

**Załącznik do uchwały nr 313/222/17
Zarządu Województwa Mazowieckiego
z dnia 27 lutego 2017 r.**

**Roczny plan działań
informacyjnych i promocyjnych
na 2017 rok
dla Regionalnego Programu Operacyjnego
Województwa Mazowieckiego
na lata 2014-2020**

Projekt

1 GRUDNIA 2016 r.

Spis treści:

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych na 2017 rok dla Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020.....	1
Projekt.....	1
Spis treści:.....	2
1. Wstęp.....	3
2. Podstawy opracowania Roczno planu działań.....	3
2.1. Kluczowe dokumenty.....	3
2.2. Cel strategiczny Programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe „Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020”.....	3
2.3. Wyniki badań i analiz.....	4
3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2017.....	6
4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na 2017 rok.....	6
.....	8
5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji.....	10
6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu.....	12

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 RPO WM) jest dokumentem o charakterze operacyjnym, przygotowanym przez Mazowiecką Jednostkę Wdrażania Programów Unijnych przy ścisłej współpracy ze wszystkimi IP oraz IZ RPO WM¹, na potrzeby realizacji w 2017 roku zapisów ww. „Strategii komunikacji RPO WM 2014-2020”. RPD RPO WM obejmuje działania realizowane przez IZ oraz IP, przy czym odpowiedzialność za koordynację działań IP spoczywa na IZ RPO WM.

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 RPO WM:

Mazowiecka Jednostka Wdrażania Programów Unijnych
Wydział Informacji i Szkoleń Beneficjentów
ul. Jagiellońska 74, 03-301 Warszawa
tel. (+48 22) 542 21 02, faks (+48 22) 698 31 44
e-mail: promocja@mazowia.eu

Osoba do kontaktu:

Lidia Krawczyk
tel. (+48 22) 542 22 23
e-mail: l.krawczyk@mazowia.eu

2. Podstawy opracowania Rocznego planu działań

2.1. Kluczowe dokumenty

- Wytyczne 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 tym IP/IW) w 2017 r.

2.2. Cel strategiczny Programu oraz cel nadrzędny i cele szczegółowe „Strategii komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020”

Główne cele rozwojowe województwa zapisane w Programie to inteligentny, zrównoważony rozwój zwiększający spójność społeczną i terytorialną przy wykorzystaniu potencjału mazowieckiego rynku pracy.

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

Cel nadrzędny:

Komunikacja Funduszy Europejskich wspomaga wykorzystanie środków z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego dla realizacji celów rozwojowych regionu.

Cele szczegółowe:

1. mobilizowanie mieszkańców województwa mazowieckiego do ubiegania się o wsparcie z Funduszy Europejskich w ramach Programu,
2. wspieranie beneficjentów Programu w realizacji projektów,
3. zapewnienie mieszkańcom województwa mazowieckiego informacji na temat projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich,
4. zapewnienie szerokiej akceptacji mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich w województwie mazowieckim.

Cele komunikacji są spójne z działaniami informacyjno-promocyjnymi oraz zmianami gospodarczymi, społecznymi i kulturowymi, jakie dokonują się w województwie mazowieckim w latach 2014-2020.

2.3. Wyniki badań i analiz

- Badania ewaluacyjne pt. *„Zmieszenie obciążeń dla beneficjentów polityki spójności UE na szczeblu regionalnym – rekomendacje z badań ewaluacyjnych”* zrealizowane przez Fundację Idea Rozwoju w ramach projektu Funduszu Inicjatyw Obywatelskich w na przełomie I i II kwartału 2016 r.

Analiza strony internetowej oraz 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.

