

Formularz sprawozdawczy dotyczący promocji i informacji

Numer programu (CCI):	CCI 2007 PL 161 PO 003
Nazwa programu:	Program Operacyjny Rozwój Polski Wschodniej
Załącznik do sprawozdania nr:	I/2011/PO RPW
Okres sprawozdawczy:	od: 01.01.2011 r. do: 30.06.2011 r.

1. Zrealizowane działania w zakresie informacji, promocji i szkoleń

W okresie sprawozdawczym Instytucja Zarządzająca (IZ) i Instytucja Pośrednicząca (IP) PO RPW prowadziły wspólne działania informacyjne i promocyjne upowszechniające wiedzę o Programie Rozwój Polski Wschodniej. Realizowane działania były zgodne z założeniami Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich 2007-2013, Planem Komunikacji PO RPW oraz z Rocznym planem działań informacyjnych i promocyjnych PO RPW na 2011 rok.

Realizacja działań promocyjnych wynikała z planu oraz bieżących potrzeb, w tym promocji ogłaszanych konkursów. Działania promocyjno-informacyjne dotyczyły również monitoringu prasy, prowadzenia Infolinii w ramach Informatorium PARP.

Ponadto realizowano działania informacyjno-promocyjne w ramach kampanii promocyjnej PO RPW o szerokim zasięgu, emitowano ogłoszenia prasowe. W okresie sprawozdawczym przeprowadzono szkolenia, konsultacje dla beneficjentów PO RPW, a także wizyty monitorujące.

W okresie sprawozdawczym zrealizowano badania ewaluacyjne dotyczące skuteczności kampanii promocyjnych o szerokim zasięgu, które były emitowane w 2010 i 2011 roku oraz zakończono pierwszy etap badania ewaluacyjnego dotyczącego skuteczności działań informacyjno-promocyjnych, którego efektem jest raport nt. oceny efektywności ścieżek dotarcia i skuteczności w budowaniu świadomości społecznej o Programie Rozwój Polski Wschodniej, za okres 2007-2010.

Trwały prace przy skierowanym do beneficjentów Programu konkursie *Promuj z pomysłem*, a także przy organizacji dwóch innych konkursów.

Wykonywane działania informacyjno-promocyjne skierowane były do beneficjentów i potencjalnych beneficjentów, a także do opinii publicznej.

Tabela 1. Zrealizowane działania

Lp.	Nazwa działania	Opis działania
Informacja		
1.	Centralny Punkt Informacyjny w Warszawie	<p>W ramach działalności Infolinii PARP prowadzonej w ramach Informatorium odnotowano konsultacje, zapytania telefoniczne oraz zapytania e-mailowe dot. programu PO RPW. Najwięcej zapytań było w przypadku działania I.3 Wspieranie innowacji, działania I.4 Promocja i Współpraca oraz działania III.2. Infrastruktura turystyki kongresowej i targowej.</p> <p>Dynamika liczby konsultacji oraz ich zakres i tematyka były skorelowane z harmonogramem ogłaszanych konkursów w ramach Programu. Ponadto beneficjenci kontaktowali się w celu wyjaśnienia szczegółowych zagadnień związanych z danym działaniem, które polegały na przedłożeniu aktów prawnych dotyczących przeprowadzenia konkursu i <i>Wytycznych w zakresie kwalifikowania wydatków w ramach PO RPW 2007- 2013.</i></p>
2.	Punkty Konsultacyjne w całej Polsce	<p>W okresie sprawozdawczym, w ramach zorganizowanej przez PARP sieci Krajowego Systemu Usług dla MSP, funkcjonowały na terenie całej Polski Punkty Konsultacyjne.</p> <p>Punkty Konsultacyjne, prowadzone przez podmioty zarejestrowane w KSU dla MSP świadczyły bezpłatne usługi informacyjne dla przedsiębiorców oraz osób zamierzających rozpocząć działalność gospodarczą z zakresu szeroko rozumianego rozwoju przedsiębiorczości oraz dostępnych form wsparcia dla przedsiębiorców, w tym w zakresie PO RPW.</p>
3.	Główne Punkty Informacyjne oraz Lokalne Punkty Informacyjne działające w ramach Systemu Informacji o Funduszach Europejskich.	<p>W okresie sprawozdawczym IZ PO RPW współpracowała z głównym Punktem Informacyjnym oraz Lokalnymi Punktami Informacyjnymi m.in. dostarczając materiały informacyjno-promocyjne o PO RPW.</p>
4.	Kampania informacyjna dot. konkursów ogłaszanych w 2011 r. w ramach PO RPW	<p>W okresie sprawozdawczym opublikowano ogłoszenia ogólnopolskie („Gazeta Wyborcza”) oraz ogłoszenia w gazetach regionalnych woj. podkarpackiego oraz warmińsko-mazurskiego („Nowiny”, „Gazeta Olsztyńska - Dziennik Elbląski”)</p>
Promocja		
1.	Kampania promocyjna PO RPW o szerokim zasięgu	<p>Kampania promocyjna PO RPW o szerokim zasięgu była powtórką kampanii realizowanej wspólnie z IK NSRO w 2010 r. Cała kampania została zrealizowana zgodnie z planem tj. w okresie maj-czerwiec 2011r., a część dotycząca PO RPW w maju 2011 r.</p> <p>Wiodącym medium była telewizja, radio wspierało komunikację telewizyjną.</p> <p>Celem głównym etapu poświęconego PO RPW było zaprezentowanie przemian zachodzących w Polsce Wschodniej dzięki inwestycjom z PO RPW oraz pokazanie, że Polska Wschodnia staje się dynamicznie rozwijającą i nowoczesną gospodarką, miejscem do inwestowania, pracy i studiowania.</p>
2.	Konkurs <i>Promuj z pomysłem</i>	<p>Działanie było kontynuacją rozpoczętej w 2010 r. inicjatywy obejmującej szkolenia, wymianę dobrych praktyk oraz organizację konkursu dla beneficjentów PO RPW na najlepszą promocję projektu realizowanego w ramach Programu.</p> <p>Działanie przebiegało zgodnie z planem, ocenie podlegały</p>

