

**Załącznik do uchwały nr 1735/268/21
Zarządu Województwa Mazowieckiego
z dnia 2 listopada 2021 r.**

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych na 2021 rok dla Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2014-2020

Aktualizacja 15 września 2021 r.

Spis treści:

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych na 2021 rok dla Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2014-2020.....	1
Spis treści:.....	2
1. Wstęp.....	3
2. Podstawy opracowania Roczego planu działań.....	3
2.1 Kluczowe dokumenty.....	3
2.1 Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe „Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020”.....	4
2.2 Wyniki badań i analiz.....	5
3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2021.....	7
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2021.....	9
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji.....	28
7. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu.....	30

1. Wstęp

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych dla „Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020” (zwany dalej Rocznym planem działań, w skrócie RPD) jest dokumentem o charakterze operacyjnym, przygotowanym przez Mazowiecką Jednostkę Wdrażania Programów Unijnych, w skrócie MJWPU (IP RPO WM) przy ścisłej współpracy ze wszystkimi IP i IZ RPO WM¹, na potrzeby realizacji w 2021 roku zapisów ww. „Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020”.

Dokument określa podstawy i sposoby realizacji zadań informacyjnych i promocyjnych, poświęconych Regionalnemu Programowi Operacyjnemu Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020. Wymienia i opisuje najważniejsze działania komunikacyjne prowadzone przez Urząd Marszałkowski Województwa Mazowieckiego w Warszawie, Mazowiecką Jednostkę Wdrażania Programów Unijnych, Wojewódzki Urząd Pracy w Warszawie oraz Urząd Miasta Stołecznego Warszawy. Określa ich cele, ramy czasowe oraz szacunkowy budżet.

Dane kontaktowe do podmiotu odpowiedzialnego za sporządzenie RPD:

Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych
Wydział Informacji i Promocji Funduszy Europejskich
ul. Jagiellońska 74, 03-301 Warszawa
tel. (+48 22) 542 22 26, faks (+48 22) 698 31 44

Osoba do kontaktu:

Dorota Krall
tel. (+48 22) 542 22 26
e-mail: d.krall@mazowia.eu

Elżbieta Tomkiewicz
tel. (+48 22) 542 22 90
e-mail: e.tomkiewicz@mazowia.eu

Beata Rzymowska
tel. (+48 22) 542 21 01
e-mail: b.rzymowska@mazowia.eu

2. Podstawy opracowania Rocznego planu działań

2.1 Kluczowe dokumenty

- Wytyczne ministra właściwego do spraw rozwoju regionalnego w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020;
- Strategia komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020;
- Strategia komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020;
- Kierunki i priorytety działań informacyjno-promocyjnych IZ RPO w 2021 r.;

¹ Zgodnie z podpisanym przez MJWPU i UMWM „Porozumieniem w sprawie realizacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020”

- „Badanie rozpoznawalności i wiedzy o Funduszach Europejskich w społeczeństwie polskim. Raport dla Województwa Mazowieckiego. Edycja 2018” – wykonane na zamówienie MliR, grudzień 2018 r;
- Kierunki i priorytety działań informacyjno promocyjnych KPO i RPO w 2020 r. – uzupełnienie (zasady prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych nt. COVID-19)
- Zalecenia Komisji Europejskiej dotyczące komunikacji i promocji funduszy europejskich przekazane pismem numer ref. Ares(2019)4976083 z dn. 30 lipca 2019 roku w sprawie pozytywnej oceny „Sprawozdania rocznego z wdrażania RPO WM 2014-2020 w 2018 roku”.

2.1 Cel strategiczny programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe

„Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020”

Cel strategiczny:

Główne cele rozwojowe województwa zapisane w Programie to inteligentny, zrównoważony rozwój zwiększający spójność społeczną i terytorialną przy wykorzystaniu potencjału mazowieckiego rynku pracy. Kluczowym zadaniem komunikacji Funduszy Europejskich wynikającym z „Umowy Partnerstwa” jest wspieranie wykorzystania środków europejskich dla realizacji celów rozwojowych Mazowsza.

Cel nadrzędny Strategii komunikacji:

Komunikacja Funduszy Europejskich wspomaga wykorzystanie środków z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020 dla realizacji celów rozwojowych regionu.

Celami szczegółowymi na 2021 rok będzie:

1. eksponowanie i promowanie zmian w najbliższym otoczeniu zachodzących dzięki realizacji projektów współfinansowanych przez Fundusze Europejskie;
2. podniesienie poziomu świadomości społeczeństwa na temat:
 - różnorodności obszarów wspieranych z FE,
 - widoczności efektów wdrażania FE w najbliższym otoczeniu,
 - wpływu FE na rozwój województwa;
3. wsparcie beneficjentów w realizacji projektów ze strony opiekunów projektów oraz poprzez szkolenia, webinary, tutoriale i publikacje (poradniki, podręczniki);
4. dotarcie do opinii publicznej w regionie i uczestników projektów z informacją o wsparciu z funduszy UE na walkę i przeciwdziałanie skutkom pandemii COVID-19, w tym m.in. o podpisanych umowach, zakupie środków trwałych, itd.;
5. aktywizacja potencjalnych beneficjentów w ubieganiu się o wsparcie z pozostałej alokacji programu oraz poprawa jakości składanych wniosków, co w konsekwencji przełoży się na wysoki procent wniosków zatwierdzonych do dofinansowania i większą liczbę podpisanych umów;
6. informowanie potencjalnych beneficjentów, beneficjentów, potencjalnych uczestników projektów o szczególnych rozwiązaniach/uproszczeniach wprowadzonych w związku z występującymi sytuacjami kryzysowymi (np. sytuacją pandemii);
7. informowanie o trwających przygotowaniach do nowej perspektywy i jej otwarciu, a także zapoznanie poszczególnych grup docelowych z założeniami programu na lata 2021-2027.

2.2 Wyniki badań i analiz

„Badanie rozpoznawalności i wiedzy o Funduszach Europejskich w społeczeństwie polskim. Raport dla Województwa Mazowieckiego. Edycja 2018” - wykonane na zamówienie MliR, grudzień 2018 r.

1. Mazowszanie statystycznie częściej czytają ogólnopolskie dzienniki i inne gazety codzienne: 29% sięga po nie co najmniej raz w tygodniu (w porównaniu do 24% w skali kraju), wcale nie robi tego 58%- (64% w próbie ogólnopolskiej). Badani zdecydowanie chętniej sięgają po wydania papierowe (80%+) niż wersje elektroniczne (7%-). [...] Po gazety regionalne i lokalne wydawane w województwie mazowieckim sięga 13% badanych, to wyrażnie mniej niż w próbie ogólnopolskiej (24%).

Mimo, że Mazowszanie nieco częściej niż wskazywałaby średnia dla całego kraju sięgają po prasowe wydania papierowe, zakup powierzchni pod artykuły sponsorowane lub ogłoszenia zwłaszcza w tygodnikach regionalnych nie jest opłacalny ekonomicznie. Ze względu na problemy wynikające z braku mutacji regionalnych w tytułach ogólnokrajowych zamieszczanie płatnych komunikatów czy reportaży w periodykach o lokalnym zasięgu nie jest efektywne, ponieważ w bardzo niewielkim stopniu dotrą do mieszkańców województwa.

2. 70%+ badanych, a więc o 9 p.p. więcej niż w całej populacji, codziennie lub prawie codziennie korzysta z Internetu, odwiedzając najczęściej następujące strony i portale internetowe: google.pl (65%), facebook.pl (64%+) oraz youtube.pl (48%). 54%+ badanych z Mazowsza ma konto na portalu społecznościowym i znakomita większość z nich odwiedza je codziennie lub prawie codziennie (87%+). Do najpopularniejszych serwisów społecznościowych w regionie należą: facebook.pl (98%), YouTube (17%) oraz Instagram (13%).

Analiza prowadzonych przez MJWPU kanałów w mediach społecznościowych (Twitter, Facebook, YouTube) wskazuje, że potencjalni beneficjenci nie powinni mieć problemu ze znalezieniem potrzebnych informacji dotyczących różnych aspektów realizacji programu regionalnego. Wskazane jest kontynuowanie zadania, jednak konieczne jest także wprowadzenie dodatkowych działań promocyjnych skierowanych na pozycjonowanie stron oraz ich promocję w Internecie.

1. Zalecenia Komisji Europejskiej dotyczące komunikacji i promocji funduszy europejskich przekazane pismem numer ref. Ares (2019)4976083 z 30 lipca 2019 roku w sprawie pozytywnej oceny „Sprawozdania rocznego z wdrażania RPO WM 2014-2020 w 2018 roku”.

Jeśli chodzi o działania informacyjne i promocyjne, zarówno Parlament Europejski, jak i Rada wciąż wzywają Komisję Europejską i państwa członkowskie do podjęcia wysiłków na rzecz usprawnienia komunikacji Polityki Spójności w celu zwiększenia jej widoczności. Komisja Europejska docenia wysiłki włożone w promocję podsumowania dotychczasowych efektów, chciałaby jednak zwrócić uwagę na sposoby, których celem będzie poprawa najpopularniejszych działań komunikacyjnych:

1 Wydarzenia, wydarzenia cykliczne, konferencje

Z jednej strony, wydarzenia i konferencje są wydarzeniami budującymi wizerunek, które angażują społeczność, z drugiej zaś, są również szansą na zaangażowanie interesariuszy (np. beneficjentów). Jakość aktywności jest najważniejszym aspektem, ponieważ wpływa na reputację Instytucji Zarządzającej jako organizatora i jednostki angażującej wszystkich partnerów.

Wydarzenia związane z Funduszami Europejskimi przeprowadzone w atrakcyjnej formie zmotywują beneficjentów, którzy następnie zechcą je promować na kanałach własnych, jak i w działaniach marketingowych. Na działania informacyjne i promocyjne, niektórych z wydarzeń przeznaczona jest

znacząca część budżetu (do 20% całkowitego rocznego budżetu). W związku z powyższym, rekomendowane jest, aby Instytucja Zarządzająca:

- zapewniła prawidłowe oznakowanie wydarzeń i powiązań z Funduszami Europejskimi
- rozwinęła znaczącą współpracę z mediami
- wprowadziła statystyki i badania nad efektami komunikacji, uzyskanymi przez te aktywności.