Autorzy badań wskazali na brak praktycznych poradników dla beneficjentów, dotyczących aplikowania o środki z RPO WM. Zauważyli jednak, że tę lukę wydają się uzupełniać szkolenia poświęcone poszczególnym działaniom RPO WM, podczas których omawiane są zagadnienia przydatne przy aplikowaniu o wsparcie. W ramach spotkań jest również możliwość odbycia indywidualnych konsultacji ze specjalistami ds. funduszy europejskich z Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich (PIFE). Ponadto MJWPU przewiduje opracowanie filmików instruktażowych dotyczących poszczególnych działań RPO, które mają zapewnić lukę po podręcznikach i stanowić bardziej przystępną dla odbiorcy formę pomocy w aplikowaniu o środki.

Uzupełnieniem powyższych działań są sprawnie działające punkty informacyjne (w Warszawie, Ciechanowie, Ostrołęce, Płocku, Radomiu i Siedlcach), w których co do zasady można pozyskać aktualne, rzetelne wskazówki co do możliwości wsparcia w ramach RPO. Zastrzeżeń nie budził również sposób obsługi przez konsultantów, zarówno w ramach infolinii, jak i punktu stacjonarnego. Pozytywnie zostały ocenione Mobilne Punkty Informacyjne, organizowane dla mieszkańców mniejszych miejscowości, do których przekaz informacyjno-promocyjny dociera w mniejszym stopniu.

Wskazano pod rozważę jako dodatkową formę komunikacji organizację webinarów lub udostępnianie on-line transmisji ze szkoleń stacjonarnych. Dzięki czemu może się zwiększyć zasięg oddziaływania działań komunikacyjno-promocyjnych, obejmując obszary do których wcześniej nie docierały działania IP. Jako pozytywny został odnotowany fakt, iż MJWPU na swoim kanale w serwisie YouTube umieściła nagrania ze spotkań informacyjnych dotyczących RPOWM w różnych subregionach województwa.

Obszarem, który zdecydowanie mógłby ulec poprawie (według prowadzących badanie), **jest sposób prezentacji dobrych praktyk.** Na stronie internetowej można znaleźć tylko jedną publikację prezentującą projekty z okresu 2007-2013.

Problem skomplikowanego języka stosowanego w komunikacji pozostaje w pewnym stopniu aktualny, choć w odniesieniu do kanałów informacji *stricte* promujących działania z funduszy (strony www, media społecznościowe, publikacje) zostały poczynione znaczne postępy. Beneficjent napotka bariery językowe dopiero na etapie zapoznawania się z samym programem i jego szczegółowy opisem (również wytycznymi, ustawami i rozporządzeniami). Należy mieć natomiast na uwadze fakt, że w przypadku języka funduszy europejskich niektórych pojęć nie sposób przełożyć na język nietechniczny, czy mówiąc inaczej, potoczny. Mogłoby się to nawet przełożyć na wprowadzenie chaosu pojęciowego, jeśli chcielibyśmy upraszczać słownictwo wynikające wprost np. z regulacji europejskich, a co za tym idzie, stworzenie dodatkowych obciążeń dla beneficjentów. Dlatego obecne działania np. MJWPU w tym obszarze wydają się podążać w dobrym kierunku.

- Analizy systemu informacji i promocji Funduszy Europejskich oraz efektów działań informacyjno-promocyjnych (sprawozdania, ankiety ewaluacyjne), a także doświadczeń z działań realizowanych w latach ubiegłych.

Z analiz dokonanych przez WUP wynika, iż w czasie realizacji działań informacyjno-promocyjnych dostępne będą już pierwsze rezultaty starań i dokonań, które będą mogły zostać zaprezentowane jako „dobre praktyki”. Działania dla potencjalnych beneficjentów realizowane będą w kontekście prowadzonych naborów w ramach Osi VIII RPO WM. Doświadczenia zdobyte podczas wcześniejszych naborów pozwoliły na zweryfikowanie zasadności niektórych kanałów komunikacji w przypadku ww. Osi. W wyniku powyższych analiz nastąpi intensyfikacja działań pozwalająca na dotarcie do szerszego grona odbiorców. Planowane jest rozszerzenie kanałów komunikacji o działania w prasie, telewizji i internecie. Zwiększy się przez to zasięg oddziaływania podejmowanych inicjatyw, które przełożą się na ilość i jakość składanych wniosków.