		<p>działania promocyjne zrealizowane przez beneficjentów PO RPW w okresie od 1 października 2010 r. do 31 maja 2011 r.</p> <p>Trwa przygotowanie publikacji <i>Promuj z pomysłem. Podręcznik dobrych praktyk</i>. Konkurs zakończy się 18 października 2011 r., kiedy to odbędzie się konferencja podsumowująca i wręczenie nagród laureatom wybranym w lipcu 2011 r. przez kapitułę konkursu.</p>
3.	Konkurs <i>Nie przegap zmian na wschodzie II</i> edycja	<p>Działanie miało objąć przeprowadzenie konkursu dla dziennikarzy z pięciu województw Polski Wschodniej oraz dziennikarzy ogólnopolskich. Konkurs miał być kontynuacją przeprowadzonego na przełomie 2009 i 2010 r. konkursu <i>Nie przegap zmian na wschodzie</i>.</p> <p>Działanie zostało zmodyfikowane, planowane jest zorganizowanie na przełomie września i października 2011 r. dwóch lokalnych wizyt studyjnych dziennikarzy regionalnych u beneficjentów w miejscu realizacji projektów. Dziennikarze odwiedzą najciekawsze inwestycje, których zakończenie zaplanowano w II połowie 2011 r.</p> <p>Działanie zostanie uzupełnione szkoleniem dla dziennikarzy ogólnopolskich w okresie październik - listopad 2011 r., w trakcie którego zaprezentowane zostanie podsumowanie PO RPW.</p>
4.	Konkurs dla uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych	<p>Działanie obejmuje przeprowadzenie konkursu dla uczniów szkół gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych z Polski Wschodniej o tematyce związanej z PO RPW. W okresie sprawozdawczym trwały przygotowania do konkursu. Wybrano firmę, która zajmuje się jego organizacją. Powstała ilustrowana publikacja (komiks), która będzie stanowić pomoc dydaktyczną dla nauczycieli. Komiks zostanie rozdyskrebowany wśród uczniów.</p>
5.	IV Forum Funduszy Europejskich	<p>IZ i IP przygotowały stoisko PO RPW na IV Forum Funduszy Europejskich, które odbyło się w dniach 6-7 maja 2011 r. w Warszawie. W ramach Forum przygotowano stoisko informacyjno-promocyjne, na którym wśród uczestników rozpowszechniane były materiały informacyjne i promocyjne dotyczące PO RPW. Przedstawiciele obu instytucji udzielali informacji na temat Programu, a także organizowali konkursy wiedzy dla młodzieży.</p>
6.	Konferencje/debaty związane z obszarami interwencji PO RPW	<p>W okresie sprawozdawczym IZ współpracowała przy organizacji wizyty studyjnej przedstawicieli rumuńskiego Ministerstwa Rozwoju Regionalnego i Turystyki. W ramach wizyty odbyły się dwa spotkania.</p> <p>Zorganizowano też spotkanie w Zegrzu poświęcone realizacji PO RPW. Wzięli w nim udział przedstawiciele urzędów marszałkowskich z Polski Wschodniej, IZ i IP PO RPW oraz przedstawiciele Komisji Europejskiej.</p> <p>W dniu 9 czerwca 2011 r. IP zorganizowała w Centrum Nauki Kopernik w Warszawie, XI Forum Edukacyjne dla Małych i Średnich Przedsiębiorstw. Forum towarzyszyły liczne stoiska informacyjne instytucji i organizacji publicznych działających na rzecz rozwoju przedsiębiorczości, w tym stoisko PO RPW, co stanowiło okazję do nawiązania i zacieśnienia kontaktów pomiędzy przedsiębiorcami, instytucjami otoczenia biznesu oraz Instytucją Pośredniczącą PO RPW.</p> <p>Ponadto, przedstawiciele IP brali czynny udział w konferencjach i spotkaniach poświęconych podpisywaniu umów o dofinansowanie oraz uroczystości rozpoczęcia realizacji projektów przez beneficjentów PO RPW.</p>

