

**Roczny plan działań informacyjno-promocyjnych
na rok 2011 w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego
Województwa Mazowieckiego 2007-2013**

**Aktualizacja nr 1
Wrzesień 2011**



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Spis treści:

1. Wstęp.....	3
2. Podstawy opracowania Roczego planu działań	3
3. Cele działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych	3
4. Zakres działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych	4
5. Harmonogram działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych	10
6. Budżet działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych.....	11
Załączniki:	12

1. Wstęp

Roczny plan działań informacyjno-promocyjnych, (zwany dalej *Rocznym planem działań*), jest dokumentem o charakterze operacyjnym, przygotowanym przez Instytucję Pośredniczącą II stopnia Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013 (Mazowiecką Jednostkę Wdrażania Programów Unijnych – MJWPU) we współpracy z Instytucją Zarządzającą RPO WM, na potrzeby realizacji w 2011 r. zapisów Planu komunikacji RPO WM 2007-2013.

Dokument określa podstawy i sposoby realizacji zadań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych służących wdrożeniu Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013, wymienia i opisuje najważniejsze działania komunikacyjne prowadzone przez Mazowiecką Jednostkę Wdrażania Programów Unijnych, ich cele, ramy czasowe oraz szacunkowy budżet.

Podmiotem odpowiedzialnym za realizację działań przedstawionych w niniejszym *Rocznym planie działań* jest na poziomie IZ RPO WM Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego, na poziomie IP II Wydział Informacji i Szkoleń Beneficjentów MJWPU. Działania te będą realizowane zarówno samodzielnie, jak i we współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi, bądź też przez podmioty zewnętrzne zgodnie z przepisami ustawy prawo zamówień publicznych lub ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

2. Podstawy opracowania Roczno planu działań

Roczny plan działań powstał w oparciu o następujące dokumenty:

- Rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006 r. z dnia 11 lipca 2006 r. ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylającego rozporządzenie (WE) nr 1260/1999;
- Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 r. ustanawiającego szczegółowe zasady wykonania rozporządzenia Rady (WE) nr 1083/2006 ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności oraz rozporządzenia (WE) nr 1080/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego,
- Strategię komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013;
- Wytyczne Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 10 czerwca 2010 r. w zakresie informacji i promocji;
- Plan komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013.

3. Cele działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych

Opracowanie i pełne wykonanie niniejszego *Rocznego planu działań* służy realizacji w perspektywie jednorocznej celu strategicznego określonego w Planie komunikacji RPO WM 2007-2013, którym jest zapewnienie maksymalnego i efektywnego wykorzystania środków pochodzących z Unii Europejskiej w województwie mazowieckim, w okresie programowania 2007-2013. Działania komunikacyjne mają służyć także promowaniu obszarów interwencji Unii Europejskiej, a tym samym propagowaniu korzyści płynących z członkostwa Polski we Wspólnocie.

Celem strategicznym przeprowadzenia działań określonych w Rocznym Planie na rok 2011 jest kontynuacja wsparcia realizacji celów określonych w Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Mazowieckiego 2007-2013, w szczególności poprzez zachęcanie potencjalnych beneficjentów do korzystania z Funduszy Europejskich na poziomie regionalnym.

Powyższe działania polegać będą m.in. na przekazaniu beneficjentom informacji niezbędnych do ubiegania się o środki unijne, promocję „dobrych praktyk”, a także kształtowaniu świadomości społeczeństwa w zakresie postępów realizacji RPO WM oraz efektów wykorzystania funduszy unijnych na Mazowszu.

Cele działań komunikacyjnych określone w niniejszym *Rocznym planie działań*, mają wspierać realizację celów zdefiniowanych w RPO WM 2007-2013, zorientowanych na rozwój regionu, takich, jak:

- rozwój gospodarki regionu, w tym gospodarki opartej na wiedzy (Priorytet I: *Tworzenie warunków dla rozwoju potencjału innowacyjnego i przedsiębiorczości na Mazowszu* oraz Priorytet II: *Przyspieszenie e-Rozwoju Mazowsza*);
- poprawa i uzupełnienie istniejącej infrastruktury technicznej (Priorytet III: *Regionalny system transportowy*, Priorytet IV: *Środowisko, zapobieganie zagrożeniom i energetyka*);

- aktywizacja miast oraz obszarów atrakcyjnych turystycznie (Priorytet V: *Wzmacnianie roli miast w rozwoju regionu* oraz Priorytet VI: *Wykorzystanie walorów naturalnych i kulturowych dla rozwoju turystyki i rekreacji*);
- poprawa infrastruktury społecznej warunkującej rozwój kapitału ludzkiego w regionie (Priorytet VII: *Tworzenie i poprawa warunków dla rozwoju kapitału ludzkiego*).

Realizacja celów szczegółowych służyć ma zarówno podnoszeniu jakości realizowanych projektów, jak również jakości procesu wdrażania Programu przez IP II.

Celami szczegółowymi Rocznego planu działań są:

- informowanie społeczeństwa na temat Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013, w tym stopnia wdrażania;
- upowszechnianie korzyści, w tym „dobrych praktyk” płynących z wykorzystywania Funduszy Europejskich w ramach RPO WM, jako narzędzia stymulującego rozwój Mazowsza;
- wsparcie potencjalnych beneficjentów w procesie aplikowania o środki w ramach RPO WM;
- usprawnienie procesu związanego z realizacją i rozliczaniem projektów tak, aby wykorzystanie środków w ramach RPO WM było jak najbardziej efektywne;
- upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi, środowiskami opiniotwórczymi oraz pobudzanie dialogu instytucji zaangażowanych w proces wdrażania Funduszy Europejskich, w tym w szczególności RPO WM.

W 2011 r. IP II w zakresie informacji i promocji położy szczególny nacisk na realizację dwóch najważniejszych na tym etapie wdrażania RPO WM celów szczegółowych, związanych ze wsparciem beneficjentów w procesie pozyskiwania środków z RPO WM oraz promocją „dobrych praktyk”.

Pierwszy z nich ma ścisły związek z coraz szybszym tempem wykorzystania środków unijnych. Rok 2011 będzie prawdopodobnie ostatnim, kiedy potencjalni beneficjenci będą mogli na szeroką skalę aplikować o środki w ramach RPO WM. W związku z powyższym MJWPU skupi się na „**wspierciu beneficjentów w procesie aplikowania o środki RPO WM**”. Narzędziami wspierającymi niniejsze działanie, będą przede wszystkim środki masowego przekazu, które służyć będą informowaniu potencjalnych beneficjentów o naborach w ramach RPO w 2011 r.

Ponadto biorąc pod uwagę przekroczenie połowy okresu wdrażania RPO WM konieczne jest zwiększenie nacisku na „**upowszechnianie korzyści, w tym „dobrych praktyk” płynących z wykorzystywania Funduszy Europejskich w ramach RPO WM, jako narzędzia stymulującego rozwój Mazowsza**”. Służyć będzie temu realizacja drugiego z celów, który osiągnięty zostanie poprzez prezentację „dobrych praktyk” przy wykorzystaniu różnorodnych narzędzi informacyjno-promocyjnych, tj. wystawy, publikacje, targi, konferencje. Niniejsza forma służyć ma również zachęceniu beneficjentów do maksymalnego wykorzystania dostępnych środków unijnych w ramach RPO WM w 2011 r.

Wyżej wymienione cele są ze sobą komplementarne, umożliwiając zapewnienie maksymalnego i efektywnego wykorzystania środków pochodzących RPO WM.

4. Zakres działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych

Działania komunikacyjne, zaplanowane w *Rocznym planie działań*, koncentrują się na sześciu podstawowych obszarach:

- a) Informacja
- b) Promocja
- c) Edukacja
- d) Internet
- e) Ewaluacja
- f) Wymiana doświadczeń.