MJWPU planuje w 2017 roku kontynuować działania, które uzyskały wysoką ocenę uczestników oraz zgodnie z ich oczekiwaniami, będą miały charakter cykliczny. Dotyczy to szczególnie dużych wydarzeń – Mazowieckich Dni Partnerstwa oraz Forum Rozwoju Mazowsza.

Zorganizowane w 2016 r. **Mazowieckie Dni Partnerstwa** miały na celu utworzenie wspólnej platformy dla potencjalnych beneficjentów i beneficjentów z województwa mazowieckiego dla nawiązania współpracy partnerskiej. Pilotażowe spotkanie ściągnęło 76 uczestników nie tylko z województwa mazowieckiego – również z zagranicy. Jak wynika z ankiet 99,9% ankietowanych twierdzi, że pozyskali kontakty, które rokują wspólną realizację projektu partnerskiego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego na lata 2014-2020. Wszyscy ankietowani deklarują, że przewidują udział w podobnych wydarzeniach, jeśli będą one realizowane w przyszłości. Z aktualnie posiadanych danych² wynika, że uczestnicy w skali 1-5 (gdzie 1 - najniższa ocena, 5 – najwyższa ocena) oceniają: efektywność MDP na 4,16 oraz stopień spełnienia oczekiwań na 4,25.

Forum Rozwoju Mazowsza to najważniejsze w województwie mazowieckim wydarzenie o charakterze konferencyjnym, wystawienniczym i szkoleniowym. Poświęcone jest promocji funduszy unijnych, wymianie doświadczeń i dyskusjom o tym, jak wzmacniać innowacyjność i przedsiębiorczość województwa.

Projekt został zainaugurowany przez Mazowiecką Jednostkę Wdrażania Programów Unijnych jesienią 2010 roku. Dzięki kolejnym, coraz bardziej rozbudowanym edycjom wpisał się już na stałe w kalendarz ważniejszych imprez biznesowych w regionie. Uczestnicy jednomyślnie podkreślają, że Forum jest wyjątkowe. Jako jedyne przyciąga przedstawicieli różnych środowisk, a wysoki poziom dyskusji podczas spotkań jest najlepszym przykładem, że spełnia swoją rolę. W ubiegłorocznej edycji w dwóch dniach wydarzenia uczestniczyło prawie 2 tysiące osób. Na trzech scenach odbyło się ponad 60 debat, prelekcji oraz warsztatów. Swoimi doświadczeniami podzieliło się ponad 100 ekspertów

² Ankiety ewaluacyjne przesłane przez uczestników – nadal spływają do MJWPU. Na dzień 6.10.2016 r. wpłynęło 12 ankiet.

reprezentujących samorządy, administrację rządową, biznes, sektor naukowy czy organizacje pozarządowe. Opinie są zbierane bezpośrednio od uczestników, także w ramach nagrywanych wypowiedzi. Liczba uczestników była rejestrowana poprzez system.

Także w środowisku opiniotwórczym wydarzenie to znalazło uznanie. 7. Forum Rozwoju Mazowsza (edycja 2016 rok) zostało objęte honorowym patronatem Ministerstw: Rozwoju i Finansów, Cyfryzacji oraz Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej. Wśród panelistów znaleźli się przedstawiciele tych resortów. Również inne Ministerstwa oddelegowały swoich przedstawicieli, jako uczestników paneli tematycznych Forum.

Program 7. Forum Rozwoju Mazowsza oraz informacje o samym wydarzeniu można znaleźć pod adresem: <http://forumrozwojumazowsza.pl/>

Dodatkowe informacje nt. 6. FRM oraz galeria zdjęć i filmy z paneli znajdują się pod adresem: <http://forumrozwojumazowsza.pl/popzednie-edycje/viforum/>.