7.	Konferencja / seminarium nt. regionów peryferyjnych	W okresie sprawozdawczym trwały przygotowania i prace nad szczegółowym zaplanowaniem konferencji nt. regionów peryferyjnych. W drodze zamówienia publicznego została wybrana firma, która zajmuje się organizacją konferencji w Lublinie w dniach 17-18 listopada 2011 r.
8.	Współpraca ze stacjami telewizyjnymi, radiowymi, portalami i wydawcami prasowymi	<p>W ramach zaplanowanej w roku 2011 r. współpracy z mediami w dniu 1 kwietnia 2011 r. podpisano umowę z Telewizją Polską S.A. na realizację programu telewizyjnego pt. <i>Na wschodzie zmiany</i>. Celem audycji była promocja wybranych projektów realizowanych przez beneficjentów w ramach poszczególnych działań PO RPW, w tym ukazanie ich atutów i walorów, stanu realizacji oraz efektów projektów, a tym samym poinformowanie społeczeństwa o korzyściach wynikających z realizacji projektów w ramach Programu oraz zwiększenie świadomości społeczności lokalnej o realizowanych projektach w regionach objętych Programem.</p> <p>W ramach umowy zrealizowano 10 audycji telewizyjnych ok. 30 minutowych, które wyemitowano w pięciu oddziałach regionalnych TVP 1 w terminie 1 kwietnia – 30 czerwca 2011 r.</p>
9.	Publikacje	<p>W okresie sprawozdawczym IZ prowadziła działalność wydawniczą oraz dystrybuowała materiały informacyjne wśród beneficjentów oraz wszystkich zainteresowanych PO RPW. Przygotowano następujące publikacje:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. PO RPW w liczbach - broszura za rok 2010; 2. PO RPW. Broszura informacyjna - wersja polska (dodruk); 3. Principle of equal opportunities in Development of Eastern Poland Operational Programme projects; 4. Na tropie Funduszy Europejskich w Polsce Wschodniej – 2 wersje: dla gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych (komiks). <p>IP podpisała umowę na opracowanie merytoryczne i graficzne publikacji dot. wybranych projektów realizowanych przez beneficjentów PO RPW. Publikacja została opracowana i zaakceptowana. Zgodnie z RPD na 2011 r. publikacja zostanie wydrukowana w III kwartale 2011 r.</p> <p>Ponadto IP zaktualizowała treść merytoryczną ulotki PO RPW w wersji polskiej, która zostanie wydrukowana. Druk obu publikacji zaplanowany został na III kwartał 2011 r.</p>
10.	Materiały promocyjne	IZ i IP podpisały umowy na wykonanie i dostawę materiałów promocyjnych.
11.	Reklama na autobusy	<p>Na rok 2011 zaplanowano produkcję i zamieszczenie reklam na 40 autobusach zakupionych przez Miasto Kielce w ramach projektu realizowanego z III.1 PO RPW. W I półroczu 2011 r. dokonano oszacowania wartości zamówienia na realizację przedmiotowego zamówienia. Ponadto podjęto współpracę z Zarządem Transportu Miejskiego w Kielcach w celu opracowania założeń, trybu dokonania realizacji zamieszczenia reklam na środkach komunikacji miejskiej zakupionych w ramach Programu, które mają znaleźć swoje odzwierciedlenie w treści porozumienia zawartego pomiędzy PARP a ZTM w Kielcach.</p> <p>Po dokonaniu analizy działania zrezygnowano z jego realizacji (uzasadnienie znajduje się w pkt. 5.).</p>