Szczegółowy opis obszarów oraz poszczególnych działań przedstawia tabela nr 1.

Tabela 1 Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach RPO WM w roku 2011

Działanie	Opis/elementy działania	Grupy docelowe
Informacja		
Punkty Informacyjne	Działanie obejmuje: <ol style="list-style-type: none"> 1. prowadzenie Głównego Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich w Warszawie, 2. prowadzenie Lokalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich w regionach: Ciechanów, Ostrołęka, Płock, Radom, Siedlce, 3. koordynację Sieci Punktów Informacyjnych, 4. udzielanie indywidualnych konsultacji podczas dyżurów Mobilnego Punktu Informacyjnego na zaproszenie urzędów gmin województwa mazowieckiego, 5. pomoc dla beneficjentów w rozliczaniu projektów. 	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, młodzież, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Publikacja ogłoszeń o naborach RPO WM, artykuły sponsorowane	Działanie obejmuje publikację: <ol style="list-style-type: none"> 1. ogłoszeń w prasie m.in. nt. naborów, szkoleń, wydarzeń organizowanych przez MJWPU w zakresie promocji RPO WM, 2. artykułów sponsorowanych w tygodnikach lokalnych, kolportowanych w Ciechanowie, Ostrołęce, Płocku, Radomiu, Siedlcach, 3. dodatków specjalnych (inserty). 	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Publikacja, dystrybucja materiałów informacyjnych o Programie	Działanie obejmuje: <ol style="list-style-type: none"> 1. publikację albumu promującego „dobre praktyki” (wersja anglojęzyczna albumu wydanego w 2010 r.), 2. publikację albumu promującego „dobre praktyki”, zawierającego zdjęcia z konkursu fotograficznego na Mazowszu (wersja polsko – i anglojęzyczna), 3. publikację albumu promującego projekt kluczowy zrealizowany w ramach RPO WM (wersja anglojęzyczna albumu o Kościele Św. Krzyża w Warszawie, wydanego w 2010 r.), 4. publikację biuletynu informacyjnego RPO WM „Fundusze Europejskie dla rozwoju Mazowsza”, 5. dystrybucję publikacji wraz z organizacją wystawy mobilnej ze zdjęciami wielkoformatowymi prezentującymi „dobre praktyki”, 6. udział i organizację stoiska wystawienniczego RPO WM przez MJWPU w „Miasteczku Polskim” w Brukseli podczas Open Days 2011 - zgodnie z uchwałą Zarządu Województwa Mazowieckiego nr 431/24/11 z dnia 08 marca 2011 r. 	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza oraz obszar wspólnoty europejskiej

	<p>7. produkcję wersji anglojęzycznej płyty z przedstawieniem projektu „Matecznik Mazowsze” – przykład „dobrych praktyk” zrealizowanych w ramach RPO WM,</p> <p>8. publikację katalogu wystawienniczego (w formie albumu) z „dobrymi praktykami” RPO WM, które zostaną zaprezentowane podczas <i>II Forum Rozwoju Mazowsza</i>,</p> <p>9. realizację krótkich 3-minutowych oraz dłuższych 10-minutowych materiałów filmowych i prezentacji multimedialnych o zrealizowanych z RPO WM różnych projektach („dobre praktyki”), głównie o rezultatach i efektach jakie wywarły na odbiorcach końcowych. Filmy będą emitowane w telewizji o zasięgu regionalnym, na stronach internetowych, a także prezentowane podczas szkoleń, seminariów konferencji czy spotkań informacyjnych, jako czynnik zachęcający do aplikowania. Dodatkowo, część z filmów z nagraniem ścieżką w języku angielskim, zostaną zaprezentowane w „Miasteczku Polskim” (zgodnie z listą wybranych projektów – „dobrych praktyk” przez MRR),</p> <p>10. produkcję albumu płytowego z serialem „Unia serc” z książeczką opisującą projekty będące przykładem „dobrych praktyk”, realizowanych w ramach RPO WM i prezentowanych w materiale filmowym.</p>	
Promocja		
Konferencje, duże wydarzenia	<p>Działanie obejmuje:</p> <ol style="list-style-type: none"> organizację dwudniowej konferencji Open Days: konferencja zostanie przeprowadzona w Warszawie, w 17-18 listopada 2011 r. Celem organizacji konferencji jest przede wszystkim podsumowanie 2011 r. w zakresie dotychczasowego wdrażania RPO na Mazowszu, organizację dwudniowego <i>II Forum Rozwoju Mazowsza</i>: wydarzenie targowo-konferencyjne dedykowane głównie beneficjentom Mazowsza. Organizacja przedsięwzięcia planowana jest w dniach 5-6 października 2011 r. w Warszawskim Centrum EXPO – Kampania promocyjna o szerokim zasięgu. 	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Kampanie promocyjne	<p>Działanie obejmuje:</p> <ol style="list-style-type: none"> przeprowadzenie akcji informacyjno-promocyjnej – program radiowy „Perły Mazowsza” – Kampania promocyjna o szerokim zasięgu, emisję odcinków pokazujących efekty wdrażania RPO WM, przygotowanych w 2010 r. w ramach cyklu „Nowsze Mazowsze”, przygotowanie, produkcja oraz emisja serialu telewizyjnego pt. „Unia serc” – Kampania promocyjna o szerokim zasięgu. przygotowanie i promocja edukacyjnej gry komputerowej „Mazowsze: Pogoń w Czasie” – Kampania promocyjna o szerokim zasięgu, przygotowanie materiałów dydaktycznych (mapy z tzw. tematycznymi ścieżkami wirtualnymi). W ramach tego działania zostaną nagrane materiały filmowe przedstawiające zrealizowane już projekty („dobre praktyki”), które następnie zostaną zainstalowane na interaktywnej mapie województwa mazowieckiego. 	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Przygotowanie i produkcja materiałów promocyjnych	<ol style="list-style-type: none"> Produkcja materiałów promocyjnych w podziale na 3 grupy ze względu na przeznaczenie: <ul style="list-style-type: none"> materiały promocyjne (gadżety), 	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy

	<ul style="list-style-type: none"> - materiały szkoleniowo-informacyjne (materiały drukowane), - kalendarze oraz kartki świąteczne. <p>Materiały promocyjne zostały dobrane w taki sposób, by mogły wspomagać działania informacyjne i promocyjne, jakie będzie organizować MJWPU (np. <i>II Forum Rozwoju Mazowsza</i>, konferencje, spotkania informacyjne, seminaria i szkolenia, Dni Otwarte w Oddziałach Zamiejscowych), a także na innych masowych imprezach, w których będziemy uczestniczyć na zaproszenie innych podmiotów np. IV Forum Funduszy Europejskich czy w Miasteczku Polskim w Brukseli podczas Open Days 2011. W oparciu o doświadczenia lat ubiegłych, również w 2011 roku MJWPU uczestniczy w licznych szkoleniach, konferencjach, wystawach, targach i spotkaniach organizowanych przez inne podmioty np. jst, NGO.</p> <p>Materiały szkoleniowo-informacyjne (materiały drukowane) będą wykorzystane podczas konferencji oraz prawie trzystu szkoleń i seminariów dla ponad 3 600 uczestników. Materiały promocyjne i szkoleniowe będą dystrybuowane także podczas uroczystych inauguracyjnych/otwarci obiektów czy przedsięwzięć, które były współfinansowane z RPO WM oraz podczas briefingów i śniadań prasowych związanych powyższymi działaniami. Kalendarze (wydawane w minimum dwóch językach, ilustrowane grafikami zrealizowanych już projektów z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego na Mazowszu), płyty z materiałem filmowym w angielskiej wersji językowej oraz gadżety przeznaczone m.in. do dystrybucji w miasteczku polskim w Brukseli podczas Open Days.</p> <p>Przy wyborze rodzajów materiałów promocyjnych kierowano się trwałością i przydatnością produktu oraz rozwiązaniami ekologicznymi np. drewniane pendrive na które można skopiować np. materiały promujące tzw. „dobre praktyki” z RPO WM w zestawie z ręcznie robionymi drobnymi wyrobami artystycznymi beneficjentów, także z materiałów ekologicznych (głównie do dystrybucji podczas Open Days w Brukseli).</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Przygotowanie i dystrybucja materiałów promocyjnych przez GPI (np. materiały konferencyjne, gadżety promocyjne), 3. Przygotowanie ekologicznych wyrobów artystycznych twórców z Mazowsza, z przeznaczeniem do dystrybucji podczas Open Days 2011, 4. Przygotowanie materiałów konferencyjnych na <i>II Forum Rozwoju Mazowsza</i>. 	Mazowsza, środowiska opiniotwórcze (np. media)
Spotkania informacyjne dla ogółu społeczeństwa	<p>Działanie obejmuje promowanie Funduszy Europejskich, udział w imprezach organizowanych w województwie mazowieckim przez inne podmioty, m.in. w wydarzeniach plenerowych, targach, wystawach, piknikach, itp.. lub przekazywanie materiałów informacyjno-promocyjnych do dystrybucji w czasie tych imprez.</p> <p>Udział w IV Forum Funduszy Europejskich, organizowanym przez MRR.</p>	ogół społeczeństwa, dzieci, młodzież, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Kontakt z mediami	<p>Działanie obejmuje m.in.:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. opracowanie i publikację komunikatów, informacji prasowych na stronie www.mazowia.eu m.in. dotyczących uruchamianych naborów, wydarzeń, organizowanych konferencji, 2. mailing do dziennikarzy (komunikaty, informacje prasowe, sprostowania, polemiki), 3. organizację śniadań prasowych, briefingów, spotkań, 	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza

	4. udzielanie odpowiedzi na zapytania dziennikarzy (mailowo i telefonicznie) m.in. na podstawie danych z komórek merytorycznych.	
Zlecenie tłumaczenia, przygotowania opracowań, ekspertyz	Działanie obejmuje: – monitoring mediów, – tłumaczenie publikacji, – tłumaczenie materiałów filmowych.	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Edukacja		
Spotkania informacyjne	Działanie obejmuje: 1. organizację spotkań z potencjalnymi beneficjentami i beneficjentami, które mają charakter wymiany informacji, 2. organizację 5 spotkań informacyjnych podczas <i>Dni Otwartych</i> w Oddziałach Zamiejscowych. 3. organizację przez GPI spotkań informacyjnych na wybrane tematy dotyczące Funduszy Europejskich.	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza, ogół społeczeństwa, młodzież
Szkolenia	Działanie obejmuje: 1. szkolenia podstawowe (z elementami warsztatów) organizowane w Warszawie, 2. szkolenia podstawowe organizowane na terenie Oddziałów Zamiejscowych, 3. szkolenia organizowane na terenie Mazowsza, na zaproszenie np. poszczególnych gmin, starostw i innych podmiotów, 4. szkolenia specjalistyczne w zakresie m.in. prawa zamówień publicznych, zarządzania projektami, biznes planu, aspektów finansowo księgowych, informacji i promocji, audytu i kontroli, 5. szkolenia celowe (wdrożeńiowe) z elementami warsztatów w zakresie zarządzania projektem, monitoringu, rozliczania wniosków o płatność, sprawozdawczości projektów oraz informacji i promocji realizowanych projektów, 6. cykl szkoleń dla konsultantów funduszy strukturalnych w jednostkach samorządu terytorialnego na terenie województwa mazowieckiego. W 2011 r. planowane jest przeprowadzenie około 289 szkoleń. Szkolenia planowane są dla grup od 20 do 30 osób w zależności od rodzaju szkolenia (podstawowe, specjalistyczne, celowe). Każdorazowo szkolenie przeprowadzane jest przy minimum 50% ilości uczestników w odniesieniu planowanej maksymalnej ilości miejsc na dane szkolenie.	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Seminaria	Działanie obejmuje organizację seminariów w Warszawie. W 2011 r. planowane jest przeprowadzenie około 5 seminariów. Każdorazowo seminarium przeprowadzane jest przy minimum 50% ilości uczestników	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza

	<p>w odniesieniu planowanej maksymalnej ilości miejsc na seminarium.</p> <p>Seminaria planowane są dla grup 50-osobowych. Tematyka związana jest z zagadnieniami, które sprawiają największe problemy podczas pisania i realizacji projektu, np. prawo zamówień publicznych w nawiązaniu do kontroli projektów. Seminare prowadzone są w formie wykładu kończącego się panelem dyskusyjnym lub indywidualnymi konsultacjami.</p>	
Internet		
Serwisy internetowe RPO WM	<p>Działanie obejmuje:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. bieżącą aktualizację strony www.mazowia.eu, 2. rozwój i rozbudowę strony MJWPU, 3. opracowanie i obsługa nowej strony IZ RPO WM, 4. bieżąca aktualizacja „Mapy dotacji UE na Mazowszu, 5. przekazywanie informacji do portalu nt. Funduszy Europejskich tworzonego przez MRR, 6. przekazywanie informacji do Bazy Wiedzy tworzonej przez MRR. 7. mailing informacji 	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, młodzież, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza, pracownicy instytucji wdrażających RPO
Ewaluacja		
Ewaluacja	Badanie ewaluacyjne mające na celu ocenę działań informacyjno-promocyjnych i szkoleniowych podjętych w latach 2009-2011 w odniesieniu do Planu komunikacji i Rocznych planów działań.	Institucje uczestniczące w zarządzaniu i wdrażaniu programów, potencjalni beneficjenci
Wymiana doświadczeń		
Spotkania robocze	<p>Organizacja przez IP II, 4 grup roboczych na szczeblu ogólnopolskim dla instytucji zaangażowanych we wdrażanie i wydatkowanie środków finansowych w ramach EFRR. Spotkania w formie warsztatów. Cele: wymiana doświadczeń, nawiązanie kontaktów i współpracy. Tematyka grup roboczych: kontrola w aspekcie zamówień publicznych, kontrola w aspekcie finansowania działań z pomocy technicznej, kontrola beneficjenta w zakresie promocji projektów, planowanie działań informacyjno-promocyjnych, ewaluacja, Plany Komunikacji, korekty finansowe itp.</p> <p>Organizacja przez IZ, 4 spotkań roboczych pomiędzy pracownikami IZ RPO WM, a pracownikami innych instytucji uczestniczących w zarządzaniu i wdrażaniu Funduszy Europejskich, a także innymi przedstawicielami zainteresowanych stron (zależne od tematyki spotkań).</p>	Institucje uczestniczące w realizacji RPO zaangażowane w finansowanie i wdrażanie projektów realizowanych w ramach EFRR.
Uczestnictwo w spotkaniach na poziomie krajowym i europejskim	<p>Uczestnictwo i reprezentacja w czasie spotkań organizowanych zarówno w kraju, jak i zagranicą.</p> <p>Spotkania robocze pomiędzy:</p> <ul style="list-style-type: none"> - pracownikami MJWPU a pracownikami UM WM, - pracownikami MJWPU a pracownikami MRR, - pracownikami MJWPU a pracownikami innych instytucji zajmujących się wdrażaniem Funduszy Europejskich, - pracownikami MJWPU a pracownikami innych województw, którzy zajmują się wdrażaniem Funduszy Europejskich. 	Institucje uczestniczące w zarządzaniu i wdrażaniu programów, ogół społeczeństwa.