Wybór narzędzi został zweryfikowany w oparciu o rekomendacje zawarte w dokumencie: *Badanie efektów działań informacyjnych i promocyjnych na temat Funduszy Europejskich dla społeczeństwa oraz analiza społecznego odbioru tych działań – Edycja 2014*.

3. Najważniejsze zadania do realizacji w roku 2017

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

- 1. prowadzenie działań promocyjnych, informacyjnych i szkoleniowych zgodnie z harmonogramem naborów.** Działania podejmowane w tym zakresie będą się wzajemnie uzupełniać zwiększając jednocześnie możliwości dotarcia z informacją o ogłaszanych konkursach do potencjalnych beneficjentów. Będą to m.in.:
 - kampania promocyjna;
 - artykuły w prasie i na stronach internetowych;
 - newslettery i informacje zamieszczane na portalach branżowych i społecznościowych;
 - szkolenia podstawowe (tematyka i terminy zgodne z harmonogramem naborów);
 - konferencje prasowe, informacje prasowe rozsyłane do mediów itp.
- 2. przeprowadzenie szkoleń** dla potencjalnych beneficjentów poszczególnych Działań będą bezpośrednio wpływały na jakość składanych wniosków, co następnie przełoży się na wzrost liczby wniosków, które przejdą pozytywnie ocenę formalną i merytoryczną;
- 3. administrowanie stroną www.funduszedlamazowsza.eu** poprzez m.in.:
 - zamieszczanie dokumentów i publikacji programowych,
 - informowanie o naborach, szkoleniach oraz bieżących wydarzeniach;
- 4. współorganizowanie Dni Otwartych Funduszy Europejskich** w siedzibach beneficjentów, w ramach akcji informacyjno-promocyjnej realizowanej we współpracy z MR,
- 5. informowanie** potencjalnych beneficjentów o możliwościach dofinansowania i sposobach realizacji projektów poprzez Sieć PIFE, Punkt Informacyjny EFS (prowadzony przez WUP w Warszawie) i Portal Funduszy Europejskich,
- 6. kontynuacja zadań**, które zyskały duże uznanie wśród uczestników pod względem celowości i efektywności np. Forum Rozwoju Mazowsza czy Mazowieckie Dni Projektów Partnerskich.

4. Kierunki i priorytety działań informacyjnych i promocyjnych na 2017 rok

W związku z realizacją zadań (pkt. 3), aby osiągnąć efekty synergii w komunikacji RPO WM, należy wziąć pod uwagę poniższe wytyczne:

1. Z uwagi na to, że w 2017 r. mechanizm komunikacji, wynikający z aktualnego wdrażania programów z perspektywy na lata 2014-2020 będzie na etapie „realizuj/korzystaj”, IP nie tylko będą koncentrować się na informowaniu o możliwościach dofinansowania w ramach poszczególnych naborów wniosków o dofinansowanie oraz edukowaniu potencjalnych beneficjentów celem składania wniosków wysokiej jakości ale także zostaną wprowadzone szkolenia specjalistyczne wspierające beneficjentów w realizacji projektów. Duży nacisk zostanie położony na szkolenia dotyczące tych naborów, które – jak wynika z dotychczasowych doświadczeń – nie cieszyły się dużym zainteresowaniem;
2. Działania zostaną skierowane do konkretnych grup potencjalnych beneficjentów (zgodnie z harmonogramem naborów) i beneficjentów (już realizujących projekty), a także potencjalnych uczestników projektów, którzy mogą uczestniczyć np. w bezpłatnych usługach świadczonych przez beneficjentów RPO WM;
3. 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”;
4. W przypadku posługiwania się w komunikacji przykładami zrealizowanych lub realizowanych projektów, w pierwszej kolejności należy posługiwać się projektami z perspektywy na lata 2014-2020. Promocja projektów perspektywy 2007-2013 będzie prowadzona w ramach wspólnej akcji promocyjnej – Dni Otwarte Funduszy Europejskich.
5. Prezentowane projekty przede wszystkim powinny spełniać kryteria europejskiej wartości dodanej (EAV), w których wspierane jest partnerstwo i innowacyjne podejście do rozwiązywania problemów oraz których pozytywne efekty i oddziaływanie nie kończą się z chwilą zamknięcia projektu tylko są kontynuowane.
6. Instytucje zaangażowane w promocję FE na Mazowszu aktywnie włączają się w horyzontalne działania i akcje koordynowane przez MR, w tym m.in. w organizację w regionie akcji Dni Otwarte Funduszy Europejskich.