12.	Współpraca z dziennikarzami	<p>W ramach Rocznego planu działań informacyjno-promocyjnych na 2011 zaplanowano działania dotyczące współpracy z mediami mające na celu promocję PO RPW oraz projektów realizowanych w ramach Programu poprzez udzielanie wywiadów, zamieszczenie artykułów o realizowanych projektach, pomoc przy przygotowaniu materiałów informacyjnych.</p> <p>W I półroczu 2011 r. ukazywały się w mediach materiały związane z realizacją PO RPW. Najwięcej emisji ukazało się w Internecie, w prasie oraz radio i telewizji. Najwięcej artykułów opublikowano w dziennikach: Rzeczpospolita, Gazeta Wyborcza – Rzeszów oraz Puls Biznesu. W Internecie najwięcej materiałów pojawiło się na portalach: www.wiadomosci.onet.pl, www.wyborcza.pl, www.tvp.pl. Informacje na temat programu najczęściej emitowano w TV Biznes, TVP Lublin oraz TVP Białystok.</p> <p>W internetowych serwisach prasowych oraz na stronach internetowych opublikowano komunikaty nt. działań realizowanych w ramach PO RPW. Wszystkie komunikaty były przesłane użytkownikom serwisów. Komunikaty prasowe dotyczyły m.in. podpisywanych umów na dofinansowanie z beneficjentami Programu, realizacji projektów, szkoleń dla beneficjentów PO RPW, podsumowania naborów w ramach Programu.</p> <p>Przygotowywane były notatki prasowe zarówno dla biura prasowego ministerstwa jak i dla mediów, a także odpowiedzi na zapytania dziennikarzy.</p>
Edukacja		
1.	Szkolenia dla beneficjentów	<p>W I półroczu 2011 r. zrealizowano: dwudniowe szkolenie dla beneficjentów III i IV osi priorytetowej PO RPW z zakresu analizy ekonomiczno-finansowej wraz z analizą ryzyka projektów oraz zasad projektowych i matrycy logicznej; szkolenie dla beneficjentów pt. „Zasady promocji projektów dla beneficjentów realizujących projekty w ramach PO RPW” oraz dwudniowe szkolenie dla beneficjentów I i II osi priorytetowej PO RPW, przedstawicieli IZ i IP.</p> <p>W okresie sprawozdawczym odbywały się konsultacje z beneficjentami PO RPW. Konsultacje dotyczyły prawidłowej realizacji projektów, m.in. w zakresie zagospodarowania powstałych oszczędności, metodologii podziału kosztów realizacji kilku projektów przez jednego beneficjenta, wypełniania postanowień umowy, pomocy publicznej, studium wykonalności.</p> <p>Na miejscu realizacji projektów odbywały się wizyty monitorujące i kontrole.</p> <p>Ponadto prowadzone były konsultacje telefoniczne i e-mailowe dot. zasad promocji projektów realizowanych w ramach PO RPW.</p>
2.	Szkolenia dla Instytucji zaangażowanych we wdrażanie PO RPW	<p>W okresie sprawozdawczym odbywały się szkolenia ze specyfiki Programu dla pracowników IZ i IP oraz szkolenia językowe.</p> <p>W 4 szkoleniach organizowanych przez IZ PO RPW brali udział przedstawiciele IP PO RPW („Kontrola projektów”, „Kwalifikowalność wydatków w latach 2007-2013 ze szczególnym uwzględnieniem kwalifikowalności podatku VAT w projektach PO RPW”, „Warsztaty z obsługi Oracle Discoverer Plus”, „Ryzyka prawne w PR”).</p>