2 Bezpośrednia współpraca z beneficjentami i wsparcie beneficjentów w ich aktywnościach informacyjnych i promocyjnych

Zaangażowanie beneficjentów Polityki Spójności w obowiązkowe i dobrowolne działania informacyjno-promocyjne zależy w dużej mierze od relacji z Instytucją Zarządzającą i od zbudowanej w oczach beneficjentów reputacji. Beneficjenci, zwłaszcza przedsiębiorcy, muszą zrozumieć jakie benefity płyną z tego typu aktywności.

3 Social Media

Komisja przyjmuje z zadowoleniem działania MJWPU w prowadzeniu kanałów w mediach społecznościowych. Content związany z projektami Polityki Spójności powinien być dostępny i atrakcyjny, aby zwiększyć poziom zainteresowania odbiorców. W celu podniesienia potencjału mediów społecznościowych, jest rekomendowane by np.:

- aktywnie moderować kanały social media (zaangażowanie w komentowanie, linkowanie, udostępnianie),
- skupić wszystkie działania na budowaniu możliwie jak największej społeczności na kanale i na dostarczaniu zwięzłej, transparentnej i angażującej zawartości,
- tworzyć wysokiej jakości zawartość, aby nabyć bezpłatne multiplikatory,
- budować świadomość o projektach Polityki Spójności i wartościach, które reprezentują,
- używać obowiązujących trendów w social marketingu, by wypracować zunifikowany format postów, jak i zasad tworzenia treści,
- na bieżąco monitorować treści m.in. za pomocą słów kluczowych i programów analitycznych.

4 Media

Skuteczna współpraca z mediami, np. utrzymanie relacji osobistych, opracowywanie profesjonalnych relacji prasowych i kreatywnych materiałów informacyjnych, tworzenie tematów, to podstawa do podwyższenia rangi komunikacji. Z punktu widzenia zdobycia wszystkich ważnych grup docelowych, dla Instytucji Zarządzającej najważniejsze jest:

- przesyłanie do mediów wysokiej jakości informacji na temat procesu wdrażania projektów współfinansowanych przez Unię Europejską,
- organizowanie spotkań edukacyjnych z dziennikarzami, lokalnymi liderami opinii publicznej na temat Funduszy,
- monitoring mediów, ocenianie aktywności w mediach.

5 Kampanie

Komisja docenia starania Instytucji Zarządzającej w prowadzeniu w szerokim zasięgu kampanii informacyjno-promocyjnych. Jednocześnie zauważamy, że korzystanie z niemierzalnych mediów, bez prowadzenia bezpośrednich badań, uniemożliwia osiągnięcie celów jakościowych. Dlatego raporty z przeprowadzonych kampanii mają w dużej mierze charakter ilościowy. Dlatego rekomendujemy:

- wzmocnienie roli wartości reprezentowanych w Polityce Spójności w kampaniach,
 - podniesienie roli kryteriów jakościowych w kampaniach i skupienie się na efektach kampanii bardziej niż na działaniach,
 - współpracę ze specjalistami w każdej dziedzinie (kreacji, mediów, produkcji) by skorzystać z ich doświadczenia,
 - badania powinny być wdrożone w celu podniesienia skuteczności działań i wybranych kanałów rozpowszechniania: należy zwiększyć rolę wstępnych testów i empirycznych ocen skuteczności kampanii.
- **„Kierunki i priorytety działań informacyjno-promocyjnych KPO i RPO w 2020 r. – uzupełnienie” przekazane pismem IK UP nr DIP.I.7570.6.2020 w sprawie stanowiska IK UP w sprawie aktualizacji Rocznych planów działań w związku z aktualną sytuacją spowodowaną pandemią.**

Aktualizacja Rocznych planów działań informacyjnych i promocyjnych powinna uwzględniać bieżącą sytuację spowodowaną pandemią. W możliwie największym stopniu przy zachowaniu efektywności prowadzonych działań i wyznaczonych celów komunikacji planowane działania powinny odzwierciedlać ograniczenia wprowadzone w związku z koronawirusem. Ponieważ wiele zaplanowanych działań informacyjno-promocyjnych i edukacyjnych, m.in. imprezy masowe czy wydarzenia i szkolenia w formie stacjonarnej, nie będzie mogło się odbywać należy odpowiednio zmienić i dostosować planowane w RPD działania i budżety oraz dobrać odpowiednie kanały i narzędzia komunikacji.

Działania rekomendowane do realizacji:

- większa liczba działań przy wykorzystaniu internetu oraz pozostałych mediów masowych kosztem działań typu konferencje, targi, imprezy masowe, itp.,
- działania edukacyjne on-line: webinary, wideokonferencje, itp.,
- rezygnacja z organizacji działań, które wymagałyby gromadzenia uczestników, na rzecz działań w internecie i z wykorzystaniem mediów tradycyjnych.

3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2021

W 2021 roku mechanizm komunikacji, wynikający z aktualnego stanu wdrażania programów z perspektywy 2014-2020 będzie w pierwszej kolejności na etapie:

1. ZOBACZ – skierowanym do odbiorców rezultatów i opinii publicznej, gdzie działania informacyjne i promocyjne mają służyć przede wszystkim prezentacji efektów wykorzystania Funduszy Europejskich na Mazowszu. Z uwagi na zamykanie perspektywy 2014-2020 działania promocyjne dotyczące efektów Funduszy Europejskich będą oparte na konkretnych osiągnięciach (produktach/ usługach/ infrastrukturze), z której mogą korzystać w codziennym życiu lub które pośrednio przekładają się na jakość życia. Wskazanie na praktyczny wymiar i użyteczność ma być potwierdzeniem tego, że dofinansowanie projektów z Funduszy Europejskich ma sens i jest ważne, albowiem kreuje pozytywne zmiany na Mazowszu.
2. POLEĆ – skierowanym do beneficjentów i uczestników projektów, polegającym na zaangażowaniu podmiotów i osób realizujących projekty dofinansowane z FE oraz ich uczestników w działania polegające na dzieleniu się doświadczeniami. Ich historie mają być zachętą dla osób poszukujących wsparcia lub wahających się. W tym etapie ważne jest

wykorzystywanie narracji storytellingowej, polegającej na pokazaniu konkretnej historii, wykorzystującej wypowiedzi i opinie osób dzielących się doświadczeniami.

3. **KORZYSTAJ** – komunikacja adresowana do potencjalnych beneficjentów oraz potencjalnych uczestników projektów zachęcająca grupy docelowe do podjęcia działań własnych promocyjnych.

Z powyższego wynika, że działania informacyjno-promocyjne podejmowane przez IZ oraz IP RPO muszą służyć przede wszystkim zwiększeniu widoczności efektów polityki spójności.

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

1. **Prowadzenie portalu RPO WM 2014-2020 www.funduszedlamazowska.eu** poprzez m.in.:

- informowanie o naborach, webinarach, szkoleniach oraz bieżących wydarzeniach,
- aktualizowanie treści w tym umieszczenie przykładów projektów zrealizowanych bądź w trakcie realizacji na stronie RPO WM oraz na Portalu Funduszy Europejskich i Mapie Dotacji UE (także przetłumaczone na język angielski), aktualizacja harmonogramów i ogłoszeń o konkursach,
- zamieszczanie dokumentów programowych i publikacji,
- prezentowanie na stronach internetowych podstawowych informacji dotyczących stopnia realizacji Programu (w tym liczba podpisanych umów, stopień kontraktacji, wykorzystanie alokacji).

2. **Prowadzenie działań promocyjnych i informacyjnych** prezentujących przykłady projektów już zrealizowanych (lub w trakcie realizacji) oraz ich rezultaty, w celu zwiększenia widoczności efektów polityki spójności. Wybrane projekty powinny pokazywać wpływ FE na rozwój województwa /regionu z perspektywy poszczególnych osób (projekty w najbliższym otoczeniu mieszkańca). Najlepiej gdyby promowane przykłady „dobrych praktyk” z perspektywy 2014-2020 miały charakter innowacyjny i spełniały kryteria europejskiej wartości dodanej (EAV). Będą to m.in.:

- kampania informacyjno-promocyjna szerokiego zasięgu,
- artykuły na stronach internetowych oraz w magazynie „Fundusze Europejskie na Mazowszu”,
- uzupełnione na bieżąco opisy i zdjęcia w na portalu RPO WM www.funduszedlamazowska.eu, portalu ministerstwa www.mapadotacji.gov.pl oraz materiały przesyłane do IKUP i KE,
- publikacje (wersje papierowe i elektroniczne),
- konferencje, spotkania i 11.Forum Rozwoju Mazowsza (lub 12.e-Forum Rozwoju Mazowsza),
- udział w grupach roboczych poświęconych tematyce informacji i promocji,
- produkcja i emisja filmów promujących „dobre praktyki”, dotyczące projektów realizowanych w ramach RPO WM.