Tabela 1. Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach RPO WM w roku 2017

LP	NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA
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 MR
1.2	Udział w grupach			Opracowanie i aktualizacja dokumentów operacyjnych na poziomie województwa. Przygotowanie oraz koordynacja sprawozdań w zakresie działań WUP, IP ZIT i IZ RPO WM.
				Grupa Sterująca ds. informacji i promocji Funduszy Europejskich
				Grupa robocza ds. informacji i promocji w ramach RPO WM na lata 2014-2020
1.3	Współpraca międzynarodowa			Trzy dwudniowe wizyty studyjne połączone z warsztatami dotyczącym wdrażania RPO dla grup około 45 osób z udziałem przedstawicieli IP, IK UM i IZ.
1.4	Inne	Uczestnictwo i reprezentacja w czasie spotkań organizowanych zarówno w kraju, jak i zagranicą (np. Open Days, INFORM).		
				Monitoring mediów
2. Działania informacyjne				
2.1	System informacji - sieć PIFE	Sieć PIFE w województwie mazowieckim prowadzona jest w ramach „Umowy dotacji dotyczącej realizacji projektu” z dnia 9 września 2014 roku zawartej pomiędzy MR a Województwem Mazowieckim. W województwie funkcjonuje Jednostka Wdrażania Programów Unijnych w Warszawie i pięć Lokalnych Punktów Informacyjnych (LPI) w Ciechanowie. Szczegółowe plany realizacji tego działania na dany rok są przedstawiane we Wniosku o przyznanie dotacji. Działanie jest realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z MR. Adresatami są beneficjenci, potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów społeczno-gospodarczy.		
2.2	Portale i serwisy internetowe	1,2,3,4	beneficjenci, potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów	Obsługa informacyjno-graficzna strony www.funduszedlamazowska.eu - wspólnej dla wszystkich instytucji zaangażowanych we wdrażanie RPO WM na lata 2014-2020.
		1,2	beneficjenci	System e-learningowy „Akademia RPO WM” – projekt, który zakłada rozbudowę istniejącego portalu RPO WM 2014-2020: www.funduszedlamazowska.eu o mechanizmy do obsługi różnego rodzaju działań edukacyjnych i interaktywnych. Realizacja zadania zakłada m.in. wprowadzenie funkcji bezpośredniego informowania (np. komunikator SMS, czy tworzenie profilu użytkownika dla poszczególnych modułów), kreatora projektów graficznych (mechanizm tworzący np. tablicę informacyjną czy plakat dla projektodawcy). Projekt „Akademia RPO WM” to kilka nowych rozwiązań, z których użytkownik będzie korzystał poruszając się po stronie RPO WM 2014-2020. Projekt zakłada także stworzenie aplikacji, która pozostanie w keyvisualu strony. Stworzenie aplikacji systemu e-learningowego w oparciu o serwis internetowy z wbudowanym mechanizmem do obsługi różnego rodzaju działań edukacyjnych i instruktażowych, np. komunikator informujący beneficjentów.
		1,2,3	beneficjenci, potencjalni beneficjenci, odbiorcy rezultatów	Przekazywanie informacji nt. aktualnych naborów, harmonogramów, list projektów oraz innych informacji wynikających z Wytocznych w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności na lata 2014-2020 celem ich zamieszczenia na serwisie RPO WM. Spójność przekazu zapewniona poprzez zamieszczanie tożsamyh informacji na stronie internetowej WUP oraz na portalu funduszeuropejskie.gov.pl .
		1,2,3,	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów,	W ramach działań informacyjnych planowane jest bieżące aktualizowanie serwisu internetowego www.omw.um.warszawa.pl . Portal będzie przekierowywał użytkowników na stronę internetową www.funduszedlamazowska.eu oraz www.funduszeuropejskie.gov.pl .

