

**STRATEGIA KOMUNIKACJI
PROGRAMU WSPÓŁPRACY
INTERREG POLSKA – SAKSONIA
2014-2020**

Wersja z dnia 10 grudnia 2015 r.

SPIS TREŚCI

1.	WSTĘP.....	3
2.	OPIS SYTUACJI WYJŚCIOWEJ.....	3
3.	PODSTAWY PRAWNE	4
4.	CEL GŁÓWNY I CELE SZCZEGÓŁOWE KOMUNIKACJI PROGRAMU	4
5.	STOSOWANIE KOMUNIKATÓW PROGRAMU W DZIAŁANIACH INFORMACYJNO-KOMUNIKACYJNYCH	5
6.	GRUPY DOCELOWE ORAZ KANAŁY I NARZĘDZIA KOMUNIKACJI	6
6.1.	POTENCJALNI BENEFICJENCI.....	7
6.1.1.	RODZAJE INFORMACJI	7
6.1.2.	NARZĘDZIA I KANAŁY KOMUNIKACJI	7
6.2.	BENEFICJENCI PROGRAMU.....	7
6.2.1.	RODZAJE INFORMACJI	8
6.2.2.	NARZĘDZIA I KANAŁY KOMUNIKACJI	8
6.3.	GRUPY DOCELOWE/OPINIA PUBLICZNA.....	8
6.3.1.	RODZAJE INFORMACJI	8
6.3.2.	NARZĘDZIA I KANAŁY KOMUNIKACJI, W TYM STRONA INTERNETOWA PROGRAMU	9
7.	INSTYTUCJE ODPOWIEDZIALNE ZA WDROŻENIE STRATEGII KOMUNIKACJI PROGRAMU	10
7.1	WSPÓLNY SEKRETARIAT WE WROCŁAWIU	10
7.2	REGIONALNY PUNKT KONTAKTOWY w GÖRLITZ	11
8.	BUDŻET NA DZIAŁANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNE	11
9.	KOLEJNOŚĆ DZIAŁAŃ	11
10.	OCENA REALIZACJI CELÓW STRATEGII	12
11.	ZESTAWIENIE DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-KOMUNIKACYJNYCH PROGRAMU /WSKAŹNIKI UWZGLĘDNIAJĄCE TAKŻE MIKROPROJEKTY	14

1. WSTĘP

Głównym celem Programu Współpracy (PW) INTERREG Polska – Saksonia 2014-2020 jest pogłębienie współpracy dla przezwyciężania barier rozwojowych na pograniczu polsko-saksońskim. Strategia komunikacji opisuje działania informacyjne i promocyjne, które podejmowane będą przez instytucje zaangażowane w proces wdrażania programu, głównie przez Wspólny Sekretariat (WS) we Wrocławiu oraz Regionalny Punkt Kontaktowy (RPK) w Görlitz. W dokumencie uwzględnione zostały procesy i zasady przekazywania informacji o programie. Grupami docelowymi podejmowanych działań będą potencjalni beneficjenci programu, beneficjenci oraz ogół społeczeństwa zainteresowany efektami współpracy partnerskiej podejmowanej w ramach polsko-saksońskich projektów transgranicznych. Ponadto adresatami działań informacyjnych i komunikacyjnych będą instytucje europejskie, a na poziomie państwowym, regionalnym oraz lokalnym właściwe władze miejskie i inne instytucje publiczne, partnerzy gospodarczy i społeczni, właściwe podmioty reprezentujące społeczeństwo obywatelskie, w tym działające na rzecz ochrony środowiska, organizacje pozarządowe oraz podmioty odpowiedzialne za promowanie włączenia społecznego, równouprawnienia płci i niedyskryminacji.

Strategia powstała w wyniku współpracy Instytucji Zarządzającej, Instytucji Krajowej i Wspólnego Sekretariatu. Dokument stanowi podstawę do przygotowywania szczegółowych corocznych planów działań informacyjno-promocyjnych w ramach programu.

Instytucja Zarządzająca jest odpowiedzialna za wdrażanie Strategii Komunikacji. Określa ona podmiot odpowiedzialny za informację i komunikację i informuje o tym odpowiednio Komisję.

