane mechanizmy informatyczne, relatywnie słabsze noty dotyczyły wyszukiwarki oraz sposobu konstruowania tekstów. Większość rekomendacji wyznaczających kierunek optymalizacji serwisu została już wdrożona.</p> <p>Badanie stron internetowych instytucji tworzących system wdrażania Funduszy Europejskich na lata 2007 – 2013</p> <p>Dwuetapeowe badanie operacyjne, wykonywane techniką analizy eksperckiej. Jego celem było sprawdzenie na ile strony internetowe prowadzone przez instytucje systemu wdrażania Funduszy Europejskich (100 stron) są poprawne merytorycznie, tj. zgodne z najważniejszymi dokumentami <i>Wytycznymi MRR w zakresie informacji i promocji, Strategią komunikacji Funduszy Europejskich</i> oraz na ile są przyjazne dla użytkownika i wygodne w obsłudze według nowoczesnych standardów użyteczności stron internetowych. Po etapie diagnozy nastąpiło wydanie rekomendacji, a później monitoring stopnia ich wdrożenia. Badanie wykazało, że instytucje w znacznym stopniu uwzględniły informację zwrotną na temat wyników analizy prowadzonych przez siebie stron - poprawność merytoryczna i wizualna witryn poprawiła się średnio o 14 punktów procentowych - z 65% do 79%.</p> <p>W okresie sprawozdawczym IZ PO i IZ RPO przeprowadziły 22 badania, wśród których znajdują się: badania odbioru elementów kampanii medialnych, badania użyteczności poszczególnych narzędzi komunikacji, takich jak publikacje, strony internetowe, czy punkty informacyjne, systematyczna diagnoza stopnia poinformowania społeczeństwa i beneficjentów, także potencjalnych, na temat Funduszy Europejskich w ramach poszczególnych programów operacyjnych.</p>
------------	--	---

2. Postęp rzeczowy działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych.

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 2009 r.

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	Planowana wartość docelowa	Wartość osiągnięta
Punkty informacyjne	Liczba punktów	70	102								
	Liczba osób odwiedzających punkty	36 000	31 128								
	Liczba odpowiedzi udzielonych drogą elektroniczną	36 000	15 025								
	Liczba odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną	70 000	95 598								
Kampanie Informacyjne i promocyjne o szerokim zasięgu	Liczba przeprowadzonych kampanii	2	1 ¹								
	Stopień znajomości logotypów NSS wśród społeczeństwa	20%	29% ²								
	Poziom wiedzy ogólnej nt. Funduszy Europejskich	-	54% ³								
	Poziom świadomości społecznej o roli odgrywanej przez Fundusze Europejskie i UE w rozwoju kraju	-	84% ⁴								

¹ Była to kampania składająca się z 2 etapów

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

³ Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań” na reprezentatywnej próbie 1610 Polaków; jesień 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”.

⁴ Źródło: „Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań” na reprezentatywnej próbie 1610 Polaków, jesień 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”.

	<i>Poziom poparcia/zadowolenia społeczeństwa dla członkostwa Polski w UE</i>	-	85% ⁵								
<i>Szkolenia dla pracowników instytucji zaangażowanych we wdrażanie NSS oraz beneficjentów i potencjalnych beneficjentów</i>	<i>Liczba uczestników szkoleń dla pracowników instytucji</i>	5000 ⁶	840								
	<i>Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów</i>	5000 ⁷	4670								
	<i>Liczba szkoleń dla pracowników instytucji</i>	9 ⁸	3								
	<i>Liczba szkoleń dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów</i>	9 ⁹	8								
	<i>Stopień znajomości procedur i zasad wdrażania NSS przez pracowników instytucji zaangażowanych</i>	-	- ¹⁰								
	<i>Odsetek respondentów wyrażających pozytywne opinie nt. interwencji Funduszy Europejskich</i>	-	- ¹¹								
<i>Organizowanie lub współorganizowanie konferencji, targów, innych imprez masowych</i>	<i>Liczba zorganizowanych lub współorganizowanych konferencji, targów, innych imprez masowych</i>	9	9								
	<i>Liczba uczestników konferencji, targów, innych imprez masowych</i>	3 000	12 900								
<i>Serwisy internetowe</i>	<i>Liczba serwisów</i>	2	2 ¹²								
	<i>Liczba wejść na serwisy</i>	1 500 000	4 203 150								
<i>Newsletter portalu „Fundusze Europejskie”</i>	<i>Liczba wysłanych wiadomości/newsletterów</i>	150	851 240								
	<i>Liczba subskrybentów newslettera</i>	5 000	16 370								

⁵ 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”.

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

⁷ J.w.

⁸ łączna liczba planowanych szkoleń dla pracowników instytucji oraz beneficjentów i beneficjentów planowana w 2009 r.