3. **Prowadzenie działań promocyjnych, informacyjnych i szkoleniowych** głównie związane prowadzeniem oraz z zamykaniem projektów w praktyce (końcowe rozliczanie projektu, kontrola, monitorowanie trwałości projektu, archiwizacja, promocja projektu). Działania podejmowane w tym zakresie będą się wzajemnie uzupełniać zwiększając jednocześnie możliwości dotarcia z informacją o ogłaszanych konkursach do potencjalnych beneficjentów. W zależności od sytuacji epidemiologicznej będą to m.in.:

- newslettery i informacje zamieszczane na portalach branżowych i społecznościowych,
- powiadomienia elektroniczne bezpośrednio rozsyłane do subskrybentów,
- szkolenia podstawowe, webinaria, spotkania informacyjne oraz konferencje regionalne,
- informowanie potencjalnych beneficjentów (w wypadku gdy w 2021 roku będą prowadzone jeszcze nabory) o możliwościach dofinansowania i sposobach realizacji projektów poprzez Punkt Informacyjny EFS i stronę internetową WUP w Warszawie,
- komunikacja z potencjalnymi beneficjentami oraz potencjalnymi uczestnikami za pośrednictwem mediów społecznościowych,

- działania informacyjno-promocyjne w komunikacji miejskiej i kolejowej na terenie Mazowsza w postaci ogłoszeń na ekranach LCD oraz plakatach o planowanych naborach w ramach Osi VIII RPO WM.
4. **Współorganizowanie Dni Otwartych Funduszy Europejskich** on-line w siedzibach beneficjentów oraz udział w akcji informacyjno-promocyjnej realizowanej we współpracy z MFiPR. Zapewnienie promocji oraz wsparcia dla beneficjentów biorących udział w akcji.
 5. **Współpraca z mediami** oparta m.in. na przekazywaniu interesujących treści oraz organizacja konferencji prasowych (w tym również on-line), uczestniczenie w roli eksperta w audycjach radiowych i telewizyjnych, itp.
 6. **Współpraca z siecią PIFE** i realizacja wspólnych przedsięwzięć informacyjno-edukacyjnych oraz wsparcie konsultantów PIFE w pozyskiwaniu informacji o bieżących lub planowanych naborach, przekazywanie informacji o naborach, zmianach w naborach, organizowanie spotkań z konsultantami na temat zasad danego naboru, itp.
 7. **Kontynuacja wydarzeń cyklicznych** np. 11. Forum Rozwoju Mazowsza, którego tematem wiodącym jest RPO WM. W związku z niepewną sytuacją epidemiczną decyzja o formule wydarzeń (organizowane stacjonarne lub on-line) lub o rezygnacji uzależnione będą od sytuacji epidemiologicznej oraz związanych z nią regulacji prawnych.
 8. **Współpraca z IK UP** przy przygotowywaniu i promowaniu informacji dotyczących naborów do konkursów oraz projektów dla ludzi młodych, a także wspólne akcje promujące konkursy KPO, w działania aktywizujące uczestników projektów, w działania promujące efekty polityki spójności, etc.

4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na rok 2021

W związku z realizacją działań w 2021 roku (rozdział 3), w celu osiągnięcia optymalnych efektów synergii w komunikacji RPO WM, wszystkie instytucje zaangażowane w to zadanie wzięły pod uwagę poniższe wytyczne:

1. Działania zostaną skierowane do konkretnych grup docelowych:
 - opinia publiczna oraz odbiorcy rezultatów,
 - beneficjenci realizujący projekty (w szczególności przedsiębiorcy z sektora MŚP),
 - potencjalni beneficjenci, dla których będą ogłaszane konkursy w 2021 roku (w szczególności przedsiębiorcy z sektora MŚP),
 - w razie potrzeby: do potencjalnych uczestników projektów, uczestników projektów, podmiotów wdrażających instrumenty finansowe oraz do potencjalnych ostatecznych odbiorców wsparcia instrumentów finansowych,
 - a także: beneficjenci, potencjalni beneficjenci i uczestnicy projektów, opinia publiczna oraz zainteresowane grupy odbiorców związane działaniami i zainteresowane wsparciem z Funduszy Europejskich na walkę i przeciwdziałanie skutkom społeczno-gospodarczym pandemii COVID-19.
2. Działania dla opinii publicznej (w tym odbiorców rezultatów) koncentrują się na zwiększaniu widoczności efektów polityki spójności poprzez prezentowanie przykładów projektów zrealizowanych lub realizowanych oraz ich efekty. Projekty powinny spełniać kryteria europejskiej wartości dodanej (EAV), pokazywać wpływ FE na rozwój województwa oraz wzrost poziomu życia osobistego mieszkańców.

3. Ze względu na ograniczenia spowodowane rozprzestrzenianiem się koronawirusa oraz konieczność zachowania dodatkowych zasad bezpieczeństwa, realizacja większej liczby działań informacyjnych i promocyjnych zostanie przekierowana na realizację w Internecie lub przy wykorzystaniu Internetu.
4. Instytucje zaangażowane w promocję i informowanie o FE będą dalej dbały by język materiałów i dokumentów skierowanych do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów był dla nich zrozumiały, zgodnie z poradnikiem „*Prosto o konkursach FE*”.
5. Działania powinny służyć informowaniu wyłącznie o Funduszach Europejskich. Działania nie będą miały charakteru autopromocji osób/instytucji czy kampanii politycznych.
6. Wszystkie realizowanie działania oraz materiały informacyjne muszą być zgodne ze standardami wyznaczonymi w „*Wytycznych w zakresie realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn w ramach funduszy unijnych na lata 2014-2020*”.
7. Działania dla beneficjentów opierać się będą na wspieraniu ich w realizacji projektów (głównie w obszarze edukacji i informacji).
8. Instytucje zaangażowane w promocję FE na Mazowszu aktywnie włączają się w horyzontalne działania i akcje koordynowane przez MFIPR, w tym m.in. w organizację w regionie akcji Dni Otwarte Funduszy Europejskich, we wspólne akcje promujące konkursy KPO, w działania aktywizujące uczestników projektów, w działania promujące efekty polityki spójności, etc.
9. Instytucje zaangażowane w działania informacyjno-promocyjne zapewnią wszelkie prawa umożliwiające przekazanie zdjęć do wykorzystania w działaniach informacyjno-promocyjnych IK UP i KE na terytorium UE.
10. W zakresie działań informacyjnych i promocyjnych nt. COVID-19:
 - inicjatywy współfinansowane z Funduszy Europejskich muszą być komunikowane czytelnie i jasno,
 - materiały, komunikaty, dokumenty dot. wsparcia przedsięwzięć ze środków polityki spójności UE muszą być właściwie i wyraźnie oznaczone (np. poprzez hasztagi #FunduszeEuropejskie, #wsparcieUE, itp., użycie ciągu logotypów),
 - należy dołożyć starań, aby zakupiony z udziałem FE sprzęt czy wyposażenie został oznaczony (np. naklejkami z obowiązkowym zestawieniem znaków właściwym dla danego programu).

Tabela 1. Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach RPO WM 2014-2020 w roku 2021

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
1. Koordynacja, w tym badania i ewaluacja, wymiana doświadczeń							
1. 1	Koordynacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji	działania wspierające realizację Strategii	instytucje zajmujące się wdrażaniem Funduszy	Konsultacje nt. dokumentów programowych MFIPR Opracowanie i aktualizacja dokumentów operacyjnych na poziomie województwa. Przygotowanie oraz koordynacja sprawozdań w zakresie działań WUP, IP ZIT i UMWM	MJWPU, UMWM MJWPU	Cały rok	0,00 zł
1. 2	Udział w grupach	działania wspierające realizację Strategii	instytucje zajmujące się wdrażaniem Funduszy	Obecność przedstawicieli IP/IZ RPO WM w Grupie Sterującej ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich w spotkaniach on-line lub stacjonarnie (zgodnie z obowiązującymi ustawami i rozporządzeniami).	UMWM, MJWPU	Cały rok	0,00 zł
				Stały kontakt telefoniczny i e-mailowy członków Grupy roboczej ds. informacji i promocji w ramach RPO WM na lata 2014-2020 oraz organizacja spotkań stacjonarnych w wypadku odwołania stanu zagrożenia epidemicznego	MJWPU, UMWM, WUP w Warszawie ZIT WOF	Cały rok	0,00 zł
1. 3	Współpraca międzynarodowa	działania wspierające realizację Strategii	instytucje zajmujące się wdrażaniem Funduszy	Uczestnictwo i reprezentacja w czasie spotkań on-line zarówno w kraju, jak i zagranicą (np. Open Days, INFORM).	MJWPU	Cały rok	0,00 zł
1. 4	Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy	działania wspierające realizację Strategii	instytucje zajmujące się wdrażaniem Funduszy	Badanie społeczne	-	-	-
				Badania ewaluacyjne pt. „Ocena realizacji zasady równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami, zasady równości szans kobiet i mężczyzn oraz	IZ RPO WM	marzec 2021	150 500,00 zł***

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				działań informacyjno-szkoleniowych w ramach RPO WM 2014-2020", dostępnego w Serwisie RPO WM pod adresem https://www.funduszedlamazowska.eu/wp-content/uploads/2021/05/badanie-ewaluacyjne-w-zakresie-polityk-horyzontalnych.pdf			
1. 5	Inne	działania wspierające realizację Strategii	instytucje zajmujące się wdrażaniem Funduszy	Zakup programów niezbędnych do monitorowania mediów, w tym np. ruchu na prowadzonych socialmediach, zbierających statystyki potrzebne do planowania postów na kanałach społecznościowych.	MJWPU	Cały rok	16 383,60 zł*
2. Działania informacyjne							
2. 1	System informacji - sieć PIFE	Sieć PIFE w województwie mazowieckim prowadzona jest w ramach Umowy dotacji dotyczącej realizacji projektu Pomocy Technicznej" o numerze DIP/BDG-II/POPT/123/14 z dnia 9 września 2014 roku zawartej między ministrem do spraw rozwoju a Województwem Mazowieckim. W województwie funkcjonuje Główny Punkt Informacyjny (GPI) przy Mazowieckiej Jednostce Wdrażania Programów Unijnych w Warszawie i cztery Lokalne Punkty Informacyjne (LPI) w: Siedlcach, Radomiu, Ostrołęce i Płocku. Szczegółowe plany realizacji tego działania na dany rok są przedstawiane we <i>Wniosku o przyznanie dotacji celowej na 2021 r.</i> Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z Ministerstwem. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy.					
2. 2	Informowanie o wydarzeniach, eventach, podpisywaniu umów	Cykliczne przekazywanie informacji do IK UP na temat uroczystości i innych inicjatyw własnych lub beneficjentów związanych z konferencjami, wydarzeniami, z podpisywaniem umów, otwarciem/oddaniem do użytku projektów, etc.			MJWPU, WUP w Warszawie	Cały rok	0,00 zł
2. 3	Portale i serwisy internetowe	1,2,3,4	beneficjenci, potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów, media, ogół społeczeństwa	Prowadzenie i bieżąca aktualizacja strony internetowej RPO WM 2014-2020 www.funduszedlamazowska.eu zawierającej informacje o możliwościach dofinansowania projektów z RPO WM. W ramach aktualizacji portalu będą zamieszczane przykłady projektów w jęz. polskim i angielskim w zakładce: https://www.funduszedlamazowska.eu/o-programie/zobacz-efekty/ oraz równolegle na Mapie Dotacji. Zakup licencji na zdjęcia i programy graficzne	MJWPU	Cały rok	100 000,00 zł*