6. Budżet działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych

Szacunkowa wartość budżetu na działania informacyjne, promocyjne i szkoleniowe podejmowane w ramach RPO WM w 2011 r. wynosi **8 951 252,15 zł (2 152 830 EURO*)**. Działania informacyjno-promocyjne i szkoleniowe są finansowane z Priorytetu VIII Pomoc Techniczna RPO WM 2007-2013 (działanie 8.2 RPO WM). Wartość szacunkową poszczególnych działań prezentuje tabela nr 3.

Tabela 3 Szacunkowy budżet działań podejmowanych w ramach RPO WM w roku 2011

Działanie	Elementy działania	Szacunkowy budżet (PLN)
Informacja		
Punkty Informacyjne	Prowadzenie punktów informacyjnych IP II RPO WM	0,00 zł
	Prowadzenie punktów informacyjnych GPI i LPI	1 257 386,00** zł
Publikacja ogłoszeń RPO WM, artykuły sponsorowane		82 736,45 zł
Publikacja, dystrybucja materiałów informacyjnych o programie		1 856 086,00 zł
Promocja		
Konferencje, duże wydarzenia		855 000,00 zł
Kampanie promocyjne		3 226 187,71 zł
Przygotowanie i produkcja materiałów promocyjnych	Materiały promocyjne IP II RPO WM	675 585,00 zł
	Materiały promocyjne GPI	23 124,00** zł
Spotkania informacyjne dla ogółu społeczeństwa		0,00 zł
Kontakt z mediami		0,00 zł
Zlecenie tłumaczenia, przygotowania opracowań, ekspertyz		28 560,60 zł
Edukacja		
Spotkania informacyjne	Organizacja spotkań informacyjnych IP II RPO WM	8 000,00 zł
	Organizacja spotkań informacyjnych GPI	0,00** zł
Szkolenia		1 858 369,00 zł
Seminaria		60 750,00 zł
Internet		
Serwisy internetowe RPO WM	Prowadzenie strony IP II RPO WM www.mazowia.eu (Podstrona RPO WM)	107 490,00 zł
	Opracowanie i prowadzenie strony internetowej IZ RPO WM	3 926,16 zł
Ewaluacja	Przeprowadzenie badania ewaluacyjnego działań informacyjno – promocyjnych i szkoleniowych	0,00*** zł
Wymiana doświadczeń		
Spotkania robocze	Organizacja grup roboczych przez IZ RPO WM	96 073,84 zł
	Organizacja grup roboczych przez IP II RPO WM	92 487,39 zł
Uczestnictwo w spotkaniach na poziomie krajowym i europejskim		0,00 zł
SUMA W PLN		8 951 252,15****
SUMA W EURO		2 152 830,07****

* Jako przelicznik zastosowano kurs wymiany EUR/PLN z przedostatniego dnia pracy Komisji Europejskiej miesiąca poprzedzającego miesiąc dokonywania przeliczenia, czyli z dnia 30 sierpnia 2011 r., o wartości 1 EUR = 4,1579 PLN.

** Działania finansowane w ramach „Porozumienia w sprawie funkcjonowania na terenie województwa mazowieckiego systemu informacji o Funduszach Europejskich zawarte w dniu 6 września 2010 r. pomiędzy Skarbem Państwa – MRR a województwem mazowieckim” – w wysokości 1 280 510,00 zł (307 970,37 EURO).

*** Działanie finansowane w ramach innego działania.

**** Kwota obejmująca jedynie działania finansowane w ramach Pomocy Technicznej RPOWM.

Załączniki:

1. Wskaźniki dla działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych
2. Szczegółowy opis działania „kampania promocyjna o szerokim zasięgu”
3. Szczegółowy opis innego przykładowego działania

Załącznik 1.

Tabela 4 Minimalne wskaźniki dla wybranych działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych podejmowanych w ramach RPO WM w roku 2011

Obszar/działanie	Nazwa wskaźnika	Wartość docelowa
Punkty Informacyjne	liczba zorganizowanych Punktów Informacyjnych	6
	liczba konsultacji udzielonych w Punktach Informacyjnych	9 800, w tym RPO WM - 4 500
	liczba odbytych rozmów telefonicznych	23 000, w tym RPO WM -10 000
	liczba udzielonych odpowiedzi drogą mailową	5 000, w tym RPO WM - 1 200
Publikacja ogłoszeń o naborach RPO WM, artykuły sponsorowane	liczba ogłoszeń i artykułów sponsorowanych w prasie	30
Publikacja, dystrybucja materiałów informacyjnych o programie	liczba egzemplarzy wydrukowanych publikacji informacyjnych	10 000
	Liczba tytułów wydanych materiałów informacyjnych	4
	liczba egzemplarzy wydrukowanych periodyków	40 000
	Liczba numerów wydanych periodyków	4
Konferencje, duże wydarzenia	liczba zorganizowanych konferencji	2
	liczba uczestników konferencji	500
Kampanie promocyjne	liczba kampanii promocyjnych	5
	w tym: liczba kampanii promocyjnych o szerokim zasięgu	4
	liczba emisji spotów i audycji radiowych	500
	liczba emisji spotów i audycji/programów telewizyjnych	200
Przygotowanie i produkcja materiałów promocyjnych	liczba egzemplarzy wyprodukowanych materiałów promocyjnych	30 000
	liczba rodzajów wyprodukowanych materiałów promocyjnych	15
	liczba egzemplarzy wyprodukowanych materiałów promocyjnych przez GPI	15 000
	liczba rodzajów wyprodukowanych materiałów promocyjnych przez GPI	3
Spotkania informacyjne dla ogółu społeczeństwa	liczba spotkań	15
Kontakt z mediami	liczba artykułów w prasie i mediach	150
Spotkania informacyjne	liczba zorganizowanych spotkań	5
	liczba uczestników spotkań	125

	liczba zorganizowanych spotkań przez GPI	12
	liczba uczestników spotkań przez GPI	240
Szkolenia	liczba zorganizowanych szkoleń	289
	liczba uczestników szkoleń	3 568
	procent uczestników zadowolonych ze szkoleń, biorący udział w badaniu ankietowym (minimalna ocena 3)	60
Seminaria	liczba zorganizowanych seminariów	5
	liczba uczestników seminariów	125
	procent uczestników zadowolonych z seminariów, biorący udział w badaniu ankietowym (minimalna ocena 3)	60
Serwisy internetowe RPO WM	liczba wejść na stronę IP II	200 000
	liczba osób odwiedzających stronę IP II	100 000
	liczba wejść na stronę IZ	3 000
	liczba osób odwiedzających stronę IZ	1 000
Ewaluacja	liczba badań ewaluacyjnych IZ	1
Spotkania robocze	liczba zorganizowanych spotkań IP II	4
	liczba zorganizowanych spotkań IZ	4
Uczestnictwo w spotkaniach na poziomie krajowym i europejskim	liczba spotkań na poziomie krajowym i europejskim	4

Tabela 5 Szczegółowy opis działania „kampania promocyjna o szerokim zasięgu”