⁹ J.w.

¹⁰ W 2009 r. nie był prowadzony pomiar wskaźnika.

¹¹ J.w.

¹² 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								
	Wolumen egzemplarzy wszystkich publikacji informacyjnych	150 000	1 588 784 ¹³								
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								
Konkursy dotacji na działania informacyjne i promocyjne	Liczba zorganizowanych konkursów dotacji na działania informacyjne i promocyjne	2	2								
Elektroniczna platforma komunikacji - Baza wiedzy o FE	Liczba użytkowników platformy	500	5 471								
	Poziom satysfakcji użytkowników z platformy komunikacji	-	_14								
Horyzontalne grupy robocze dotyczące informacji i promocji Funduszy Europejskich	Liczba grup roboczych	3	3								
	Liczba spotkań grup roboczych	7	9								
Badania ewaluacyjne	Liczba badań ewaluacyjnych o charakterze strategicznym	3	1								
	Liczba badań ewaluacyjnych o charakterze operacyjnym	6	4								
Materiały informacyjno-promocyjne (np. publikacje, ulotki, broszury, reklamy, plakaty, druki, gadzety itp.)	Liczba tytułów/ rodzajów wszystkich materiałów informacyjno-promocyjnych	15	17								
	Liczba egzemplarzy wszystkich materiałów informacyjno - promocyjnych	10 000	170 200								

¹³ Wskaźnik „wolumen wszystkich publikacji” zawiera liczbę publikacji wydawanych przez IK NSRO oraz nakład tytułów dzienników ogólnopolskich, w których zamieszczane były artykuły dotyczące Funduszy Europejskich na zlecenie IK NSRO.

¹⁴ W 2009 r. nie był prowadzony pomiar wskaźnika.

Podsumowanie:

W 2009 r. Instytucja Koordynująca Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia ds. informacji i promocji oraz pozostałe instytucje systemu wdrażania Narodowej Strategii Spójności prowadziły szereg różnorodnych działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych poświęconych Funduszom Europejskim, skierowanych do wielu różnych grup docelowych. Przygotowywały one kampanie promocyjne o szerokim zasięgu, organizowały liczne eventy i konkursy, inicjowały kontakty i współpracę ze stacjami telewizyjnymi, radiowymi i wydawcami prasowymi, prowadziły punkty informacyjne, również mobilne - objazdowe; szkoliły beneficjentów, a także inne grupy docelowe; inwestowały w rozwój narzędzi internetowych, wydawały publikacje informacyjne i promocyjne oraz podejmowały wiele innych inicjatyw.

W związku z poziomem wydatkowania środków unijnych w Polsce, rok 2009 był okresem intensywnej promocji szans i możliwości, jakie wiążą się z Funduszami Europejskimi, co miało na celu motywowanie potencjalnych beneficjentów do ubiegania się o środki. Równocześnie był to także okres wyzwalający wzmożoną promocję dobrych praktyk i korzyści płynących z członkostwa Polski w Unii Europejskiej dzięki polityce spójności.

Istotą aktywności informacyjno - promocyjnej nt. FE prowadzonej w 2009 r. w Polsce przez instytucje zaangażowane była optymalizacja działań w ramach spójnej, zintegrowanej strategii – z cennym wykorzystaniem wiedzy i doświadczeń IZ RPO wynikających ze znajomości kontekstu lokalnego.

Dzięki tym działaniom, w stosunku do lat poprzednich znajomość zarówno pomocy europejskiej, jak i poszczególnych programów znacznie się zwiększyła, o czym świadczą przytoczone już powyżej wyniki ogólnopolskiego sondażu z 2009 r. Zgodnie z nimi, w porównaniu do 2008 r. rozpoznawalność Regionalnych Programów Operacyjnych poszczególnych województw wzrosła o 14%, rozpoznawalność Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego zwiększyła się o 12%, Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki – o 10%, Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka – o 7%, zaś Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko – o 6%. Wyniki badania pokazują ponadto, że wiedza Polaków o Funduszach Europejskich staje się coraz bardziej precyzyjna, co niewątpliwie jest także wynikiem działań informacyjnych i promocyjnych. Dotacje przestają być utożsamiane z bezpośrednią pomocą dla rolników (77% wskazań rolników jako grupy uprawnionej do ubiegania się o dofinansowanie w 2008 r., 51% w 2009 r.), wsparciem dla bezrobotnych (27% wskazań w 2008 r., 17% wskazań w 2009 r.) i niepełnosprawnych (15% wskazań w 2008 r., 10 % wskazań w 2009 r.). Zaczynają być natomiast częściej postrzegane jako szansa rozwojowa, o czym świadczy wzrastający odsetek wskazań firm prywatnych jako ich potencjalnych beneficjentów (42% wskazań w 2008 r., 52% wskazań w 2009 r.).