Internet		
1.	Serwis „Polska Wschodnia”	<p>Na stronie www.PolskaWschodnia.gov.pl na bieżąco ukazywały się informacje dotyczące PO RPW – wiadomości dotyczące realizacji Programu, ogłoszenia i nowe oraz aktualizowane dokumenty.</p> <p>Na stronie powstała nowa zakładka „Monitorowanie” w <i>Poradniku beneficjenta</i> dotycząca ankiet na temat realizacji projektów. Znacznemu rozbudowaniu poddano podstronę dotyczącą projektów PO RPW.</p> <p>W okresie sprawozdawczym przygotowano również dokumenty na potrzeby ogłoszenia zamówienia publicznego na pozycjonowanie i link sponsorowany dla serwisu. Usługa będzie realizowana w II półroczu 2011 r.</p>
2.	Strona PO RPW w serwisie PARP	W okresie styczeń-czerwiec 2011 r. informacje dot. PO RPW były na bieżąco aktualizowane na stronie poświęconej PO RPW (http://porpw.parp.gov.pl).
3.	Serwis Ministerstwo Rozwoju Regionalnego	Najistotniejsze informacje dotyczące realizacji PO RPW były zamieszczane stronie www.mrr.gov.pl
4.	Promocja na portalach społecznościowych	Profil „I love Polska Wschodnia” na portalu społecznościowym Facebook był na bieżąco moderowany i zamieszczane były na nim wpisy.
5.	Serwis dla dzieci i młodzieży	IZ współpracowała z IK NSRO przy budowie trójplaszczynowego interaktywnego (dla 3 grup wiekowych) portalu dla dzieci i młodzieży w wieku od 7 do 17 lat. Portal został uruchomiony w czerwcu 2011 r.
Ewaluacja		
1.	Badanie skuteczności kampanii promocyjnej o szerokim zasięgu zrealizowanej w 2010 r.	<p>Przeprowadzone zostało badanie ilościowe dotyczące skuteczności kampanii promocyjnej o szerokim zasięgu „Na tropie Funduszy” zrealizowanej w listopadzie 2010 r.:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Po zakończeniu kampanii promocyjnej NSS poświęconej PO RPW, badani kojarzyli Program głównie z budową dróg w Polsce Wschodniej, w drugiej kolejności z inwestycjami w uczelnie. Odsetek osób, które nie potrafiły zdefiniować obszarów wspieranych przez Program istotnie zmalał. – Ocena poszczególnych stwierdzeń wizerunkowych wskazuje na poprawę postrzegania PO RPW po emisji spotów reklamowych. Odnotowano wzrost wskazań pozytywnych w stosunku danych początkowych. – 59% ogółu społeczeństwa, a 67% mieszkańców Polski Wschodniej zgodziło się ze stwierdzeniem, że Fundusze Europejskie przyczyniają się do szybszego rozwoju Polski Wschodniej.
2.	Ocena rezultatów działań informacyjnych i promocyjnych pod kątem efektywności ścieżek dotarcia i skuteczności w budowaniu świadomości społecznej o Programie Rozwój Polski Wschodniej, za okres 2007-2010.	W okresie sprawozdawczym zrealizowano pierwszą część badania. Opracowany został raport pt. <i>Ocena skuteczności działań informacyjno-promocyjnych w budowaniu świadomości społecznej o Programie Rozwój Polski Wschodniej 2007-2013</i> .
3.	Badanie skuteczności kampanii promocyjnej o szerokim zasięgu zrealizowanej w 2011 r.	<p>Działanie dotyczyło przeprowadzenia ilościowego badania dotyczącego skuteczności kampanii promocyjnej o szerokim zasięgu <i>Na tropie Funduszy</i> realizowanej w 2011 r., która była powtórzeniem kampanii przeprowadzonej w roku 2010.</p> <p>Wyniki badania wskazują, że kampania reklamowa przyczyniła się do wzrostu znajomości wspomaganego PO RPW. Emisja spotów wpłynęła pozytywnie na wizerunek</p>

		Programu, np. istotnie wyższy odsetek osób zgodził się ze stwierdzeniem, że Fundusze Europejskie w ramach PO RPW przyczyniają się do szybszego rozwoju Polski Wschodniej.
Wymiana doświadczeń		
1.	Spotkania przedstawicieli instytucji zaangażowanych we wdrażanie PO RPW	W I półroczu 2011 r. odbywały się spotkania przedstawicieli IZ i IP PO RPW. Tematyka spotkań dotyczyła działań informacyjno-promocyjnych realizowanych w ramach PO RPW oraz współpracy obu instytucji.
2.	Spotkania przedstawicieli instytucji zaangażowanych we wdrażanie PO RPW i przedstawicieli 5 województw Polski Wschodniej	W okresie sprawozdawczym odbyło się spotkanie z przedstawicielami 5 województw w ramach spotkań Komitetu Sterującego do spraw projektu <i>Sieć szerokopasmowa Polski Wschodniej</i> .
3.	Grupy robocze poświęcone realizacji programu	W okresie sprawozdawczym funkcjonowały następujące grupy robocze poświęcone realizacji Programu: <ul style="list-style-type: none"> • Grupa Robocza ds. projektu Promocja Gospodarcza Polski Wschodniej, • Grupa Robocza ds. Działania V.1. Promowanie Zrównoważonego Rozwoju Turystyki, • Grupa Robocza ds. realizacji Działania V.2 Trasy rowerowe, • Grupa Robocza ds. przygotowania projektu Sieci Szerokopasmowej Polski Wschodniej.
4.	Grupa sterująca ds. Informacji i Promocji IK NSRO	W okresie sprawozdawczym przedstawiciele IZ PO RPW brali udział w spotkaniach Grupy Sterującej ds. Informacji i promocji IK NSRO. Spotkania miały na celu koordynację działań, wymianę doświadczeń oraz podnoszenie poziomu wiedzy w zakresie informacji i promocji Funduszy Europejskich oraz współpracę w ramach Grupy.
5.	Baza wiedzy o Funduszach Europejskich	W okresie sprawozdawczym dostęp do Bazy Wiedzy otrzymali nowi pracownicy IZ i IP, członkowie, zastępcy członków i obserwatorzy KM PO RPW. Na bieżąco były zamieszczane w Bazie wszystkie dokumenty dotyczące realizacji Programu i posiedzeń KM PO RPW.
6.	Infoteka	W okresie sprawozdawczym funkcjonowała i była aktualizowana baza Infoteka na Lotus Notes, na której umieszczane są na bieżąco ekspertyzy, raporty z badań, orzeczenia, opinie i porady prawne, wyjaśnienia dotyczące obowiązującego stanu prawnego, stosowania prawa i orzecznictwa do wykorzystywania przez komórki organizacyjne i pracowników Ministerstwa Rozwoju Regionalnego.