1. Organizator	MJWPU												
2. Przedmiot działania	RPO WM												
3. Typ działania	<ol style="list-style-type: none"> Przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej w formie serialu TV „Unia serc”- kampania promocyjna o szerokim zasięgu. II Forum Rozwoju Mazowsza – dwudniowa impreza targowo-konferencyjna połączona z przed wydarzeniem - kampania promocyjna o szerokim zasięgu. Przygotowanie i promocja edukacyjnej gry komputerowej, Mazowsze: Pogoń w Czasie - kampania promocyjna o szerokim zasięgu. Przeprowadzenie akcji informacyjno-promocyjnej – program radiowy „Perły Mazowsza” - kampania promocyjna o szerokim zasięgu. 												
4. Cel działania	<ol style="list-style-type: none"> Celem kampanii jest promocja RPO WM oraz promocja „dobrych praktyk” przez upowszechnianie korzyści płynących z korzystania z Funduszy Europejskich. Zwiększenie świadomości ogółu społeczeństwa o obszarze wsparcia i korzyści jakie przynosi wdrażanie RPO WM, dotarcie do nich z rzetelną, aktualną informacją o RPO WM, promocja „dobrych praktyk”, nawiązanie bliższej współpracy oraz wymiana doświadczeń w drodze po fundusze unijne Gra komputerowa jako interaktywna forma rozrywki to interesująca forma edukacji w zakresie RPO WM oraz promocja „dobrych praktyk”. Promocja „dobrych praktyk”, upowszechnianie korzyści płynących z wykorzystania funduszy europejskich. 												
5. Opis działania	<p>DZIAŁANIE 1</p> <table border="1"> <tr> <td>Co?</td> <td>Przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej – serial TV „Unia serc”</td> </tr> <tr> <td>Do kogo?</td> <td>Ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów</td> </tr> <tr> <td>Gdzie?</td> <td>Zasięg działania: regionalny (co najmniej pasmo regionalne TVP INFO/ TVP Warszawa), Internet, prasa i radio</td> </tr> <tr> <td>Jak?</td> <td> <p>Kampania informacyjno-promocyjna zostanie przeprowadzona, przy użyciu takich mediów jak: TV, radio, Internet.</p> <p>Narzędzia użyte podczas kampanii:</p> <ul style="list-style-type: none"> – reklama telewizyjna (spot zapowiadający/promujący serial) – reklama radiowa – wsparcie działaniami PR (konferencja prasowa, wizyty studyjne na planie, artykuły sponsorowane) – emisja odcinków serialu na antenie telewizji regionalnej, w paśmie PRIME – produkcja albumu płytowego z serialem „Unia serc” z książeczką opisującą projekty będące przykładem „dobrych praktyk”, realizowanych w ramach RPO WM, prezentowanych w materiale filmowym. </td> </tr> <tr> <td>Jak intensywnie?</td> <td>od 16.09.2011-12.12.2011</td> </tr> <tr> <td>Kluczowe elementy</td> <td> <p>Serial pozwoli odbiorcy zrozumieć, że:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego jest ofertą umożliwiającą pomoc finansową dla różnych grup </td> </tr> </table>	Co?	Przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej – serial TV „Unia serc”	Do kogo?	Ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny (co najmniej pasmo regionalne TVP INFO/ TVP Warszawa), Internet, prasa i radio	Jak?	<p>Kampania informacyjno-promocyjna zostanie przeprowadzona, przy użyciu takich mediów jak: TV, radio, Internet.</p> <p>Narzędzia użyte podczas kampanii:</p> <ul style="list-style-type: none"> – reklama telewizyjna (spot zapowiadający/promujący serial) – reklama radiowa – wsparcie działaniami PR (konferencja prasowa, wizyty studyjne na planie, artykuły sponsorowane) – emisja odcinków serialu na antenie telewizji regionalnej, w paśmie PRIME – produkcja albumu płytowego z serialem „Unia serc” z książeczką opisującą projekty będące przykładem „dobrych praktyk”, realizowanych w ramach RPO WM, prezentowanych w materiale filmowym. 	Jak intensywnie?	od 16.09.2011-12.12.2011	Kluczowe elementy	<p>Serial pozwoli odbiorcy zrozumieć, że:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego jest ofertą umożliwiającą pomoc finansową dla różnych grup
Co?	Przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej – serial TV „Unia serc”												
Do kogo?	Ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów												
Gdzie?	Zasięg działania: regionalny (co najmniej pasmo regionalne TVP INFO/ TVP Warszawa), Internet, prasa i radio												
Jak?	<p>Kampania informacyjno-promocyjna zostanie przeprowadzona, przy użyciu takich mediów jak: TV, radio, Internet.</p> <p>Narzędzia użyte podczas kampanii:</p> <ul style="list-style-type: none"> – reklama telewizyjna (spot zapowiadający/promujący serial) – reklama radiowa – wsparcie działaniami PR (konferencja prasowa, wizyty studyjne na planie, artykuły sponsorowane) – emisja odcinków serialu na antenie telewizji regionalnej, w paśmie PRIME – produkcja albumu płytowego z serialem „Unia serc” z książeczką opisującą projekty będące przykładem „dobrych praktyk”, realizowanych w ramach RPO WM, prezentowanych w materiale filmowym. 												
Jak intensywnie?	od 16.09.2011-12.12.2011												
Kluczowe elementy	<p>Serial pozwoli odbiorcy zrozumieć, że:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego jest ofertą umożliwiającą pomoc finansową dla różnych grup 												

