**Załącznik nr II. Wzór informacji z działań informacyjnych i promocyjnych**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa programu:** |  |
| **Okres sprawozdawczy:** | *od 1 stycznia ….. r. do 31 grudnia ….. r.[[1]](#footnote-1)* |
| **Osoba do kontaktu:** | *Imię i nazwisko:*  *Instytucja:*  *Numer telefonu:*  *Adres e-mail:* |

1. **Zrealizowane działania w zakresie informacji, promocji i szkoleń**

W okresie sprawozdawczym Instytucja Zarządzająca (Regionalnym) Programem Operacyjnym ... prowadziła działania mające na celu … (*zgodnie z celami Strategii komunikacji PO*). Działania były prowadzone zgodnie ze Strategią komunikacji .... (*nazwa programu*) oraz Rocznym planem działań informacyjnych i promocyjnych na ... rok. Były one adresowane przede wszystkim do … *(grupy docelowe zgodne ze Strategią komunikacji PO)*.

Listę najważniejszych działań oraz ich szczegółowy opis przedstawia tabela poniżej:

**Tabela nr 1**

*W kolumnie "opis działania" proszę krótko opisać, w jaki sposób zostało zrealizowane to działanie, czy nastąpiły zmiany w stosunku do planów w RPD[[2]](#footnote-2), jeśli tak, to co uległo zmianie i jaki to miało wpływ na skuteczność i efektywność tego działania. UWAGA: Opis nie może być powieleniem opisu z RPD.*

*W tabeli należy wpisać również działania, które zrobiono poza Planem wraz z podaniem uzasadnienia.*

*W sprawozdaniu nie należy zamieszczać działań zrealizowanych w ramach Sieci PIFE[[3]](#footnote-3) i we współpracy z Siecią PIFE. Działania i wskaźniki dotyczące tych działań zostaną wykazane w dokumentach sprawozdawczych Sieci PIFE.*

*Dane w tabeli uzupełniamy, dodając wiersze w miarę potrzeb lub usuwając, jeśli dane działanie nie dotyczyło instytucji lub danego roku.*