* Środki finansowe w dyspozycji MJWPU

** Środki finansowe w dyspozycji WUP w Warszawie

*** Suma środków finansowych na działania informacyjne i promocyjne RPO WM

5. Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji

Tabela 2 Wskaźniki realizacji celów Strategii komunikacji RPO WM w roku 2017.

Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość docelowa na rok 2015	Wartość docelowa na rok 2016	Wartość docelowa na rok 2017	Wartość docelowa na rok 2018	Wartość docelowa na rok 2019	Wartość docelowa na rok 2020	Wartość docelowa na rok 2021	Wartość docelowa na rok 2022
<i>Realizacja celu nadrzędnego Strategii jest mierzona poziomem realizacji celów szczegółowych wynikających z celu nadrzędnego</i>	-	-	-						
<i>Liczba odwiedzin serwisu internetowego www.funduszedlamazowska.eu</i>	0	260 455	560 000	1 060 000					
<i>Znajomość w województwie mazowieckim grup potencjalnych beneficjentów, którzy mogą realizować przedsięwzięcia z FE</i>	39%	-	40%	-					
<i>Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa mazowieckiego dot. możliwości dofinansowania i procesu aplikacyjnego</i>	0	18 544	37 088	Dane z MR					
<i>Liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów</i>	0	144	3 500	5 675 ⁴					
<i>Ocena przydatności przeprowadzonych przez IP szkoleń dla potencjalnych beneficjentów</i>	60%	90%	60%	62%					
<i>Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. możliwości finansowania</i>	0	0	1	2					
<i>Liczba udzielonych konsultacji w ramach punktów informacyjnych na terenie województwa mazowieckiego dot. realizacji projektów</i>	0	156	312	Dane z MR					
<i>Liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów programu w województwie mazowieckim</i>	0	0	900	2 820 ⁶					

3 Wartość docelowa na 2020 rok.

4 Wartości podawane narastająco – planowana liczba osób przeszkolonych w 2017 r. to 1990 (MJWPU) i 185 (WUP w Warszawie).

5 Wartość docelowa na 2020 rok.

6 Wartości podawane narastająco – planowana liczba osób przeszkolonych w 2017 r. to 1635 (MJWPU) i 285 (WUP w Warszawie).

Nazwa wskaźnika	Wartość bazowa w 2014 r.	Wartość docelowa na rok 2015	Wartość docelowa na rok 2016	Wartość docelowa na rok 2017	Wartość docelowa na rok 2018	Wartość docelowa na rok 2019	Wartość docelowa na rok 2020	Wartość docelowa na rok 2021	Wartość docelowa na rok 2022
Ocena przydatności przeprowadzonych przez IP szkoleń dla beneficjentów	0	0	70% ⁷	70%					
Liczba działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu nt. osiągnięć programu operacyjnego	0	0	0	0					
Znajomość pojęcia „Fundusze Europejskie” w województwie mazowieckim	92%	-	92%	-					
Znajomość celów, obszarów lub działań, na które przeznaczane są FE w województwie mazowieckim	46%	-	47%	-					
Świadomość obszarów lub projektów wspieranych z FE w najbliższym otoczeniu respondenta wśród mieszkańców województwa mazowieckiego	69%	-	70%	-					
Odsetek mieszkańców województwa dostrzegających wpływ FE na rozwój województwa mazowieckiego	83%	-	84%	-					
Odsetek mieszkańców województwa mazowieckiego uważających, że osobiście korzystają oni z FE	58%	-	58%	-					