2. Postęp rzeczowy działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych

Komentarz do Tabeli:

- W wierszu *realizacja* dotyczących wartości za I półrocze 2011 r. zostały podane wartości zsumowane z wartością wskaźnika z roku 2010, natomiast w nawiasach zostały podane wartości dotyczące działań zrealizowanych w I półroczu 2011 r.
- Z uwagi na zmianę systemu monitorowania realizacji PO RPW oraz aktualizację tabeli wskaźników, nie ma możliwości uwzględnienia wartości za lata 2007 i 2008 roku.

Obszar	Wskaźnik	Rok	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015	
		Półrocze	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II
Punkty Informacyjne	Liczba funkcjonujących punktów	Realizacja					111	111	112	112	112									
		Wartość docelowa					1				112									
		Wartość bazowa	0																	
	Liczba osób odwiedzających punkty	Realizacja					1	1	brak danych	191	436 (245)									
		Wartość docelowa					5		150		120									
		Wartość bazowa	0																	
	Liczba odpowiedzi udzielonych drogą elektroniczną	Realizacja					11	20	39	53	90 (37)									
		Wartość docelowa					10		30		100									
		Wartość bazowa	0																	

	<i>Liczba odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną</i>	Realizacja					223	437	591	593	1 237 (644)										
		Wartość docelowa					80		100		150										
		Wartość bazowa	0																		
<i>Działania informacyjne</i>	<i>Liczba działań</i>	Realizacja					0	1	1	6	10 (4)										
		Wartość docelowa					1		5		4										
		Wartość bazowa	0																		
<i>Edukacja</i>	<i>Liczba zorganizowanych szkoleń/seminariów</i>	Realizacja					34	43	93	112	144 (32)										
		Wartość docelowa					42		18		18										
		Wartość bazowa	0																		
	<i>Liczba uczestników szkoleń/seminariów</i>	Realizacja					240	588	930	1 080	1 338 (258)										
		Wartość docelowa					200		430		520										
		Wartość bazowa	0																		
	<i>Liczba różnych grup roboczych poświęconych</i>	Realizacja					3	4		5	4										
		Wartość docelowa					4		5		4										

		Wartość bazowa	0																		
<i>Konferencje, duże wydarzenia</i>	<i>Liczba zorganizowanych lub współorganizowanych konferencji, targów, innych imprez masowych</i>	Realizacja					11	15	16	20	25 (5)										
		Wartość docelowa					10		4		4										
		Wartość bazowa	0																		
	<i>Liczba uczestników konferencji, targów, innych imprez masowych</i>	Realizacja					400	500	600	1 300	2 100 (800)										
		Wartość docelowa					600		160 000		300										
		Wartość bazowa	0																		
<i>Publikacje / Ulotki</i>	<i>Liczba numerów wszystkich publikacji</i>	Realizacja					23	31	39	48	52 (4)										
		Wartość docelowa					15		10		12										
		Wartość bazowa	0																		
	<i>Wolumen egzemplarzy wszystkich publikacji</i>	Realizacja					28 050	32 050	39 050	45 240	58 240 (13 000)										
		Wartość docelowa					12 900		10 000		4000										
		Wartość bazowa	0																		