| **NAZWA DZIAŁANIA** | **KTÓRY CEL ZE STRATEGII KOMUNIKACJI PROGRAMU REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NUMER)** | **OPIS DZIAŁANIA** | | **TERMIN** | **BUDŻET** | |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **PLANOWANY** | **ZREALIZOWANY** |
| **1. Koordynacja, w tym badania i ewaluacja, wymiana doświadczeń** | | | | | | |
| Koordynacja systemu informacji i promocji, w tym edukacji |  | Działania koordynacyjne, w tym współpraca i nadzór nad IP | |  |  |  |
| Udział w grupach |  | Grupa robocza IZ-IP ds. informacji i promocji  *Proszę skrótowo opisać działania podjęte w ramach grup i wnioski z tej współpracy* | |  |  |  |
| Współpraca międzynarodowa |  | *Proszę skrótowo opisać działania podjęte w ramach współpracy i wnioski z niej* | |  |  |  |
| Badania, ewaluacja, analizy i ekspertyzy |  | Badanie społeczne - *tytuł i skrótowo zakres badania* | |  |  |  |
|  | Ewaluacja -  *tytuł i skrótowo zakres badania* | |  |  |  |
| Inne |  |  | |  |  |  |
| **2. Działania informacyjne** | | | | | | |
| System informacji - sieć PIFE | W sprawozdaniu z RPO: informacja:  Sieć PIFE w województwie … prowadzona była w ramach umowy o numerze … między MIiR a Województwem … . W województwie w roku ….. funkcjonował główny punkt w…(nazwa miejscowości) i ... (ile?) punktów lokalnych w następujących miejscowościach: …  Szczegóły dot. realizacji tego działania w ….. roku zostały przedstawione w *Raporcie merytorycznym z wykonania umowy nr …… z dnia ….. z działalności Sieci PIFE w województwie ….* oraz *Wniosku o rozliczenie … transzy dotacji celowej za okres …… Umowa nr ………*  Działanie było realizowane w ciągu całego roku w ścisłej współpracy z MIiR. Adresatami byli beneficjenci, potencjalni beneficjenci, ogół społeczeństwa i partnerzy społeczno-gospodarczy. | | | | | |
| Portale i serwisy internetowe |  | *adresy portali prowadzonych przez instytucje (IZ/IP), liczba odwiedzin poszczególnych portali* | |  |  |  |
| Inne |  |  | |  |  |  |
| **3. Działania edukacyjne** | | | | | | |
| Szkolenia dla beneficjentów |  | *liczba szkoleń, tematyka szkoleń, liczba przeszkolonych osób łącznie* | |  | *(łącznie budżet dla wszystkich szkoleń)* | *(łącznie budżet dla wszystkich szkoleń)* |
| Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów |  | *liczba szkoleń, tematyka szkoleń, liczba przeszkolonych osób łącznie* | |  | *(łącznie budżet dla wszystkich szkoleń)* | *(łącznie budżet dla wszystkich szkoleń)* |
| Inne |  |  | |  |  |  |
| **4. Działania promocyjne, takie jak współpraca z mediami i działania promocyjne w Internecie** | | | | | | |
| Działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu |  | Działanie 1  *tematyka, główny komunikat, grupa docelowa, zasięg terytorialny, rodzaje narzędzi, media (w tym stacje, grupy stacji, tytuły), osiągnięte wskaźniki, rezultaty* | |  | *(łącznie budżet dla całego działania)* | *(łącznie budżet dla całego działania)* |
|  | * Sponsorowane audycje telewizyjne   *nazwa stacji/grupy stacji, rodzaj audycji, grupa docelowa, liczba emisji* |  | *(łącznie budżet na audycje tv)* | *(łącznie budżet na audycje tv)* |
| * Spoty telewizyjne   *stacje/grupy stacji, tematyka reklamy, grupa docelowa* |  | *(łącznie budżet na spoty tv)* | *(łącznie budżet na spoty tv)* |
| * Sponsorowane audycje radiowe   *nazwa stacji/grupy stacji, grupa docelowa, liczba emisji* |  | *(łącznie budżet na audycje radio)* | *(łącznie budżet na audycje radio)* |
| * Spoty radiowe   *stacje/grupy stacji, grupa docelowa* |  | *(łącznie budżet na spoty radio)* | *(łącznie budżet na spoty radio)* |
| * Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe   *tytuł prasowy, rodzaj publikacji, grupa docelowa* |  | *(łącznie budżet na publikacje i reklamy w prasie)* | *(łącznie budżet na publikacje i reklamy w prasie)* |
| * Sponsorowane publikacje w Internecie   *nazwa portalu, grupa docelowa* |  | *(łącznie budżet na publikacje w internecie)* | *(łącznie budżet na publikacje w internecie)* |
| * Reklamy w Internecie   *nazwa portalu, rodzaj narzędzi zastosowanych na portalu zewnętrznym, grupa docelowa* |  | *(łącznie budżet na reklamy w internecie)* | *(łącznie budżet na reklamy w internecie)* |