Uwaga: Wartości podane w 2015 są rzeczywistymi wartościami wykazanymi w zatwierdzonym sprawozdaniu rocznym. Natomiast wartości podane w rubryce dotyczącej 2016 roku są wartościami szacowanymi. Rzeczywiste wartości docelowe zostaną wpisane po zatwierdzeniu sprawozdania, czyli po zakończeniu roku obrachunkowego.

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).

6. Szczegółowy opis działania informacyjno-promocyjnego o szerokim zasięgu

Tabela 3 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 (kampania naborowa)
3. Główny komunikat	Informowanie o planowanych naborach w ramach RPO WM 2014-2020 na rok 2017 (harmonogram naborów).
4. Planowane rezultaty (co zostanie osiągnięte)	1. Jak najwyższy poziom wykorzystania alokacji dostępnej w konkursach ogłaszanych w 2018 roku; 2. Zwiększenie o 5% w skali miesiąca statystyk dotyczących wejść na stronę internetową www.funduszedlamazowska.eu (mierzone w odniesieniu do okresu, w którym będzie przeprowadzana kampania)
5. Opis działania	
a) Skrótowy opis działania	Kampania ma się skupić na dwóch poziomach komunikacji: przekaz ogólny + przekaz sprofilowany dla poszczególnych segmentów odbiorców (np. podział na obszary zawodowe) w kontekście przewidzianych dla nich konkursów w 2018 r. Komunikacja kampanii ma zawierać jednoznaczny <i>call to action</i> (kierowanie do strony internetowej www.funduszedlamazowska.eu do <i>Harmonogramu naboru wniosków</i>). Kampania ma być przeprowadzona w opraciu o 3 media: prasa, Internet i outdoor. Działania kampanijne zostaną wzmocnione w ramach 5 regionalnych konferencji opisanych w pkt 5.3. W celu wzmocnienia działań kampanijnych oraz w myśl zasady uzupełniania się komunikatów w ramach konferencji odbędą się spotkania z liderami opinii i prowadzony będzie streaming on-line. Przewidywana jest także organizacja briefingów z lokalnymi mediami, co wygeneruje dodatkowe materiały prasowe (bezkosztowe) w zakresie możliwości aplikacyjnych w nadchodzącym roku.
b) Grupa docelowa (np. przedsiębiorcy, osoby bezrobotne, jednostki samorządu terytorialnego)	1. Profil demograficzny: K + M, 18-60 lat. 2. Profil społeczny: a) wykształcenie minimum średnie. b) aktywni zawodowo – zwłaszcza z obszarów: - samorząd terytorialny, - przedsiębiorcy z terenu województwa mazowieckiego (mikro, małe i średnie przedsiębiorstwa), przedsiębiorcy typu <i>spin off</i> i <i>spin out</i> oraz <i>start up</i>, - jednostki naukowo-badawcze oraz centra transferu technologii, - fundacje, stowarzyszenia, instytucje kultury itp., - partnerzy społeczno-gospodarczy, - instytucje otoczenia biznesu oraz organizacje pozarządowe. c) Decydenci – osoby, które obecnie inwestują lub prowadzą swoją działalność w województwie mazowieckim, w tym zwłaszcza prezesi i właściciele prywatnych firm z sektora MŚP. d) Top management – kadra zarządzająca na szczeblu zarządów, dyrektorzy, prezesi; urzędnicy samorządowi wysokiego szczebla; kadra zarządzająca wyższych uczelni i instytutów badawczo-rozwojowych; kadra zarządzająca w służbie zdrowia i edukacji; specjaliści, pracownicy umysłowi i wolne zawody. 3) Profil psychologiczny a) osoby z inicjatywą – aktywne, przedsiębiorcze, kreatywne, pomysłowe, otwarte, odważne, optymistyczne, nastawione na sukces, budujące swoją pozycję, zaangażowane w pracę zawodową i życie społeczne; liderzy zmian, wizjonerzy;