Serwisy internetowe	Liczba serwisów	Realizacja				3	3		4	4										
		Wartość docelowa				3			4											
		Wartość bazowa	0																	
	Liczba wejść na serwisy ¹	Realizacja				72 856	239 794	390 835	569 394	739 556 (170 162)										
		Wartość docelowa				120 000		160 000		165 000										
		Wartość bazowa	0																	
Materiały Promocyjne	Liczba rodzajów wszystkich materiałów promocyjnych	Realizacja				13	31	52	64	65 (1)										
		Wartość docelowa				22		31		32										
		Wartość bazowa	0																	
	Liczba egzemplarzy wszystkich materiałów promocyjnych	Realizacja				9 301	5 000	12 750	21 601	57 343 (500)										
		Wartość docelowa				15 000		12 901		16 000										
		Wartość bazowa	0																	
Komentarz																				

¹ Statystyka prowadzona jest od 17 listopada 2008 r. Liczba uwzględnia wyłącznie wejścia na strony www.polskawschodnia.gov.pl i www.porpw.parp.gov.pl

3. Informacja nt. udostępnienia listy beneficjentów

IZ PO RPW opublikowała listę beneficjentów Programu, zawierającą nazwy beneficjentów, tytuły projektów oraz wielkość wkładu publicznego w Internecie pod adresem:

www.polskawschodnia.gov.pl

W okresie sprawozdawczym lista beneficjentów była aktualizowana 2 razy.

* niepotrzebne skreślić

4. Informacja nt. współpracy IZ PO/RPO z podmiotami wymienionymi w Art. 5 ust. 3 rozporządzenia 1828/2006.

Prowadząc działania informacyjne, promocyjne oraz szkoleniowe w okresie sprawozdawczym Instytucja Zarządzająca lub instytucja wykonująca zadania w jej imieniu współpracowała z następującymi podmiotami określonymi w Art. 5 ust. 3 Rozporządzenia Komisji (WE) nr 1828/2006:

- | | |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Władze krajowe, regionalne lub lokalne oraz agencje rozwoju | <input checked="" type="checkbox"/> Stowarzyszenia handlowe i zawodowe |
| <input checked="" type="checkbox"/> Partnerzy społeczni i gospodarczy | <input checked="" type="checkbox"/> Organizacje pozarządowe |
| <input checked="" type="checkbox"/> Organizacje przedsiębiorców | <input checked="" type="checkbox"/> Centra informacji europejskiej |
| <input checked="" type="checkbox"/> Przedstawicielstwo KE w Polsce | <input checked="" type="checkbox"/> Instytucje oświatowe |

5. Informacje nt. analizy i oceny prowadzonych działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych

5.5.1. Czy w okresie sprawozdawczym były prowadzone badania ewaluacyjne dotyczące skuteczności i efektywności realizowanych działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych ?

- Tak Nie

5.5.2. W wyniku przeprowadzonej oceny działań lub analizy informacji zwrotnych Instytucja Zarządzająca podjęła następujące działania usprawniające:

A. W 2011 r. realizowane było badanie rezultatów działań informacyjnych i promocyjnych pod kątem efektywności ścieżek dotarcia i skuteczności w budowaniu świadomości społecznej o PO RPW, za okres 2007-2010. W II półroczu 2011 r. IZ podjęmie działania zmierzające do aktualizacji zarówno *Rocznego planu działań informacyjnych i promocyjnych* jak i *Planu komunikacji PO RPW* uwzględniając rekomendacje wynikające z przeprowadzanego badania.

5.5.3. Czy w wyniku przeprowadzonej oceny działań, analizy informacji zwrotnych lub z innych powodów Instytucja Zarządzająca planuje dokonać modyfikacji Rocznego planu działań informacyjnych i promocyjnych lub Planu komunikacji programu operacyjnego?

- Tak Nie

5.5.4. Zakres planowanych modyfikacji rocznego planu działań lub Planu komunikacji obejmuje (np. grupy docelowe, do których należy wzmocnić przekaz; rezygnacja z istniejącego lub wybór nowego narzędzia kanału komunikacji):