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				Wszystkie materiały zamieszczane na stronach dostosowane są do WCAG 2.0 w stopniu minimum AA. Materiały audio zostaną opatrzone w napisy lub zostanie wprowadzony dodatkowo tłumacz migowy. Prowadzenie portali poświęconych wydarzeniom prowadzonym przez MJWPU związanych z promocją Funduszy Europejskich w ramach RPO WM 2014-2020: www.forumrozwojumazowska.pl www.liderzmian.eu www.funduszenamazowszu.eu			
				Przekazywanie informacji nt. aktualnych naborów, harmonogramów, list projektów oraz innych informacji celem ich zamieszczenia na serwisie RPO WM. Spójność przekazu zapewniona poprzez zamieszczanie tożsamyh informacji na stronie internetowej WUP http://rpo-wupwarszawa.praca.gov.pl/ oraz na portalu www.funduszeuropejskie.gov.pl	WUP w Warszawie	Cały rok	0,00 zł
				W ramach działań informacyjnych planowane jest bieżące aktualizowanie serwisu internetowego www.omw.um.warszawa.pl. Portal będzie przekierowywał użytkowników na strony Funduszy Europejskich: www.funduszedlamazowska.eu oraz www.funduszeuropejskie.gov.pl.	IP ZIT	Cały rok	0,00 zł
2. 4	Baza wiedzy	4	instytucje zajmujące się wdrażaniem Funduszy	Administrowanie zespołami programu oraz uzupełnianie i aktualizowanie informacji w serwisie Baza Wiedzy.	MJWPU, UMWM, WUP w Warszawie	Cały rok	0,00 zł
2. 5	Mapa dotacji	1,2,3,4	beneficjenci, potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów, media,	Stałe aktualizowanie bazy projektów na www.mapadotacji.gov.pl: 1. MJWPU uprości/uzupełni minimum 30 opisów projektów na Mapie Dotacji UE; 2. WUP w Warszawie uzupełni serwis o 6 nowych opisów projektów (liczba szacowana na podstawie spodziewanego wyniku)	MJWPU, WUP w Warszawie	Cały rok	0,00 zł

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			opinia publiczna	rozstrzygnięcia konkursu z 2020 r. z uwzględnieniem wysokości alokacji)			
2. 6	Wyszukiwarka Dotacji	1,2,3,4	beneficjenci, potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów, media, opinia publiczna	Stale aktualizowanie treści na www.funduszeuropejskie.gov.pl/wyszukiwarka , m.in. uzupełnianie informacji o naborach na portalu FE i w Wyszukiwarce Dotacji.	MJWPU, WUP w Warszawie	Cały rok	0,00 zł
2. 7	Inne	1,2,3,4	beneficjenci, potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów, media, opinia publiczna	Prowadzenie profili w mediach społecznościowych poświęconych Funduszom Europejskim w ramach RPO WM 2014-2020: 1. Facebook „Fundusze dla Mazowsza”: https://www.facebook.com/MJWPU 2. Twitter „Fundusze dla Mazowsza”: https://twitter.com/MJWPU 3. LinkedIn „MJWPU”: https://www.linkedin.com/company/mjwpu/ 4. YouTube „Fundusze dla Mazowsza”: https://www.youtube.com/user/MJWPUTUBE 5. Instagram „Fundusze dla Mazowsza”: https://www.instagram.com/fundusze_dla_mazowsza/?hl=pl	MJWPU	Cały rok	0,00 zł
				W WUP w Warszawie prowadzony jest Punkt Informacyjny EFS. Zakres usług punktu obejmuje: - diagnozę klienta; - udzielanie konsultacji bezpośrednich, telefonicznych, pisemnych, e-mailowych; informowanie o warunkach, kryteriach i procedurach przyznawania dofinansowania projektów w ramach ogłaszanych konkursów/naborów.	WUP w Warszawie	Cały rok	0,00 zł
3. Działania edukacyjne							
3. 1	Szkolenia dla beneficjentów	2	beneficjenci	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla beneficjentów na temat:	MJWPU	Cały rok	215 369,37 zł*

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
	w Szkolenia stacjonarne			- Szkolenie w formie warsztatów i analiz (EFRR) – zamykanie projektów w praktyce (końcowe rozliczanie projektu, kontrola, monitorowanie trwałości projektu) w ramach RPO WM 2014-2020 - Wprowadzanie zmian w projekcie i umowie o dofinansowanie oraz osiąganie wskaźników i ryzyka z tym związane w ramach RPO WM 2014-2020. Zamówienia publiczne realizowane zgodnie z zasadą konkurencyjności. - Monitorowanie uczestników projektu oraz rozliczanie projektu za pomocą systemu SL2014 w ramach EFS RPO WM 2014-2020 - Prawa i obowiązki Beneficjentów – analiza umowy o dofinansowanie projektu współfinansowanego z EFS w ramach RPO WM 2014-2020 oraz zamówienia publiczne realizowane zgodnie z zasadą konkurencyjności. - <u>Zasada konkurencyjności stosowana w projektach współfinansowanych z RPO WM 2014-2020.</u> - <u>Od podpisania umowy o dofinansowanie do zakończenia trwałości projektu współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach RPO WM.</u> - Analiza umowy o dofinansowanie projektu oraz rozliczanie projektu w systemie SL2014 – RPO WM 2014-2020. W przypadku dalszego utrzymywania się stanu pandemii planowane szkolenia będą dostosowane do bieżącej sytuacji i obowiązujących w danym czasie zaleceń. Przewidywana liczba szkoleń 29 Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: 725 osób			
3. 2	Szkolenia dla beneficjentów w Szkolenia online (e-	2	beneficjenci	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie webinarów dla beneficjentów na tematy związane z realizacją projektów². Webinary będą dostępne na żywo w uniwersalnym systemie do realizacji webinarów (wejście przez stronę: www.funduszedlamazowska.eu), a później możliwe do odtworzenia na	MJWPU	Cały rok	3 105,75 zł*

² Tematy, liczba oraz terminy webinarów nie są znane – będą zależeć od zgłoszonych potrzeb beneficjentów.

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
	learning, webinaria itp.)			portalach społecznościowych MJWPU: 1. Fundusze dla Mazowsza na portalu Facebook 2. Fundusze dla Mazowsza na portalu Twitter 3. MJWPU na LinkedIn 4. MJWPU na Youtube – https://www.youtube.com/user/MJWPUTUBE/videos Liczba szkoleń będzie zależała od zapotrzebowania beneficjentów.			
				Szkolenia dla beneficjentów w formule on-line – minimum 34 dla 857 uczestników na tematy związane z prawidłową realizacją i rozliczaniem projektów.	MJWPU	Cały rok	0,00 zł*
		2	beneficjenci	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie czterech jednodniowych szkoleń specjalistycznych on line prowadzonych przez firmy zewnętrzne, dla beneficjentów na temat: 1. <i>Rozliczanie końcowe projektów w perspektywie finansowej 2014-2020.</i> 2. <i>Założenia nowej perspektywy.</i> 3. <i>Zasady równości szans kobiet i mężczyzn w oparciu o standard minimum w kontekście realizacji projektów EFS.</i> 4. <i>Zachowanie trwałości projektów EFS.</i> Przewidywana liczba szkoleń: 4 Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: 3 x 20 osób + 1 x 39 osób = 99 osób. Koszt jednostkowy szacowany na poziomie około 151,51 zł/uczestnika szkolenia, w skład którego wchodzi usługa trenerska oraz przygotowanie materiałów szkoleniowych przez firmę w przypadku szkolenia on line. Tematyka szkoleń dostosowana do potrzeb i oczekiwań beneficjentów związanych m.in. z zakończeniem realizacji projektów, ich rozliczeniem końcowym, zachowaniem trwałości projektów oraz założeniami z nowej perspektywy.	WUP w Warszawie	Cały rok	15 000,00 zł**

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
3. 3	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów w Szkolenia stacjonarne	1	potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie szkoleń dla potencjalnych beneficjentów na temat: - <i>Szkolenia w ramach ogłaszanych naborów w 2020 r.</i> - <i>Zasady konstruowania budżetu w projekcie UE oraz wypełnienia wniosku o dofinansowanie (MEWA 2.0).</i> W przypadku dalszego utrzymywania się stanu pandemii planowane szkolenia będą dostosowane do bieżącej sytuacji i obowiązujących w danym czasie zaleceń. Przewidywana liczba szkoleń: 1 Planowana liczba uczestników wszystkich szkoleń: 25 osób	MJWPU	Cały rok	7 426,53 zł*
		1,2	potencjalni beneficjenci, beneficjenci	W ramach działań edukacyjnych dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów (partnerów Porozumienia gmin Warszawskiego Obszaru Funkcjonalnego o współpracy w zakresie realizacji Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych w perspektywie finansowej UE 2014-2020 z dnia 21 lutego 2014 r. z późn. zm.) zaplanowano cykl szkoleń dedykowanych tematyce funduszy europejskich i realizacji projektów partnerskich. Szkolenia będą realizowane on-line lub stacjonarnie (w wypadku odwołania stanu zagrożenia epidemicznego). W wypadku finansowania z POPT – osiągnięte wskaźniki zostaną wykazane w sprawozdaniu dot. tego programu.	IP ZIT	Cały rok	Finansowane z POPT
3. 4	Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów w Szkolenia online (elearning, webinaria itp.)	1	potencjalni beneficjenci	Działanie obejmuje organizację i przeprowadzenie webinarów dla potencjalnych beneficjentów na tematy związane z aplikowaniem o środki z RPO WM 2014-2020. Szkolenia będą dostępne na żywo w uniwersalnym systemie do realizacji webinarów (wejście przez stronę www.funduszedlamazowsza.eu), a później na portalach społecznościowych MJWPU: - Fundusze dla Mazowsza na portalu Facebook - Fundusze dla Mazowsza na portalu Twitter - MJWPU na LinkedIn - MJWPU na Youtube	MJWPU	Cały rok	3 105,75 zł*