	<p>beneficjentów, poprzez realizację na Mazowszu RPO WM,</p> <ul style="list-style-type: none"> - całe społeczeństwo korzysta w sposób bezpośredni lub pośredni z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dzięki rozwojowi województwa, poprawie infrastruktury technicznej, aktywizacji miast i obszarów turystycznych czy poprawie infrastruktury społecznej, - dzięki środkom Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dokonano się wiele zmian w województwie, o czym świadczą „dobre praktyki”, - szczegółowych informacji na temat RPO WM powinien szukać na stronie: www.mazowia.eu <p>To narzędzie ma założenie „popularyzacji” działań związanych z inwestycjami w ramach RPO WM. Ponieważ akcja serialu będzie rozgrywała się dosłownie na całym Mazowszu, widz zobaczy jak niezwykły jest to region, będzie mógł zachwycić się m. in. jego piękną przyrodą i zabytkami, odrestaurowanymi dzięki RPO. Głównym bohaterem będą pomagające fundusze unijne. Będą to ludzie, którzy są z różnych grup wiekowych i zawodowych, z różnych instytucji, firm, tak, aby pokazać, że nikogo RPO WM nie wyklucza, że każdy podmiot ma szansę na to, aby działać i się rozwijać.</p>												
	<p>DZIAŁANIE 2</p> <table border="1"> <tr> <td data-bbox="545 882 715 981">Co?</td> <td data-bbox="715 882 1390 981"><i>II Forum Rozwoju Mazowsza</i> – dwudniowa impreza targowo-konferencyjna połączona z kampanią przed wydarzeniem.</td> </tr> <tr> <td data-bbox="545 981 715 1057">Do kogo?</td> <td data-bbox="715 981 1390 1057">Ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów, młodzież</td> </tr> <tr> <td data-bbox="545 1057 715 1133">Gdzie?</td> <td data-bbox="715 1057 1390 1133">Zasięg działania: II Forum – Warszawskie Centrum EXPO, kampania przed forum – całe województwo mazowieckie</td> </tr> <tr> <td data-bbox="545 1133 715 1384">Jak?</td> <td data-bbox="715 1133 1390 1384">Kampania zostanie przeprowadzona, przy użyciu takich mediów jak: radio, Internet, prasa Narzędzia użyte podczas kampanii: <ul style="list-style-type: none"> – event (dwudniowa wystawa i konferencja), – reklama radiowa, – reklama w prasie, – Internet. </td> </tr> <tr> <td data-bbox="545 1384 715 1460">Jak intensywnie?</td> <td data-bbox="715 1384 1390 1460">5-6 października 2011 – wystawa i konferencja kampania informacyjna od 01.09.2011</td> </tr> <tr> <td data-bbox="545 1460 715 2033">Kluczowe elementy</td> <td data-bbox="715 1460 1390 2033">Forum zostało zaplanowane jako dwudniowe wydarzenie targowo-konferencyjne poświęcone promocji funduszy unijnych dla rozwoju Mazowsza w ramach RPO WM. W części targowej przewidywany jest nieodpłatny udział, zaproszonych beneficjentów RPO WM, dla których przygotowane zostaną stanowiska wystawiennicze z pełnym zapleczem. W ten sposób zostanie pokazane, jak dotacje unijne zmieniają województwo mazowieckie. Impreza skierowana jest także do wszystkich osób zainteresowanych dotacjami unijnymi i pozyskaniem informacji z pierwszej ręki, bezpośrednio od osób, które dofinansowanie już otrzymały. II Forum to nie tylko targi dla osób zainteresowanych funduszami unijnymi. Udział w imprezie jest doskonałą okazją do wymiany doświadczeń i poglądów dla jej uczestników, a dla MJWPU okazją do pokazania efektów współpracy z wnioskodawcami w drodze po fundusze unijne. Podczas Forum odbędą się panele informacyjne podczas konferencji oraz wystawa fotograficzna. Ponadto, wzorem ubiegłorocznej imprezy, zostanie opracowany specjalny katalog wystawców w formie</td> </tr> </table>	Co?	<i>II Forum Rozwoju Mazowsza</i> – dwudniowa impreza targowo-konferencyjna połączona z kampanią przed wydarzeniem.	Do kogo?	Ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów, młodzież	Gdzie?	Zasięg działania: II Forum – Warszawskie Centrum EXPO, kampania przed forum – całe województwo mazowieckie	Jak?	Kampania zostanie przeprowadzona, przy użyciu takich mediów jak: radio, Internet, prasa Narzędzia użyte podczas kampanii: <ul style="list-style-type: none"> – event (dwudniowa wystawa i konferencja), – reklama radiowa, – reklama w prasie, – Internet. 	Jak intensywnie?	5-6 października 2011 – wystawa i konferencja kampania informacyjna od 01.09.2011	Kluczowe elementy	Forum zostało zaplanowane jako dwudniowe wydarzenie targowo-konferencyjne poświęcone promocji funduszy unijnych dla rozwoju Mazowsza w ramach RPO WM. W części targowej przewidywany jest nieodpłatny udział, zaproszonych beneficjentów RPO WM, dla których przygotowane zostaną stanowiska wystawiennicze z pełnym zapleczem. W ten sposób zostanie pokazane, jak dotacje unijne zmieniają województwo mazowieckie. Impreza skierowana jest także do wszystkich osób zainteresowanych dotacjami unijnymi i pozyskaniem informacji z pierwszej ręki, bezpośrednio od osób, które dofinansowanie już otrzymały. II Forum to nie tylko targi dla osób zainteresowanych funduszami unijnymi. Udział w imprezie jest doskonałą okazją do wymiany doświadczeń i poglądów dla jej uczestników, a dla MJWPU okazją do pokazania efektów współpracy z wnioskodawcami w drodze po fundusze unijne. Podczas Forum odbędą się panele informacyjne podczas konferencji oraz wystawa fotograficzna . Ponadto, wzorem ubiegłorocznej imprezy, zostanie opracowany specjalny katalog wystawców w formie
Co?	<i>II Forum Rozwoju Mazowsza</i> – dwudniowa impreza targowo-konferencyjna połączona z kampanią przed wydarzeniem.												
Do kogo?	Ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów, młodzież												
Gdzie?	Zasięg działania: II Forum – Warszawskie Centrum EXPO, kampania przed forum – całe województwo mazowieckie												
Jak?	Kampania zostanie przeprowadzona, przy użyciu takich mediów jak: radio, Internet, prasa Narzędzia użyte podczas kampanii: <ul style="list-style-type: none"> – event (dwudniowa wystawa i konferencja), – reklama radiowa, – reklama w prasie, – Internet. 												
Jak intensywnie?	5-6 października 2011 – wystawa i konferencja kampania informacyjna od 01.09.2011												
Kluczowe elementy	Forum zostało zaplanowane jako dwudniowe wydarzenie targowo-konferencyjne poświęcone promocji funduszy unijnych dla rozwoju Mazowsza w ramach RPO WM. W części targowej przewidywany jest nieodpłatny udział, zaproszonych beneficjentów RPO WM, dla których przygotowane zostaną stanowiska wystawiennicze z pełnym zapleczem. W ten sposób zostanie pokazane, jak dotacje unijne zmieniają województwo mazowieckie. Impreza skierowana jest także do wszystkich osób zainteresowanych dotacjami unijnymi i pozyskaniem informacji z pierwszej ręki, bezpośrednio od osób, które dofinansowanie już otrzymały. II Forum to nie tylko targi dla osób zainteresowanych funduszami unijnymi. Udział w imprezie jest doskonałą okazją do wymiany doświadczeń i poglądów dla jej uczestników, a dla MJWPU okazją do pokazania efektów współpracy z wnioskodawcami w drodze po fundusze unijne. Podczas Forum odbędą się panele informacyjne podczas konferencji oraz wystawa fotograficzna . Ponadto, wzorem ubiegłorocznej imprezy, zostanie opracowany specjalny katalog wystawców w formie												

	albumu „dobrych praktyk”.
DZIAŁANIE 3 Przygotowanie gry komputerowej „Mazowsze: Pogoń w Czasie”	
Co?	1) Przygotowanie gry komputerowej on-line – koncepcja, opracowanie oraz przygotowanie wersji produkcyjnej przygodowej gry komputerowej o walorach edukacyjnych, promującej tzw. „dobre praktyki” w ramach RPO WM 2007-2013; 2) Emisja w Internecie oraz promocja gry
Do kogo?	Młodzież, ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów.
Jak?	<ul style="list-style-type: none"> – Gra będzie dostępna w sieci (z możliwością rejestracji użytkowników – monitoring statystyk), – system promocyjny gry opracuje firma, która będzie ją emitowała i zaproponuje najbardziej optymalne kanały promocji i dystrybucji np. forum dyskusyjne, portale społecznościowe, działania PR etc, – aby nie obciążać strony MJWPU na potrzeby emisji i promocji produktu powstanie specjalna strona internetowa: www.pogonwczasie.eu, na której znajduje się przekierowanie na stronę MJWPU. Narzędzia użyte podczas kampani: <ul style="list-style-type: none"> – Internet (strona internetowa, forum dyskusyjne, portale społecznościowe, komunikatory gadu-gadu i pykam.pl – baner i box, zwiastun na youtube.pl, adword na www.google.pl), – outdoor (plakaty), – działania PR w radio, – zamieszczenie informacji w prasie branżowej.
Gdzie?	Zasięg działania: Internet, użytkownicy PC, notebooków.
Jak intensywnie?	I etap: koncepcja, scenariusz, opracowanie, przygotowanie, testowanie komputerowej gry przygodowej – do 31 .08.2011 Rozpoczęcie działań promocyjnych przed emisją gry w Internecie; II etap: emisja gry – od 1.09.2011 do 30.11.2011; Kontynuacja działań promocyjnych w ciągu emisji gry - informacja na temat gry i baner przekierowujący na stronę gry został umieszczony na stronie internetowej MJWPU.
Kluczowe elementy	Dzięki grze odbiorca ma zrozumieć, że: <ul style="list-style-type: none"> - Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego jest ofertą umożliwiającą pomoc finansową dla różnych grup beneficjentów, poprzez realizację na Mazowszu RPO WM, - całe społeczeństwo korzysta w sposób bezpośredni lub pośredni z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dzięki rozwojowi województwa, poprawie infrastruktury technicznej, aktywizacji miast i obszarów turystycznych czy poprawie infrastruktury społecznej, - dzięki środkom Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dokonano się wiele zmian w województwie, o czym świadczą „dobre praktyki”, - szczegółowych informacji na temat RPO WM powinien szukać na stronie: www.mazowia.eu Na potrzeby emisji i promocji tego produktu powstała specjalna strona internetowa www.pogonwczasie.eu . <ul style="list-style-type: none"> - formuła gry będzie atrakcyjna i ciekawa, co zachęci potencjalnych użytkowników do udziału w niej – autorski scenariusz, rysunki, animacja, nietuzinkowa akcja etc.