| * Ambient, OOH, inne   *rodzaj narzędzia, grupa docelowa* |  | *(łącznie budżet na ambient, OOH i inne)* | *(łącznie budżet na ambient, OOH i inne)* |
|  | Działanie 2  *Opis i kategorie jak wyżej* | |  | *(łącznie budżet dla całego działania)* | *(łącznie budżet dla całego działania)* |
| Telewizja (audycje sponsorowane, reklamy)[[4]](#footnote-4) |  | Audycje  *nazwa stacji/grupy stacji, tematyka audycji, rodzaj audycji, grupa docelowa, liczba emisji* | |  | *(łącznie budżet dla wszystkich audycji)* | *(łącznie budżet dla wszystkich audycji)* |
|  | Spoty  *stacje/grupy stacji, tematyka reklamy, grupa docelowa* | |  | *(łącznie budżet dla wszystkich spotów)* | *(łącznie budżet dla wszystkich spotów)* |
| Radio (audycje sponsorowane, reklamy)[[5]](#footnote-5) |  | Audycje  *nazwa stacji/grupy stacji, tematyka audycji, grupa docelowa, liczba emisji* | |  | *(łącznie budżet dla wszystkich audycji)* | *(łącznie budżet dla wszystkich audycji)* |
|  | Spoty  *stacje/grupy stacji, tematyka reklamy, grupa docelowa* | |  | *(łącznie budżet dla wszystkich spotów)* | *(łącznie budżet dla wszystkich spotów)* |
| Prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy)[[6]](#footnote-6) |  | Publikacje sponsorowane w prasie i reklamy prasowe  *tytuł prasowy, rodzaj publikacji, tematyka publikacji, grupa docelowa* | |  | *(łącznie budżet dla wszystkich publikacji w prasie)* | *(łącznie budżet dla wszystkich publikacji w prasie)* |
| Internet (sponsorowane publikacje, reklamy, media społecznościowe)[[7]](#footnote-7) |  | Publikacje w internecie  *nazwa portalu, temat publikacji, grupa docelowa* | |  | *(łącznie budżet dla wszystkich publikacji w Internecie)* | *(łącznie budżet dla wszystkich publikacji w Internecie)* |
|  | Reklamy  *nazwa portalu, rodzaj narzędzi zastosowanych na portalu zewnętrznym, temat reklamy, grupa docelowa* | |  | *(łącznie budżet dla wszystkich reklam w Internecie)* | *(łącznie budżet dla wszystkich reklam w Internecie)* |
| Ambient, OOH, inne[[8]](#footnote-8) |  | *rodzaj narzędzia, tematyka, grupa docelowa* | |  | *(łącznie budżet dla wszystkich działań)* | *(łącznie budżet dla wszystkich działań)* |
| **5. Imprezy otwarte i inne** | | | | | | |
| Eventy, pikniki, festyny |  | *liczba imprez, tematyka imprez, liczba uczestników* | |  | *(łącznie budżet przeznaczony na wszystkie eventy)* | *(łącznie budżet przeznaczony na wszystkie eventy)* |
| Konferencje prasowe, śniadania prasowe, wyjazd prasowy, uroczyste podpisanie umowy itp. |  | *liczba konferencji, tematyka konferencji, liczba uczestników* | |  | *(łącznie budżet przeznaczony na wszystkie konferencje)* | *(łącznie budżet przeznaczony na wszystkie konferencje)* |
| Inne |  |  | |  |  |  |
| **6. Konkursy** | | | | | | |
| Konkursy promocyjne |  | Konkurs 1  *tematyka konkursu, grupa docelowa* | |  | *(budżet przeznaczony na dany konkurs)* | *(budżet przeznaczony na dany konkurs)* |
|  | Konkurs 2  *tematyka konkursu, grupa docelowa* | |  | *(budżet przeznaczony na dany konkurs)* | *(budżet przeznaczony na dany konkurs)* |
| Inne |  |  | |  |  |  |
| **7. Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjno-promocyjnych** | | | | | | |
| Publikacje (drukowane i elektroniczne) |  | *tytuły, nakład, grup docelowa, sposób dystrybucji w grupie docelowej, czy publikacja była drukowana, jeśli tak – wolumin egzemplarzy, czy była dostępna elektronicznie, a jeśli tak – gdzie* | |  | *(łącznie budżet na wszystkie publikacje)* | *(łącznie budżet na wszystkie publikacje)* |
| Materiały promocyjne typu gadżety |  | *liczba i rodzaj materiałów, grupa docelowa, sposób dystrybucji w grupie docelowej* | |  | *(łącznie budżet na wszystkie gadżety)* | *(łącznie budżet na wszystkie gadżety)* |
| Materiały brandingowe i wystawiennicze, np. roll-upy, ścianki |  | *liczba i rodzaj materiałów* | |  | *(łącznie budżet na wszystkie materiały brandingowe)* | *(łącznie budżet na wszystkie materiały brandingowe)* |
| Inne |  |  | |  |  |  |
| ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU | | | | | …..PLN | …..PLN |