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				https://www.youtube.com/user/MJWPUTUBE/videos Liczba szkoleń będzie zależała od harmonogramu naborów w 2021 roku.			
				Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów w formule on-line – minimum 5 dla 88 uczestników na temat: - Szkolenia w ramach ogłaszanych naborów w 2020 r. - Zasady konstruowania budżetu w projekcie UE oraz wypełnienia wniosku o dofinansowanie (MEWA 2.0).	MJWPU	Cały rok	0,00 zł*
3. 5	Inne (np. spotkania informacyjne, szkolenia dla pracowników systemu wdrażania)	1	Potencjalni beneficjenci	Spotkanie informacyjne z dokumentacji naboru projektów w ramach Działania 8.1 RPO WM 2014-2020 dla przedstawicieli Powiatowych/Miejskich Urzędów Pracy z obszaru woj. mazowieckiego. Spotkanie na platformie szkoleniowej on line, bezkosztowe.	WUP w Warszawie	I kwartał	0,00 zł
4. Działania informacyjno-promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania w Internecie							
4. 1	Pakiet działań pronaborowych	1	potencjalni beneficjenci	Dla każdego naboru/ przygotowane zostaną następujące działania: 1. publikacja ogłoszenia o konkursie na PFE (w tym w wyszukiwarce dotacji), 2. publikacja ogłoszenia o konkursie na stronie internetowej IOK/IZ, 3. wysłanie informacji o konkursie do PIFE, 4. wysłanie newslettera z informacją o konkursie lub jeśli instytucja nie dysponuje tym narzędziem, wysłanie informacji o konkursie email'em, 5. wysłanie notatki prasowej na temat ogłaszanego konkursu. Nabory/konkursy na trudniejsze/ mało popularne działania objęte zostaną rozszerzonym pakietem działań promocyjnych, na który składać się będzie dodatkowo (zaznacz właściwe) ☐ organizacja spotkania/szkolenia informacyjnego ☐ publikacja ogłoszenia konkursie w prasie lokalnej/regionalnej ☒ organizacja szkolenia z właściwego przygotowania wniosków	-	-	-

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				☐ emisja spotów radiowych w stacjach o zasięgu.... ☒ publikacja informacji o konkursie w mediach społecznościowych ☒ inny: przeprowadzenie webinarów oraz zamieszczone tutoriale			
4. 1 a	Działania dla MŚP	1	potencjalni beneficjenci	Działania skierowane do potencjalnych beneficjentów sektora MŚP będą realizowane jeżeli w 2021 będą ogłoszone konkursy kierowane do ww. grupy docelowej. Będą to: - szkolenia dla potencjalnych beneficjentów dotyczące aplikowania o środki; - newslettery, powiadomienia itp.; - webinary; - tutoriale.	-	-	-
4. 1 b	Działania dla MŚP	2	beneficjenci	Działania dedykowane dla sektora MŚP: - szkolenia specjalistyczne dotyczące realizacji oraz rozliczania projektów; - newslettery; - webinary.	-	-	-
4. 2	Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu	1,2,3,4	potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, odbiorcy rezultatów, ogół społeczeństwa	Kontynuacja kampanii informacyjno-promocyjnej szerokiego zasięgu z 2020 roku prezentującej efekty wdrażania RPO WM 2014-2020. Szczegóły znajdują się w tabeli 3.	MJWPU	1.1.2021 - 2.IX.2021	286 630,59 zł*
				Kampania informacyjno-promocyjna szerokiego zasięgu dotycząca Funduszy Europejskich dla Mazowsza. Szczegóły znajdują się w tabeli 4.	MJWPU	III-IV kwartał	295 000,00 zł*
4. 3	Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☐ nie ☒					
		1,2,3,4	potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów,	Udział pracowników MJWPU na zaproszenie w programach telewizyjnych w roli ekspertów.	MJWPU	Cały rok	0,00 zł
				Udział przedstawicieli samorządu województwa mazowieckiego, w tym członków Zarządu Województwa Mazowieckiego, dyrektorów	UMWM	Cały rok	0,00 zł

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			odbiorcy rezultatów, ogół społeczeńst wa	departamentów UM WM oraz wojewódzkich samorządowych jednostek organizacyjnych (wsjo) w programach informacyjnych i publicystycznych w roli ekspertów lub beneficjentów funduszy.			
4. 4	Radio (audycje sponsorowane , reklamy)	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☐ nie ☒					
		1,2,3,4	potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, odbiorcy rezultatów, ogół społeczeńst wa	Udział pracowników MJWPU na zaproszenie w programach emitowanych w radiu w roli ekspertów. Udział przedstawicieli samorządu województwa mazowieckiego, w tym członków Zarządu Województwa Mazowieckiego, dyrektorów departamentów UM WM oraz wojewódzkich samorządowych jednostek organizacyjnych (wsjo) w programach informacyjnych i publicystycznych w roli ekspertów lub beneficjentów funduszy unijnych. Działania promocyjne poświęcone będą rozpowszechnieniu informacji o projektach realizowanych w ramach Osi VIII RPO WM tzw. dobre praktyki. Celem działania będzie: - pokazanie efektów realizowanych projektów. Działania obejmują produkcję oraz emisję 6 audycji o charakterze reportażu z materiałem wideo w dedykowanych stacjach radiowych z odpowiedniego subregionu w lokalnych rozgłośniach radiowych, obejmujących swym zasięgiem konkretny obszar z terenu woj. mazowieckiego, czyli odpowiednio: subregion płocki, subregion radomski, subregion siedlecki, subregion ciechanowski, subregion ostrołęcki oraz subregion warszawski. Działania promocyjne poświęcone będą rozpowszechnieniu informacji o audycjach na temat tzw. dobrych praktyk.(6 spotów) Celem działania będzie: - zapowiedź audycji na temat tzw. dobrych praktyk.	MJWPU	Cały rok	0,00 zł
					UMWM	Cały rok	0,00 zł
					WUP w Warszawie	II-IV kwartał	60 000,00 zł**
					WUP w Warszawie	II-IV kwartał	17 490,00 zł**

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				Działania obejmują produkcję oraz emisję 6 spotów radiowych informujących i zapowiadających audycje radiowe. Spoty emitowane będą w dedykowanych stacjach radiowych z odpowiedniego subregionu w lokalnych rozgłoszeniach radiowych, obejmujących swym zasięgiem konkretny obszar z terenu woj. mazowieckiego, czyli odpowiednio: subregion płocki, subregion radomski, subregion siedlecki, subregion ciechanowski, subregion ostrołęcki oraz subregion warszawski.			
4. 5	Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☐ nie ☒					
		1,2,3,4	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, odbiorcy rezultatów, ogół społeczeństwa	Artykuły sponsorowane dotyczące poszczególnych naborów lub efektów realizowanych projektów w prasie regionalnej. W przypadku finansowania z PO PT – osiągnięte wskaźniki zostaną wykazane w sprawozdaniu dot. tego programu.	IP ZIT	Cały rok	Finansowane z POPT
4. 6	Internet (sponsorowane publikacje, reklamy, media społecznościowe)	Czy działanie to będzie w ramach kampanii o szerokim zasięgu, o którym mowa w pkt.: tak ☐ nie ☒					
		1,2,3,4	potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, odbiorcy rezultatów	Streaming – transmisje na żywo on-line z wydarzeń organizowanych lub współorganizowanych przez MJWPU umieszczone na stronach http://www.funduszedlamazowska.eu i mazowia.eu oraz w mediach społecznościowych typu Facebook czy YouTube np. https://www.youtube.com/user/MJWPUTUBE .	MJWPU	Cały rok	38 520,00 zł*
		1,2	potencjalni beneficjenci, beneficjenci	Wysyłanie newsletterów oraz powiadomień do wybranych grup odbiorców. Aktualizacja bazy danych beneficjentów oraz potencjalnych beneficjentów.			15 000,00 zł*

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
		1,2,3,4	potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, odbiorcy rezultatów, ogół społeczeństwa	Produkcja 22 filmów informacyjno-promocyjnych prezentujących efekty wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego (RPO WM) – do zamieszczenia w mediach społecznościowych na kanale You Tube www.youtube.com/MJWPUTube oraz na stronie www.funduszedlamazowska.eu , emisji podczas konferencji, FRM, spotkań czy innych wydarzeń organizowanych przez MJWPU, a także na innych nośnikach np. ekranach LCD w komunikacji miejskiej, Filmy będą prezentowane podczas wizyt studyjnych (nie tylko krajowych delegacji). Filmy będą mogły być udostępniane np. przedstawicielstwu KE do zamieszczenia w swoich social mediach oraz do zamieszczenia na Mapie Dotacji.			289 050,00 zł*
		1,2,3	potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, odbiorcy rezultatów	Działania w Internecie związane będą z ze zwiększeniem rozpoznawalności strony internetowej poświęconej programowi oraz zadań realizowanych w ramach Osi VIII RPO WM a tym samym promocją tzw. dobrych praktyk w ramach realizowanych projektów. Celem działania będzie: - prezentowanie ogólnych informacji na temat właściwej Osi VIII RPO WM. - prezentowanie efektów realizacji projektów w ramach Osi VIII RPO WM. Działania obejmują: - działania w wyszukiwarkach internetowych – pozycjonowanie strony (SEM) http://rpo-wupwarszawa.praca.gov.pl/ - działania w wyszukiwarkach internetowych – optymalizacja strony (SEO) http://rpo-wupwarszawa.praca.gov.pl/ 1. promocja postów zamieszczonych na profilu „Aktywni na Mazowszu” 2. banery na stronach/serwisach informacyjnych 3. Kampania na YouTube	WUP w Warszawie	I, II-IV kwartał	23 414,53 zł**
				W terminie od 11.01.2021 r. do 28.01.2021 r. prowadzona była kampania w internecie związana z prowadzonym naborem wniosków o dofinansowanie w ramach Poddziałania 8.3.2. Kampania obejmowała:	WUP w Warszawie	I kwartał	10 578,00 zł