- A. Zmiany w RPD na rok 2011 w związku z rezygnacją z realizacji zamieszczenia reklam na autobusach zakupionych przez Miasto Kielce.
- B. Zmiany w RPD na rok 2011 w związku z przesunięciem środków z reklam na autobusach na realizację kampanii telewizyjnej dot. promocji projektów PO RPW. Planowane jest też przesunięcie oszczędności powstałych po dokonaniu wyboru ofert i podpisaniu umów z wykonawcami realizującymi przetargi na organizację szkoleń PO RPW oraz opracowanie materiałów promocyjnych PO RPW na realizację kampanii telewizyjnej dot. promocji projektów PO RPW oraz na opracowanie i druk publikacji, których koszt nieznacznie wzrósł w stosunku do planowanego w roku ubiegłym.
- C. Zmiany w RPD na rok 2011 w zakresie organizacji konkursu „Nie przegap zmian na wschodzie” II edycja. Działanie miało być kontynuacją przeprowadzonego na przełomie 2009 i 2010 r. konkursu o tej samej nazwie i miało objąć przeprowadzenie konkursu dla dziennikarzy z pięciu województw Polski Wschodniej oraz dziennikarzy ogólnopolskich. Działanie zostało zmodyfikowane, na przełomie września i października 2011 r. planowane jest zorganizowanie dwóch lokalnych wizyt studyjnych dziennikarzy regionalnych u beneficjentów. Działanie zostanie uzupełnione szkoleniem dla dziennikarzy ogólnopolskich w okresie październik - listopad 2011 r., w trakcie którego zaprezentowane zostanie podsumowanie PO RPW.
- D. Planowana jest aktualizacja Planu komunikacji PO RPW wynikająca z potrzeby uwzględnienia rekomendacji z badania ewaluacyjnego. Aktualizacja zostanie przeprowadzona w drugim półroczu 2011 r. po otrzymaniu przez IZ kompletnych wyników badania.

5.5.5. Planowane modyfikacje wynikają z następujących przyczyn:

- A. Rezygnacja z działania dotyczącego zamieszczenia reklam na autobusach w Kielcach podyktowana jest faktem, iż beneficjenci, którzy zakupili środki transportu w ramach PO RPW nie wyrazili zgody na realizację projektu. Wszystkie zakupione autobusy z uwagi na obligatoryjne wymagania dot. wizualizacji PO RPW posiadają już oznaczenia programu i informacje o współfinansowaniu. Nie ma zatem potrzeby oklejania ich dodatkową grafiką, która powoduje zmianę dotychczasowego, przyjętego przez Miasto, jednolitego systemu wizualizacji dla środków transportu miejskiego.
Kontynuowanie kampanii telewizyjnej dot. promocji projektów PO RPW jest zasadne, co potwierdza raport końcowy z przeprowadzonego badania w zakresie ewaluacji działań informacyjnych i promocyjnych PO RPW. Najważniejszym źródłem informacji o Programie, promocji projektów są programy telewizyjne i radiowe o szerokim zasięgu i intensywności. Role taką spełnia proponowana kampania telewizyjna dot. promocji projektów PO RPW, której emisja odbywa się równocześnie w 5 kanałach telewizji regionalnej TVP z częstotliwością cotygodniowych premier w każdej ze stacji, wraz z powtórkami emitowanego programu i promocją programu w Internecie.
- B. Modyfikacja konkursu „Nie przegap zmian na wschodzie” (II edycja) wynika z wniosków badania ewaluacyjnego dotyczącego oceny wybranych działań informacyjno-promocyjnych, w tym pierwszej edycji konkursu dla dziennikarzy, przeprowadzonego na przełomie 2009 i 2010 r. Wnioski z badania zostaną wykorzystane do modyfikacji formuły konkursu i zwiększenia jego efektywności.
- C. Aktualizacja Planu komunikacji PO RPW wynika z potrzeby uwzględnienia rekomendacji z badania ewaluacyjnego. Badanie pokazuje, że dotychczas podejmowane działania należy uzupełnić i skupić się na promowaniu osiągniętych przez Program efektów. Taki sposób promowania Programu wymaga zaangażowania beneficjentów w promowanie swoich projektów, jak również zaangażowania dziennikarzy, przede wszystkim mediów regionalnych i lokalnych. Dla dziennikarzy mogą być organizowane objazdy po miejscach, które pozyskały środki w ramach Programu, czy warsztaty, generujące przekazy medialne.

5.5.6. Czy w trakcie prowadzenia działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych Instytucja Zarządzająca zidentyfikowała istotne zagrożenia dla realizacji Roczego planu działań lub Planu komunikacji?

Tak

Nie

5.5.7. Zidentyfikowane istotne zagrożenia dotyczą:

A

B

C

6. Informacje dodatkowe

Informacje dodatkowe – wszystkie informacje, które nie zostały podane w pkt. 1 – 5, a których podanie IZ uzna za celowe, dotyczące:

- sposobu, w jaki w danym okresie sprawozdawczym właściwe instytucje na wszystkich szczeblach wdrażania programu wywiązywały się z zobowiązań w zakresie informacji i komunikacji;

- typów przeprowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych;

- sposobu koordynacji i zapewnienia komplementarności działań informacyjnych pomiędzy instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie, w odniesieniu do realizacji strategii komunikacji;

- innych zagadnień.