*UWAGA: Nazwy działań oraz ich opisy powinny bazować na nazwach działań i opisach zawartych w tabeli nr 1, znajdującej się w Rocznym planie działań informacyjnych i promocyjnych.*

1. **Postęp rzeczowy działań informacyjno - promocyjnych, w tym edukacyjnych**

*UWAGA: Nazwy działań oraz wskaźników powinny być tożsame z nazwami działań i wskaźników zawartymi w tabeli nr 2 do Rocznego planu działań informacyjnych i promocyjnych. Wskaźniki dotyczące Sieci PIFE należy opatrzyć informacją w przypisie „wskaźnik realizowany w ramach projektu realizowanego przez Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju”.*

*Wartości wskaźników powinny być prezentowane kumulatywnie na koniec okresu sprawozdawczego, czyli 4 kwartału danego roku.*

**Tabela nr 2**

*****(UWAGA należy dwukrotnie kliknąć lewym przyciskiem, aby edytować tabelę w MS Excel. Prosimy wypełniać tabelę tylko w ten sposób)*

1. **Informacja nt. udostępnienia listy beneficjentów**

Instytucja Zarządzająca opublikowała wykaz operacji zgodnie z art. 115 ust. 2 Rozp.1303/2013w Internecie pod adresem/adresami:...............................................

W okresie sprawozdawczym wykaz operacji był aktualizowany ...... razy (*wykaz operacji jest aktualizowany co najmniej raz na sześć miesięcy)*

1. **Informacja nt. współpracy IZ PO/RPO z podmiotami wymienionymi w Art. 5 ust. 1 oraz załączniku XII 2.1.3 Rozp. 1303/2013**

Prowadząc działania informacyjne i promocyjne w okresie sprawozdawczym Instytucja Zarządzająca lub instytucja wykonująca zadania  
w jej imieniu współpracowała z następującymi podmiotami określonymi w Art. 5 ust. 3 1 oraz załączniku XII 2.1.3 Rozporządzenia Komisji (WE) nr 1303/2013 (zaznacz właściwe):

partnerstwo z właściwymi instytucjami regionalnymi i lokalnymi;

właściwe władze miejskie i inne instytucje publiczne;

partnerzy społeczni i gospodarczy;

właściwe podmioty reprezentujące społeczeństwo obywatelskie, w tym partnerzy działający na rzecz ochrony środowiska, organizacje pozarządowe oraz podmioty odpowiedzialne za promowanie włączenia społecznego, równouprawnienia płci i niedyskryminacji;

instytucje edukacyjne i badawcze;

centra informacji europejskiej;

przedstawicielstwo Komisji;

biuro informacyjne Parlamentu Europejskiego w Polsce.

x

1. **Ocena działań informacyjno-promocyjnych podjętych w … roku**

Wnioski z badań, ewaluacji, analiz (zamówionych lub własnych), ankiet, oceny operacyjnej działań: …

Rekomendacje do wdrożenia: ...

Źródło: … (*tytuły badań, jeśli wykorzystano*)

1. Informacja nt. aktualizacji i weryfikacji przykładów projektów, o których mowa w rozdziale 7.2 pkt 6 h *Wytycznych w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności*

Czy przykłady projektów, o których mowa w rozdziale 7.2 pkt 6 h *Wytycznych w zakresie informacji i promocji programów operacyjnych polityki spójności są zweryfikowane i aktualne?*

tak, nie.

1. **Informacje dodatkowe**

*Wszystkie informacje, które nie zostały podane w pkt. 1 – 6, a których podanie IZ uzna za celowe*

…

1. Dane sprawozdawcze są prezentowane kumulatywnie na koniec okresu sprawozdawczego, czyli 4 kwartału danego roku. [↑](#footnote-ref-1)
2. RPD - Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych. [↑](#footnote-ref-2)
3. PIFE – Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich [↑](#footnote-ref-3)
4. Prosimy o uwzględnienie działań niebędących częścią działań informacyjno-promocyjnych o szerokim zasięgu [↑](#footnote-ref-4)
5. Jw. [↑](#footnote-ref-5)
6. Jw. [↑](#footnote-ref-6)
7. Jw. [↑](#footnote-ref-7)
8. Jw. [↑](#footnote-ref-8)