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				promocję postów na Facebooku, reklamę banerową, reklamę GoogleSearch.			
				MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE Aktualizacja i rozwijanie prowadzonego profilu na Facebooku oraz Youtube o nazwie „Aktywni na Mazowszu” w zakresie RPO WM. Profil prowadzony przez pracowników IP.	WUP w Warszawie	Cały rok	0, 00 zł
4. 7	inne	1,2,3,4	potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, odbiorcy rezultatów, ogół społeczeństwa	Zakup usługi dostęp do banku zdjęć do wykorzystania w mediach społecznościowych oraz na stronach internetowych na potrzeby działań informacyjnych i promocyjnych prowadzonych przez WUP w Warszawie w ramach PO WER i RPO WM 2014-2020.	WUP w Warszawie	III-IV kwartał	2 000,00 zł **
				W ramach zadania planowane jest wyprodukowanie filmu informacyjno-promocyjnego dotyczącego efektów wdrażania RPO WM.	WUP w Warszawie	IV kwartał	21 517,47 zł
5. Imprezy otwarte i inne							
5. 1	Eventy, pikniki, festyny	1,2,3,4	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów, ogół społeczeństwa	Imprezy organizowane w województwie mazowieckim przez podmioty zewnętrzne – udział w najważniejszych wydarzeniach (gdy tematyka wydarzenia jest zbieżna z obszarami wsparcia RPO WM lub gdy odwiedzającymi są faktycznie grupy potencjalnych beneficjentów lub beneficjentów). Udział pracowników MJWPU w charakterze: eksperta, panelisty, wystawcy, szkoleniowca i in. Zadanie będzie realizowane w przypadku odwołania obostrzeń związanych z sytuacją epidemiologiczną.	MJWPU /zewnętrzne podmioty	Cały rok	0,00 zł
5. 2	Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy itp.	1,2,3,4	bezpośrednio: środowiska opiniotwórcze -media. pośrednio: potencjalni beneficjenci,	Działanie obejmuje m.in.: - opracowanie informacji prasowych m.in. dotyczących uruchamianych naborów, wydarzeń, organizowanych konferencji, - mailing aktualności do dziennikarzy, - udzielanie odpowiedzi na zapytania dziennikarzy (mailowo i telefonicznie) m.in. na podstawie danych otrzymanych z komórek merytorycznych - organizacja śniadań prasowych (np. z uroczystych podpisań umów)	MJWPU/UMW M	Cały rok	0,00 zł

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
			odbiorcy rezultatów	w tym on-line – transmisje w mediach społecznościowych.			
		1,2,3	bezpośredni o: środowiska opiniotwórcze -media. pośrednio: potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów	Działania informacyjno-promocyjne w zakresie instrumentu ZIT będą oparte na działaniach media relations: współpracy z dziennikarzami poprzez Wydział prasowy w Biurze Marketingu Miasta Urzędu m.st. Warszawy (mailing informacji prasowych).	IP ZIT	Cały rok	0,00 zł
5. 3	Organizacja akcji Dni Otwartych Funduszy Europejskich	3,4	ogół społeczeńst wa	Działanie obejmuje aktywne włączenie się w organizację DOFE poprzez pokazanie projektów unijnych realizowanych/zrealizowanych dzięki FE. Zrealizowane zostaną działania promocyjne polegające na rozpowszechnianiu informacji o realizowanych zadaniach przy wykorzystaniu dostępnych materiałów informacyjno-promocyjnych.	MJWPU, WUP w Warszawie	V	0,00 zł*
5. 4	Inne	1,2,3,4	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, partnerzy, środowiska opiniotwórcze - media	Organizacja i promocja 11. Forum Rozwoju Mazowsza (11FRM) Tegoroczna edycja przyjmie konwencję dwudniowego wydarzenia konferencyjnego organizowanego w formule hybrydowej (2 studia z obecnością prelegentów w studiach), jednak w związku z niepewną i dynamiczną sytuacją związaną z epidemią SARS-CoV-2 , wynikającymi z tego potrzebami i obowiązkami Organizatora, dopuszczamy możliwość modyfikacji z formuły hybrydowej i przyjęcia formuły on-line (2 studia – łączenie zdalne ze wszystkimi prelegentami. Podczas wydarzenia będzie prowadzona transmisja online za pośrednictwem, której uczestnicy będą mogli przysłuchiwać się debatom. Podczas wydarzenia skupimy się na prezentacji debat, prelekcji, wymianie doświadczeń i prezentacji efektów wdrażania funduszy europejskich z perspektywy zarówno podmiotów korzystających z dotacji, jak i mieszkańców Mazowsza (w skrócie: promujemy #eFEktUE). Istotne będzie również odniesienie do sytuacji związanej z epidemią SARS-CoV-2 .W dyskusjach wezmą udział przedstawiciele różnych środowisk, liderzy opinii, beneficjenci lub/i	MJWPU	III-IV kwartał	650 000,00 zł*

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				przedstawiciele instytucji uczestniczących we wdrażaniu środków europejskich.			
				Cykl 8 konferencji regionalnych (jednodniowych) prezentujących stopień wdrażania RPO WM 2014-2020 na Mazowszu oraz plany działania (przede wszystkim nabory planowane w 2022 r.). Liczba uczestników maksymalnie 50 osób. Podczas konferencji będą przeprowadzone konsultacje i szkolenia indywidualne (<i>face to face</i>) w specjalnie przygotowanym punkcie.	MJWPU	III-IV kwartał	57 826,00 zł*
				Organizacja konferencji otwierającej nowy okres programowania RPO WM 2021-2027 w Warszawie	MJWPU/UMW M	IV kwartał	0,00 zł ³
7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych							
7. 1	Publikacje (drukowane i elektroniczne)	1,2,3,4	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów, środowiska opiniotwórcze - media	Magazyn informacyjny RPO WM „Fundusze Europejskie na Mazowszu” – wersja elektroniczna dostępna na specjalnej stronie poświęconej publikacji: www.funduszenamazowszu.eu (2 numery) oraz druk i dostawa wersji papierowej (2 numery x 3000 egz.) – dystrybucja do ok. 500 podmiotów na Mazowszu oraz podczas wydarzeń organizowanych przez MJWPU i w Oddziałach Zamiejscowych MJWPU.	MJWPU	Cały rok	151 310,66 zł*
				Dokumenty programowe RPO WM na lata 2014-2020 – wersje elektroniczne udostępnione na portalu www.funduszedlamazowsza.eu	MJWPU, WUP w Warszawie, IP ZIT, UMWM	Cały rok	0,00 zł
				Publikacja dwujęzycznego albumu „Perły Mazowsza VI”, który będzie prezentować zdjęcia i informacje o obiektach i inwestycjach o charakterze społecznym, innowacyjnym i kulturowym zrealizowanych ze środków RPO WM 2014-2020 oraz jego elektronicznej wersji w programie Microsoft Word oraz w PDF do odczytu przez program udźwiękowiający dla niewidomych użytkowników wersji polsko-angielskiej bez zdjęć oraz elektronicznej wersji adaptacji publikacji do potrzeb osób słabowidzących w druku powiększonym w wersji polsko-	MJWPU	VII-XII	80 000,00 zł*

³ Realizacja zadania uzależniona od daty podpisania Umowy partnerstwa z województwem mazowieckim. Wydarzenie będzie realizowane ze środków przeniesionych z 2020 roku na 2022 rok.

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
				angielskiej ze zdjęciami. Nakład 2000 egz. – dystrybucja podczas wydarzeń organizowanych przez MJWPU i w Oddziałach Zamiejscowych MJWPU.			
				Publikacja i tłumaczenie broszury (katalog) pt. „Komercjalizacja na Mazowszu”. Nakład 500 egz. Dystrybucja podczas wydarzeń organizowanych przez MJWPU.		IV kwartał	0,00 zł ⁴
7. 2	Zdjęcia i materiały video	1,2,3,4	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów, środowiska opiniotwórcze - media	Działanie polega na bieżącym gromadzeniu zdjęć, plików video i innych materiałów multimedialnych dokumentujących projekty i wydarzenia, wraz z prawami autorskimi i zależnymi, również na potrzeby działań horyzontalnych prowadzonych m.in. przez IK UP oraz KE. Zamówienie przez MJWPU usługi fotograficznej mającej na celu skompletowanie bazy zdjęć na potrzeby publikacji albumów i innych materiałów informacyjno-promocyjnych w ramach RPO WM 2014-2020. Zdjęcia posłużą także do ilustracji przykładów przedstawionych w zakładce „Poznaj efekty” na stronie RPO WM 2014-2020 oraz na stronie www.mapadotacji.gov.pl	MJWPU, WUP w Warszawie	Cały rok	50 000,00 zł*
7. 3	Materiały promocyjne typu gadżety	1,2,4	beneficjenci, potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów	Materiały informacyjno-promocyjne dystrybuowane będą m.in. podczas wydarzeń o charakterze informacyjno-promocyjnym oraz przeznaczone na nagrody w konkursach z wiedzy o RPO WM 2014-2020 organizowanych m.in. w mediach społecznościowych.	MJWPU	IX-XII	187 452,00 zł*
				Produkcja kalendarzy (z wkładką informacyjno-promocyjną oraz danymi teled adresowymi, adresem strony www dedykowanej RPO WM 2014-2020) przeznaczonych na cele informacyjno-promocyjne.	MJWPU	III-IV kwartał	97 442,00 zł*
		1,2,3	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, instytucje zajmujące się wdrażaniem Funduszy	Narzędziem niezbędnym do działań informacyjno-promocyjnych będą materiały (w tym broszury, foldery itp.) stanowiące nośnik informacji o działaniach prowadzonych w ramach ZIT WOF. Materiały będą dystrybuowane m.in. podczas spotkań z przedstawicielami gmin. W wypadku finansowania z POPT – osiągnięte wskaźniki zostaną wykazane w sprawozdaniu dot. tego programu.	IP ZIT	Cały rok	Środki własne/POPT
7. 4	Materiały brandingowe	1,2,3,4	potencjalni beneficjenci,	Wykonanie i dostawa elementów wystawienniczych oraz materiałów drukowanych wspomagających działania promujące efekty wdrażania	MJWPU	IV	30 000,00 zł*