	osoby pragmatyczne, konsekwentne i wymagające (oczekują konkretnych informacji); b) osoby, które: zbierają i analizują informacje, podejmują świadome i racjonalne decyzje; są elastyczni i gotowi na zmiany, nie boją się ryzyka; interesują się światem, ekonomią, inwestowaniem; są świadomymi obywatelami, lokalnymi patriotami; są otwarci na dialog i współpracę; wykorzystują różne kanały zdobywania informacji, korzystają z nowych technologii (w tym technologii mobilnych); spędzają aktywnie wolny czas (kultura, sport, turystyka).	
c) Zasięg terytorialny działania	Zasięg kampanii musi być budowany w oparciu o media regionalne/lokalne oraz z wykorzystaniem narzędzi pozwalających na geotargetowanie na woj. mazowieckie.	
d)	Reklamy prasowe Rodzaj publikacji – płatne tygodniki lokalne oraz bezpłatne tygodniki lub dwutygodniki lokalne (tytuły ukazujące się w miastach: Ciechanów, Ostrołęka, Płock, Radom, Siedlce, Warszawa). Tematyka – informacja na temat aktualnego harmonogramu naboru wniosków. (Tytuł prasowy – nie możemy wskazywać i narzucać konkretnych tytułów, informację na ten temat otrzymujemy po rozstrzygnięciu przetargu i wyborze ofert.)	na tym etapie realizacji nie jest możliwe wskazania konkretnych środków na to zadanie
	Reklamy w internecie Rodzaj narzędzia – banery. Tematyka – informacja na temat aktualnego harmonogramu naboru wniosków. (Nazwa portalu – nie możemy wskazywać i narzucać konkretnych portali, informację na ten temat otrzymujemy po rozstrzygnięciu przetargu i wyborze ofert.)	jw.
	Ambient, OOH, inne Rodzaj narzędzia – banery (ramki, plakaty) w komunikacji miejskiej (metro, pociągi podmiejskie, autobusy i tramwaje), city lighty na wiadach przystankowych w Warszawie i w minimum 4 miastach spośród następujących: Ciechanów, Ostrołęka, Płock, Radom i Siedlce. Tematyka – informacja na temat aktualnego harmonogramu naboru wniosków.	jw.
	BUDŻET ŁĄCZNIE	400 000,00 zł
h) Termin realizacji	IV kwartał 2017 r.	
i) Intensywność (planowane do osiągnięcia wskaźniki mediowe)	Prasa Zasięg – woj. mazowieckie Nakład i czytelnictwo (sprzedaż) – w zależności od tytułów wybranych w wyniku przetargu (tylko w przypadku tytułów ujętych w badaniach monitorujących czytelnictwo prasy). Internet Zakładana liczba kliknięć ok. 95 000. Inne W zależności od dostępności badań dla poszczególnych nośników.	
6. Uzasadnienie działania	Działanie realizuje pierwszy cel szczegółowy Strategii Komunikacji, czyli aktywację mieszkańców województwa mazowieckiego w ubieganiu się o wsparcie z FE w ramach Programu. Działanie uwzględnia zasady efektywnościowe, o których mowa w <i>Strategii komunikacji</i>	

	<i>polityki spójności na lata 2014-2020:</i> 1. Zasada zgodności komunikacyjnej grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu TAK/NIE 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
7. Osoba do kontaktu	Imię i nazwisko: Lidia Krawczyk Numer telefonu: 22 542 22 23 Adres mailowy: l.krawczyk@mazowia.eu