		<p>- fabuła gry będzie zawierała/pokazywała projekty realizowane/zrealizowane w ramach RPO WM, zatem przybliży i pozwoli poznać tzw. „dobre praktyki” realizowane na Mazowszu.</p> <p>- zaplanowany zostanie szereg działań promocyjnych uwzględniających nowoczesne kanały informacji np. tzw. „marketing szeptany” nt. gier komputerowych na forach dyskusyjnych (portale społecznościowe)..</p>
	DZIAŁANIE 4	
	Co?	Przeprowadzenie akcji informacyjno-promocyjnej – program radiowy „Perły Mazowsza
	Do kogo?	ogół społeczeństwa (wszyscy internauci i słuchacze dwóch stacji radiowych „Radio Planeta FM” i „Antyradio”), odbiorcy rezultatów (audycje dotyczyły konkretnych projektów zrealizowanych w ramach RPO WM), młodzież uczestnicząca m.in. w zabawie fotograficznej oraz beneficjenci i potencjalni beneficjenci
	Gdzie?	Zasięg działania: zasięg dwóch stacji radiowych – Planeta FM i Antyradio oraz Internet
	Jak?	<p>Narzędzia użyte w kampanii:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Emisja audycji i miniwywiadów w dwóch stacjach radiowych przedstawiających projekty polegające na rewitalizacji/budowie obiektów związanych z kulturą i sztuką tzw. – „Perła Mazowsza”. W ramach tego działania wyemitowane zostaną: <ul style="list-style-type: none"> – spoty zapowiadające emisję odcinków; – krótkie jingle emitowane przy miniwywiadach; – miniwywiady i audycje (2 wywiady dziennie w dwóch stacjach radiowych); – wejścia ze słuchaczami, biorącymi udział w zabawie. 2. Jako wsparcie redakcyjne kampanii stacje zorganizują konkurs fotograficzny dla słuchaczy. W ramach zabawy uczestnicy prześlą fotografie obiektów omawianych podczas audycji radiowych. Z autorami najlepszych prac przeprowadzane będą krótkie wywiady w oddzielnych czasowo wejściach na antenę. 3. Zdjęcia nadesłane na konkurs zostaną wykorzystane w wydawanym przez MJWPU mini-albumie. 4. Informacja o kampanii zostanie zamieszczona na stronie internetowej www.antyradio.pl oraz www.planeta.fm w postaci tzw. „box’ów” z przekierowaniem do podstrony. Na podstronach zamieszczony zostanie krótki opis konkursu, regulamin oraz link z przekierowaniem do strony internetowej www.mazowia.eu.
	Jak intensywnie?	od 03.2011-12.12.2011
	Kluczowe elementy	<p>Słuchacze będą mieli możliwość zapoznania się z przykładami zrealizowanych już projektów w ramach RPO WM. Dzięki mini wywiadom dowiedzą się, w jaki sposób projekty te wpłynęły na mieszkańców województwa (wskazanie korzyści płynących z poprawy infrastruktury technicznej, aktywizacji miast i obszarów turystycznych czy poprawy infrastruktury społecznej i jak wiele zmian dokonało się w województwie).</p> <p>Proponowane połączenie audycji z konkursem fotograficznym wpłynie znacznie na zwiększenie liczby słuchaczy i przyciągnie zwłaszcza młodzież, która lubi uczestniczyć w tego typu akcjach.</p>

		Dzięki zamieszczanym na stronach Internetowych radia zdjęciom, oprócz poznawania projektów poprzez wywiady, zainteresowani mogą obejrzeć efekty wdrożenia RPO na Mazowszu. Temu samemu będzie służyć publikacja mini-albumu z najlepszymi zdjęciami nadesłanymi na konkurs.
6. Czas trwania działania	Wszystkie działania: styczeń 2011 – grudzień 2011 (w tym faza przygotowawcza każdego działania)	
7. Koszt działania	3 226 187,71 zł	
8. Zasoby pozafinansowe	Brak	
9. Status projektu	W fazie realizacji	
10. Osoba kontaktowa	Ilona Soja-Kozłowska	
11. Załączniki	Mediaplany zostaną przedstawione w terminie późniejszym, po otrzymaniu ich z TVP, Radio i po podpisaniu umowy z Wykonawcą.	

Załącznik 3.

Tabela 6 Szczegółowy opis innego przykładowego działania EDUKACJA

1. Organizator	MJWPU												
2. Przedmiot działania	RPO WM												
3. Typ działania	Szkolenia												
4. Cel działania	Szkolenia podstawowe skierowane do potencjalnych beneficjentów aplikujących o środki w ramach ogłoszonych konkursów. Celem szkoleń jest podniesienie jakości i zwiększenie ilości składanych projektów.												
5. Opis działania	<table border="1"> <tr> <td>Co?</td> <td>Szkolenia podstawowe</td> </tr> <tr> <td>Do kogo?</td> <td>Potencjalni beneficjenci</td> </tr> <tr> <td>Gdzie?</td> <td>Zasięg działania: regionalny.</td> </tr> <tr> <td>Jak?</td> <td>Wynajęcie sal wraz z cateringiem.</td> </tr> <tr> <td>Jak intensywnie?</td> <td>30 szkoleń</td> </tr> <tr> <td>Kluczowe elementy kreatywne</td> <td>Na podstawie harmonogramu naboru wniosków w 2011 roku zostaną przeprowadzone szkolenia dla potencjalni beneficjentów, którzy dzięki temu uzyskają wiedzę z zakresu aplikowania o środki na poziomie podstawowym i zaawansowanym. Prowadzone będą również warsztaty z wypełniania wniosku aplikacyjnego w MEWA z bezpośrednim dostępem uczestników szkolenia do sprzętu komputerowego.</td> </tr> </table>	Co?	Szkolenia podstawowe	Do kogo?	Potencjalni beneficjenci	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.	Jak?	Wynajęcie sal wraz z cateringiem.	Jak intensywnie?	30 szkoleń	Kluczowe elementy kreatywne	Na podstawie harmonogramu naboru wniosków w 2011 roku zostaną przeprowadzone szkolenia dla potencjalni beneficjentów, którzy dzięki temu uzyskają wiedzę z zakresu aplikowania o środki na poziomie podstawowym i zaawansowanym. Prowadzone będą również warsztaty z wypełniania wniosku aplikacyjnego w MEWA z bezpośrednim dostępem uczestników szkolenia do sprzętu komputerowego.
Co?	Szkolenia podstawowe												
Do kogo?	Potencjalni beneficjenci												
Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.												
Jak?	Wynajęcie sal wraz z cateringiem.												
Jak intensywnie?	30 szkoleń												
Kluczowe elementy kreatywne	Na podstawie harmonogramu naboru wniosków w 2011 roku zostaną przeprowadzone szkolenia dla potencjalni beneficjentów, którzy dzięki temu uzyskają wiedzę z zakresu aplikowania o środki na poziomie podstawowym i zaawansowanym. Prowadzone będą również warsztaty z wypełniania wniosku aplikacyjnego w MEWA z bezpośrednim dostępem uczestników szkolenia do sprzętu komputerowego.												
6. Czas trwania działania	styczeń 2011 r.- grudzień 2011 r. (w tym faza przygotowawcza)												
7. Koszt działania	151 010,00 zł												
8. Zasoby pozafinansowe	Brak												
9. Status projektu	W fazie realizacji												
10. Osoba kontaktowa	Ilona Nasiadka												
11. Załączniki	Brak												