L P.	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJ E TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIAL NA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
	i wystawiennicze, np. rollupy, ścianki		beneficjenci, instytucje zajmujące się wdrażaniem Funduszy	RPO WM 2014-2020 (typu teczek ofertowe, zakładki do książek, kartki świąteczne itp.)		kwartał	
7. 5	Inne	1,2,3,4	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów	Wydanie puzzli ze zdjęciami inwestycji zrealizowanych dzięki dofinansowaniu ze środków pochodzących z UE.	MJWPU	VI	130 000,00 zł*
ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W 2021 ROKU					2 703 622,25 zł* + 150 000,00 zł** + 150 500,00 zł*** 3 004 122,25 zł		

* Środki finansowe w dyspozycji MJWPU

** Środki finansowe w dyspozycji WUP w Warszawie

*** Środki finansowe w dyspozycji IZ RPO WM (Plan Działań Ewaluacyjnych)

5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji

Tabela 2. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji RPO WM w roku 2021

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta w 2015 roku	Wartość osiągnięta w 2016 roku	Wartość osiągnięta w 2017 roku	Wartość osiągnięta w 2018 roku	Wartość osiągnięta w 2019 roku	Wartość osiągnięta w 2020 roku	Wartość docelowa na rok 2021	Wartość docelowa na rok 2022	Wartość docelowa w 2023 roku
Komunikacja FE wspomaga wykorzystanie środków z RPO WM na lata 2014-2020 dla realizacji celów rozwojowych regionu	Realizacja celu nadrzędnego Strategii jest mierzona poziomem realizacji celów szczegółowych wynikających z celu nadrzędnego	-	-	-	-	-	-	-	-	Brak danych	Brak danych
Komunikacja FE aktywizuje mieszkańców województwa mazowieckiego w ubieganiu się o wsparcie z FE w ramach Programu	Liczba odwiedzin serwisu internetowego www.funduszedlamazowska.eu	0	260 455	890 706	1 483 538	1 938 209	2 299 266	2 837 416	3 037 416	Brak danych	3 000 000
	Znajomość w województwie mazowieckim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z FE	39%	-	37%	-	67%	-	61%	Dane MFIPR	Brak danych	48%
	Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa mazowieckiego dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego	0	27 215	58 483	81 748	101 491	119 893	147 558	Dane MFIPR	Brak danych	111 264 ⁵
	Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów	0	144	3 533	6 082	7 820	8 822	9 551	9 664	Brak danych	17 000
	Ocena przydatności przeprowadzonych przez IP szkoleń dla potencjalnych beneficjentów	60%	90%	89,57%	97,32%	96,32%	93%	95%	70%	Brak danych	70%
	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania	0	0	1	2	3	4	4	4	Brak danych	6
Komunikacja FE	Liczba udzielonych konsultacji	0	-	4	2 638	4 341	4 920	5 068	Dane	Brak	935 ⁶

⁵ Wskaźnik osiągnięty w ramach projektu realizowanego przez MFIPR. Wartość docelowa na 2020 rok.

⁶ Wskaźnik osiągnięty w ramach projektu realizowanego przez MFIPR. Wartość docelowa na 2020 rok.

Cel szczegółowy Strategii komunikacji	Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość osiągnięta w 2015 roku	Wartość osiągnięta w 2016 roku	Wartość osiągnięta w 2017 roku	Wartość osiągnięta w 2018 roku	Wartość osiągnięta w 2019 roku	Wartość osiągnięta w 2020 roku	Wartość docelowa na rok 2021	Wartość docelowa na rok 2022	Wartość docelowa w 2023 roku
w województwie mazowieckim wspiera beneficjentów Programu w realizacji projektów	w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa mazowieckiego dot. realizacji projektów								MFiPR	danych	
	Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w województwie mazowieckim	0	0	1 100	3 031	5 426	7 536	8 190	9 871	Brak danych	3 000
	Ocena przydatności przeprowadzonych przez IP szkoleń dla beneficjentów	0	-	92,7% ⁷	93,79%	91,78%	93%	93%	70%	Brak danych	70%
Komunikacja FE zapewnia mieszkańcom województwa mazowieckiego informację na temat projektów współfinansowanych z FE	Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego	0	0	0	0	1	1	2	3	Brak danych	4
	Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w województwie mazowieckim	92%	-	91%	-	94%	-	95%	Dane z MFiPR	Brak danych	95%
	Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczane są FE w województwie mazowieckim	46%	-	20%	-	26%	-	24%	Dane MFiPR	Brak danych	53%
	Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa mazowieckiego	69%	-	70%	-	67%	-	59%	Dane MFiPR	Brak danych	77%
Komunikacja FE zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy FE w województwie mazowieckim	Odsetek mieszkańców województwa dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa mazowieckiego	83%	-	84%	-	87%	-	87%	Dane MFiPR	Brak danych	90%
	Odsetek mieszkańców województwa mazowieckiego uważających, że osobiście korzystają oni z FE	58%	-	64%	-	63%	-	61%	Dane MFiPR	Brak danych	63%

6.

⁷ Przy założeniu, że procent szkoleń ocenionych pozytywnie liczony będzie na podstawie ankiet ewaluacyjnych wypełnianych na zakończenie szkolenia (ocena co najmniej 3 w 5-cio stopniowej skali).

7. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

Tabela 3. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu (kontynuacja działania z 2020 roku)

1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych	
2. Nazwa działania	Kontynuacja kampanii informacyjno-promocyjnej szerokiego zasięgu z 2020 roku prezentującej efekty wdrażania RPO WM 2014-2020	
3. Główny komunikat	<u>Hasło kampanii to: „#eFEktUE” – rozumiany jako „efekt wow”.</u> #eFEktUE na Mazowszu jest esencją tego, jaką rolę pełnią Fundusze Europejskie dla naszego społeczeństwa i województwa. To zwięźczone współpracy pomiędzy Unią Europejską, Beneficjentami i instytucjami wdrażającymi Fundusze Europejskie Ukazuje on, jak za pomocą Funduszy Europejskich każdy z nas może stworzyć coś niezwykłego – zapadającego w pamięć, wzbudzającego powszechny zachwyt i przede wszystkim usprawniającego codzienne życie mieszkańców niezależnie od obszaru, którego dotyczy. Chodzi o to, aby każdy, kto zobaczy, odwiedzi czy skorzysta z danego projektu, miał od razu myśl „WOW! Niesamowite!”. #eFEktUE to także odzwierciedlenie drogi do osiągnięcia sukcesu i stania się liderem. Dzięki pomocy Funduszy Europejskich budynki i infrastruktura przechodzą gruntowne rewitalizacje, firmy wdrażają innowacyjne produkty i usługi, a tysiące Mazowszan zdobywa nowe kwalifikacje i umiejętności niezbędne na rynku pracy. Województwo bardzo dynamicznie się rozwija i staje się dobrze prosperującym i przyjaznym miejscem na mapie Europy.	
4. Planowane rezultaty	Zaprezentowanie Mazowsza jako dynamicznie rozwijającego się regionu dzięki aktywności beneficjentów RPO WM 2014-2020 i podkreślenie „efektu wow” tych działań wśród mieszkańców Mazowsza.	
5. Opis działania		
a) Skrótowy opis działania	Kampania szerokiego zasięgu realizowana w terminie 03.09.2020-02.09.2021 r. (przez okres 12 miesięcy) od dnia podpisania umowy i obejmująca minimum 3 media: Internet, outdoor, prasa. W ramach kampanii produkowane są spoty promocyjne, inserty w tygodniku opiniotwórczym, i instastory oraz prowadzone działania w postaci płatnej promocji w mediach społecznościowych należących do MJWPU: na FB, Instagramie oraz YouTube.	
b) Grupa docelowa	Wszyscy mieszkańcy województwa mazowieckiego, w tym zwłaszcza: potencjalni beneficjenci i potencjalni uczestnicy projektów, beneficjenci i uczestnicy projektów oraz odbiorcy rezultatów wdrażania projektów realizowanych z RPO WM 2014-2020.	
c) Zasięg terytorialny działania	Zasięg kampanii ma być budowany z wykorzystaniem narzędzi/mediów pozwalających na geotargetowanie zasięgu kampanii na obszar województwa mazowieckiego – media regionalne/lokalne lub ogólnopolskie, posiadające wydania/mutacje regionalne. W przypadku działań w Internecie będzie wymagane geotargetowanie na województwo mazowieckie, a część działań będzie musiała być targetowana m.in. kontekstowo i/lub pod kątem zainteresowań odbiorców i wtedy geotargetowanie może zostać rozszerzone z obszaru woj. mazowieckiego do terenu całej Polski.	
d) Narzędzia oraz szczegółowy budżet	Social media W przypadku social mediów płatne działania promocyjne mają być przeprowadzane przez cały okres trwania umowy, aż do uzyskania minimalnego zasięgu płatnego określonego w umowie. Promocja została zaplanowana w poszczególnych mediach społecznościowych w następujący sposób:	36 075,90 zł ⁸

⁸ Podane kwoty dotyczą zadań realizowanych w ramach kampanii w 2021 roku

	1. Facebook – płatna promocja dotyczy 300 postów, 2. Instagram: a) płatna promocja 50 postów, b) płatna promocja za pomocą 30 instastory, c) płatne działania mające na celu pozyskanie nowych obserwatorów w liczbie min. 2000 w trakcie trwania całej kampanii. 3. Youtube a) płatna promocja 5 do 10 wybranych materiałów filmowych wyprodukowanych przez MJWPU b) płatne działania mające na celu pozyskanie nowych subskrybentów w liczbie min. 3000 w trakcie trwania całej kampanii.	
	Prasa	55 350,00 zł
	Publikacja 3 insertów w tygodniku <i>Polityka</i> . Zostały opublikowane 20.01.2021, 16.06.2021 i 21.07.2021 r.	
	Emisja 2 spotów 30 s.	57 810,00 zł
	Spoty zostały wyemitowane w kinach i na monitorach LCD w komunikacji miejskiej w ramach dwóch edycji kampanii: pierwsza odbyła się w terminie 11-24.06.2021 r., druga w terminie 16-29.07.2021 r.	
		0 zł
	BUDŻET ŁĄCZNIE	149 235,90 ⁹
i) Termin realizacji	Do 02.09.2021 r.	
j) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	- zasięg dla pojedynczego posta z wybranych 50 „superpostów” na profilu Facebook wyniesie co najmniej 14 001, - zasięg dla pojedynczego posta z wybranych 10 „superpostów” na Instagramie wyniesie co najmniej 12 001, - minimalna liczba wyświetleń dla każdego z 3 wybranych „superfilmów” na kanale YouTube wyniesie 43 001, - wydanie 3 insertów w tygodniku „Polityka”, z których każdy będzie wydany w nakładzie w wysokości co najmniej 30 000 egzemplarzy	
6. Uzasadnienie działania	Działanie realizuje trzy cele szczegółowe <i>Strategii Komunikacji</i>, czyli aktywuje mieszkańców województwa mazowieckiego w ubieganiu się o wsparcie z FE w ramach Programu pokazując przykłady „dobrych praktyk”. Zapewnia mieszkańcom województwa mazowieckiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich, a co za tym idzie zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie mazowieckim. Działanie uwzględnia zasady efektywnościowe, o których mowa w <i>Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020</i>: 1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy z grupą docelową programu, działania lub projektu TAK/NIE	

⁹ Kampania jest realizowana 2020 roku i w 2021 roku – kwota 496 095,90 zł (za całą kampanię) została pomniejszona o kwotę 295 000,00 zł, która została zapłacona w 2020 roku.

	2. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji	TAK/NIE
	3. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej	TAK/NIE
	4. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej	TAK/NIE
	5. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego	TAK/NIE
	6. Zasada uzupełniania się komunikatów	TAK/NIE
	We wszystkich działaniach związanych z kampanią MJWPU będzie kierować się zasadami dot. równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami.	
7. Osoba do kontaktu	Imię i nazwisko: Agnieszka Łopieńska Numer telefonu: 22 542 22 89 Adres mailowy: a.lopienska@mazowia.eu Imię i nazwisko: Beata Rzymowska Numer telefonu: 22 542 21 01 Adres mailowy: b.rzymowska@mazowia.eu	

Tabela 4. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

1. Podmiot odpowiedzialny za realizację działania	Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych
2. Nazwa działania	Kampania informacyjno-promocyjna szerokiego zasięgu dotycząca Funduszy Europejskich dla Mazowsza.
3. Główny komunikat	Prezentacja istoty polityki spójności – spójność gospodarcza, społeczna i terytorialna, ale także wartości i korzyści płynących z integracji w Unii Europejskiej. Kampania ma mieć zarówno charakter promocyjny, ma prezentować dobre praktyki oraz propagować ideę wspólnoty jaką jest Unia Europejska, ale również informacyjny na temat nowej perspektywy finansowej Unii Europejskiej na lata 2021-2027, jej głównych celów strategicznych i najważniejszych obszarów finansowania.
4. Planowane rezultaty	1) Prezentacja efektów wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2014-2020 poprzez podkreślanie kluczowego znaczenia wpływu Funduszy Europejskich na rozwój gospodarczy i społeczno-kulturalny Mazowsza, 1) zaprezentowanie Mazowsza jako skutecznego beneficjenta FE, 2) uświadomienie mieszkańcom województwa mazowieckiego ich pozycji jako ostatecznych odbiorców rezultatów projektów realizowanych z Funduszy Europejskich, a także wpływu tych projektów na ich życie, 3) zwiększenie rezultatów działań informacyjno-promocyjnych prowadzonych przez Mazowiecką Jednostkę Wdrażania Programów Unijnych (MJWPU) poprzez zwiększenie statystyk dotyczących wejść na stronę internetową www.funduszedlamazowsza.eu i na profile w portalach społecznościowych prowadzone przez Zamawiającego (Facebook, YouTube, Instagram), 4) aktywizacja mieszkańców województwa mazowieckiego do ubiegania się o wsparcie ze środków Funduszy Europejskich dla Mazowsza poprzez informowanie o nowej perspektywie finansowej.
5. Opis działania	
k) Skrótowy opis działania	Kampania szerokiego zasięgu obejmująca minimum 3 media: Internet, radio, prasa i outdoor. Dominującą częścią kampanii będą działania stricte internetowe: emisja banerów na portalach horyzontalnych, kampania w wyszukiwarce/ na wynikach wyszukiwania z wykorzystaniem reklam tekstowych i graficznych, kampania Google Ads do wybranego wydarzenia, działania promocyjne w social mediach, np. promocja postów na FB i Instagramie, przeprowadzenie konkursów na FB, promocja za pomocą instastory, czy promocja wybranych filmów na YouTube. W ramach kampanii będą produkowane m.in. . banery internetowe, posty, instastory, spoty radiowe, inserty oraz plakaty outdoorowe.
l) Grupa docelowa	Grupą docelową są <u>wszyscy mieszkańcy województwa mazowieckiego</u>, których można podzielić na 3 grupy: 1) Odbiorcy rezultatów rozumiani jako szeroko pojęta opinia publiczna: a) ogół społeczeństwa, b) mieszkańcy województwa mazowieckiego, c) środowiska opiniotwórcze (m. in. influencerzy), d) media (prasa, telewizja i radio),

	e) lokalni i regionalni liderzy. 2) Beneficjenci (faktyczni i potencjalni): a) przedsiębiorcy, w tym MŚP, b) jednostki samorządu terytorialnego, c) proinnowacyjne instytucje otoczenia biznesu – ośrodki innowacyjności, d) jednostki i konsorcja naukowe, e) instytucje integracji i pomocy społecznej, f) instytucje rynku pracy, g) instytucje ochrony zdrowia, h) instytucje nauki i edukacji, i) organizacje pozarządowe. 3) Uczestnicy projektów (faktyczni i potencjalni): a) młodzież, b) studenci, c) wykluczeni cyfrowo, d) bezrobotni i zagrożeni bezrobociem, e) osoby 60+, f) osoby z niepełnosprawnościami.	
m) Zasięg terytorialny działania	Zasięg kampanii musi być budowany w oparciu o media regionalne/lokalne oraz z wykorzystaniem narzędzi pozwalających na geotargetowanie na woj. mazowieckie.	
n)	Opracowanie koncepcji kreacji kampanii: Key Visual, hasło, motyw przewodni.	5 000 zł
	Internet Emisja banerów na portalach horyzontalnych, kampania w wyszukiwarce / na wynikach wyszukiwania, kampania Google Ads do wybranego wydarzenia, płatne działania na SM: FB, Instagram i YouTube	315 000 zł*
	Radio Produkcja spotu radiowego i emisja w dwóch stacjach radiowych (stacje radiowe będą znane po podpisaniu umowy z wybranym Wykonawcą)	22 000 zł*
	Prasa	59 000 zł*

	Produkcja i publikacja 3 insertów dodawanych do tygodnika.	
	Outdoor 1. W metrze: plakaty w ramach i metroboardy, 2. Kampania tranzytowa – reklamy typu fullback na autobusach i plakaty w ramach w pojazdach w komunikacji miejskiej.	180 000 zł*
	BUDŻET ŁĄCZNIE	295 000 zł
t) Termin realizacji	III-IV kwartał	
u) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	Szczegółowe informacje dotyczące zasięgu będą znane po zakończeniu przetargu (dodatkowe kryteria wyboru wykonawcy).	
6. Uzasadnienie działania	Działanie realizuje trzy cele szczegółowe <i>Strategii Komunikacji</i>, czyli aktywuje mieszkańców województwa mazowieckiego w ubieganiu się o wsparcie z FE w ramach Programu pokazując przykłady „dobrych praktyk”. Zapewnia mieszkańcom województwa mazowieckiego informację na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich, a co za tym idzie zapewnia szeroką akceptację mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie mazowieckim. Działanie uwzględnia zasady efektywnościowe, o których mowa w <i>Strategii komunikacji polityki spójności na lata 2014-2020</i>: 7. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy z grupą docelową programu, działania lub projektu TAK/NIE 8. Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji TAK/NIE 9. Zasada najniższego kosztu dotarcia do grupy docelowej TAK/NIE 10. Zasada najwyższej reprezentatywności w grupie docelowej TAK/NIE 11. Zasada realizacji mechanizmu komunikacyjnego TAK/NIE 12. Zasada uzupełniania się komunikatów TAK/NIE We wszystkich działaniach związanych z kampanią MJWPU będzie kierować się zasadami dot. równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami.	
7. Osoba do kontaktu	Imię i nazwisko: Agnieszka Łopieńska Numer telefonu: 22 542 22 89 Adres mailowy: a.lopienska@mazowia.eu Imię i nazwisko: Beata Rzymowska Numer telefonu: 22 542 21 01 Adres mailowy: b.rzymowska@mazowia.eu	

*podane są kwoty wynikają z przeprowadzonego szacowania do postępowania przetargowego