1. Organizator	MJWPU												
2. Przedmiot działania	RPO WM												
3. Typ działania	Szkolenia												
4. Cel działania	Szkolenia specjalistyczne skierowane do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w celu podniesienia poziomu wiedzy z danego zakresu tematycznego niezbędnego do prawidłowej realizacji projektów.												
5. Opis działania	<table border="1"> <tr> <td>Co?</td> <td>Szkolenia specjalistyczne</td> </tr> <tr> <td>Do kogo?</td> <td>Beneficjenci potencjalni i beneficjenci.</td> </tr> <tr> <td>Gdzie?</td> <td>Zasięg działania: regionalny.</td> </tr> <tr> <td>Jak?</td> <td>Wynajęcie sal wraz z cateringiem, trenerzy.</td> </tr> <tr> <td>Jak intensywnie?</td> <td>175 szkoleń (dla grup do 25 osób).</td> </tr> <tr> <td>Kluczowe elementy kreatywne</td> <td>Szkolenia będą dotyczyć m.in. tematyki z zakresu Prawa zamówień publicznych, zarządzania projektami, biznes planu, aspektów finansowo</td> </tr> </table>	Co?	Szkolenia specjalistyczne	Do kogo?	Beneficjenci potencjalni i beneficjenci.	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.	Jak?	Wynajęcie sal wraz z cateringiem, trenerzy.	Jak intensywnie?	175 szkoleń (dla grup do 25 osób).	Kluczowe elementy kreatywne	Szkolenia będą dotyczyć m.in. tematyki z zakresu Prawa zamówień publicznych, zarządzania projektami, biznes planu, aspektów finansowo
Co?	Szkolenia specjalistyczne												
Do kogo?	Beneficjenci potencjalni i beneficjenci.												
Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.												
Jak?	Wynajęcie sal wraz z cateringiem, trenerzy.												
Jak intensywnie?	175 szkoleń (dla grup do 25 osób).												
Kluczowe elementy kreatywne	Szkolenia będą dotyczyć m.in. tematyki z zakresu Prawa zamówień publicznych, zarządzania projektami, biznes planu, aspektów finansowo												

		księgowych, informacji i promocji, audytu i kontroli.
6. Czas trwania działania	styczeń 2011 r. - grudzień 2011 r. (w tym faza przygotowawcza)	
7. Koszt działania	865 175,00 zł	
8. Zasoby pozafinansowe	Brak	
9. Status projektu	W fazie realizacji	
10. Osoba kontaktowa	Ilona Nasiadka	
11. Załączniki	Brak	

1. Organizator	MJWPU	
2. Przedmiot działania	RPO WM	
3. Typ działania	Szkolenia	
4. Cel działania	Szkolenia celowe (wdrożeńowe) z elementami warsztatów (dwudniowe) skierowane do beneficjentów realizujących projekty i będących w fazie przygotowywania dokumentacji projektowej. Celem działania jest przygotowanie beneficjentów do jak najlepszej realizacji merytorycznej i finansowej projektów.	
5. Opis działania	Co?	Szkolenia celowe z elementami warsztatów
	Do kogo?	Beneficjenci realizujący projekty i będący w fazie przygotowania dokumentacji projektowej.
	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.
	Jak?	Wynajęcie sal wraz z cateringiem, transport, nocleg.
	Jak intensywnie?	12 szkoleń (dla grup do 30 osób).
	Kluczowe elementy kreatywne	Szkolenia będą dotyczyć min. tematyki z zakresu finansowej i merytorycznej realizacji projektów.
6. Czas trwania działania	styczeń 2011 r. - grudzień 2011 r. (w tym faza przygotowawcza)	
7. Koszt działania	278 784,00 zł	
8. Zasoby pozafinansowe	Brak	
9. Status projektu	W fazie realizacji	
10. Osoba kontaktowa	Ilona Nasiadka	
11. Załączniki	Brak	

1. Organizator	MJWPU	
2. Przedmiot działania	RPO WM	
3. Typ działania	Szkolenia	
4. Cel działania	Cykl szkoleń dla konsultantów funduszy strukturalnych w jednostkach samorządu terytorialnego na terenie województwa mazowieckiego.	

5. Opis działania	Co?	Objęcie cyklem 3 szkoleń każdego uczestnika.
	Do kogo?	Pracownicy jednostek samorządu terytorialnego.
	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.
	Jak?	Wynajęcie sal wraz z cateringiem, wynagrodzenia trenerów, ekspertów.
	Jak intensywnie?	Cykl 3 szkoleń dla 600 osób w podziale na 24 grupy (po 25 osób). Ogólna liczba szkoleń 72.
	Kluczowe elementy kreatywne	Szkolenia będą dotyczyć tematyki z zakresu: funduszy strukturalnych, wdrażania i rozliczania projektów finansowanych z EFRR, specjalistycznej wiedzy z obszaru zasady przygotowania projektów w RPO WM 2007-2013, realizacja projektów w RPO WM 2007-2013, kontrola projektów w RPO WM 2007-2013, itp.
6. Czas trwania działania	styczeń 2011 r. - grudzień 2011 r. (w tym faza przygotowawcza)	
7. Koszt działania	563 400,00 zł	
8. Zasoby pozafinansowe	Brak	
9. Status projektu	W fazie realizacji	
10. Osoba kontaktowa	Ilona Nasiadka	
11. Załączniki	Brak	

1. Organizator	MJWPU	
2. Przedmiot działania	RPO WM	
3. Typ działania	Spotkania informacyjne	
4. Cel działania	Celem działania jest zwiększenie wiedzy potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w zakresie wdrażania funduszy strukturalnych.	
5. Opis działania	Co?	Spotkania informacyjne.
	Do kogo?	Beneficjenci potencjalni i beneficjenci.
	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.
	Jak?	Organizacja spotkań w siedzibach Oddziałów Zamiejscowych.
	Jak intensywnie?	5 (dla grup średnio po 50 osób).
	Kluczowe elementy kreatywne	Działanie obejmuje organizację spotkań z potencjalnymi beneficjentami i beneficjentami, które mają charakter wymiany informacji. Organizacja Spotkań informacyjnych podczas Dni Otwartych w Oddziałach Zamiejscowych.
6. Czas trwania działania	styczeń 2011 r. - grudzień 2011 r. (w tym faza przygotowawcza)	
7. Koszt działania	8 000,00 zł (wynagrodzenia dla prelegentów/expertów)	
8. Zasoby pozafinansowe	Brak	
9. Status projektu	Zrealizowane	
10. Osoba kontaktowa	Ilona Nasiadka	
11. Załączniki	Brak	

1. Organizator	MJWPU	
2. Przedmiot działania	RPO WM	
3. Typ działania	Seminaria	
4. Cel działania	Celem seminariów jest przekazanie beneficjentom i potencjalnym beneficjentom wiedzy na temat wdrażania projektów współfinansowanych z EFRR, omawianie kluczowych problemów, prezentacja „dobrych praktyk”.	
5. Opis działania	Co?	Seminaria skierowane do beneficjentów, potencjalnych beneficjentów, mieszkańców woj. mazowieckiego.
	Do kogo?	Potencjalni beneficjenci, beneficjenci, mieszkańcy woj. mazowieckiego.
	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.
	Jak?	Wynajęcie sal wraz z cateringiem, wynagrodzenia trenerów, ekspertów.
	Jak intensywnie?	5 seminariów organizowanych w Warszawie.
	Kluczowe elementy kreatywne	Przykłady „dobrych praktyk”, aktualizowanie wiedzy, wymiana doświadczeń, omawianie kluczowych problemów w procesie wdrażania projektów.
6. Czas trwania działania	styczeń 2011 r. - grudzień 2011 r. (w tym faza przygotowawcza)	
7. Koszt działania	60 750,00 zł (w tym 17 000,00 zł na wynagrodzenia prelegentów/ekspertów)	
8. Zasoby pozafinansowe	Brak	
9. Status projektu	W fazie realizacji	
10. Osoba kontaktowa	Ilona Nasiadka	
11. Załączniki	Brak	