Komitet Monitorujący przynajmniej raz w roku otrzymuje informację dotyczącą realizacji działań informacyjnych i komunikacyjnych. W zależności od przebiegu realizacji programu istnieje możliwość dopasowania Strategii Komunikacji. Zmiany zostaną przedstawione Komitetowi Monitorującemu do zatwierdzenia.

Strategia Komunikacji została, zgodnie z art. 110,2 rozporządzenia (UE) nr 1303/2013, przedłożona w dniu 10 grudnia 2015 r. Komitetowi Monitorującemu do zatwierdzenia i wobec powyższego stanowi podstawę działań informacyjnych i komunikacyjnych dla wszystkich uczestników programu.

2. OPIS SYTUACJI WYJŚCIOWEJ

Elementem wzmacniającym i stymulującym współpracę transgraniczną jest możliwość aplikowania o środki pochodzące z Unii Europejskiej, które od lat wspierają projekty realizowane w ramach Europejskiej Współpracy Terytorialnej. Środki na realizację tego rodzaju działań dostępne są w ramach Programu Współpracy INTERREG Polska – Saksonia 2014-2020, który jest kontynuacją Programu Operacyjnego Współpracy Transgranicznej Polska – Saksonia 2007-2013 oraz wdrażanego w latach 2004-2006 Programu Inicjatywy Wspólnotowej INTERREG IIIA Wolny Kraj Związkowy Saksonia – Rzeczpospolita Polska (Województwo Dolnośląskie). Obszar wsparcia PW INTERREG Polska – Saksonia 2014-2020 obejmuje podregion jeleniogórski w województwie dolnośląskim oraz powiat żarski w podregionie zielonogórskim (województwo lubuskie) po polskiej stronie oraz powiaty Görlitz i Bautzen po stronie niemieckiej. W ramach programu możliwa będzie realizacja projektów współpracy w ramach czterech osi priorytetowych:

1. Wspólne dziedzictwo naturalne i kulturowe
2. Mobilność regionalna
3. Edukacja transgraniczna
4. Współpraca partnerska i potencjał instytucjonalny

W ramach realizowanych działań informacyjnych i komunikacyjnych promowane będą efekty, jakie dla obszaru wsparcia programu przynosić będzie realizacja projektów transgranicznych. Ważnym elementem uzupełniającym ten przekaz będzie także wykorzystywanie i nawiązywanie do projektów zatwierdzonych i wdrożonych w obszarze polsko-saksońskiego pogranicza w ramach wcześniejszych perspektyw finansowych.

Rolę Instytucji Zarządzającej dla PW INTERREG Polska – Saksonia 2014-2020 pełni Ministerstwo Rozwoju RP, natomiast rolę Instytucji Krajowej Saksońskie Ministerstwo Środowiska i Rolnictwa. Dla zapewnienia prawidłowej realizacji zadań programu powołany został Wspólny Sekretariat z siedzibą we Wrocławiu. Do najważniejszych zadań WS należy m.in. przeprowadzenie działań informacyjno-promocyjnych obejmujących wszystkie etapy wdrażania programu, a także doradztwo, dla wszystkich potencjalnych grup docelowych zainteresowanych otrzymaniem wsparcia z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz uzyskaniem informacji na temat efektów wdrażania programu.

3. PODSTAWY PRAWNE

Zgodnie z artykułem 116 *Rozporządzenia Parlamentu i Rady (UE) nr 1303/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r. ustanawiającego wspólne przepisy dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności, Europejskiego Funduszu Rolnego na Rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich oraz Europejskiego Funduszu Morskiego oraz ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Funduszu Spójności i Europejskiego Funduszu Morskiego i Rybackiego oraz uchylające rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006*, państwo członkowskie lub instytucje zarządzające opracowują strategię komunikacji dla każdego programu operacyjnego. Poniższa Strategia Komunikacji została sporządzona zgodnie z rozdziałem II rozporządzenia (UE) nr 1303/2013 oraz odwołuje się do rozporządzenia (UE) nr 821/2014.

4. CELE KOMUNIKACJI PROGRAMU

Celem komunikacji programu jest prezentacja zmian jakie zachodzą w regionie dzięki wykorzystaniu środków Unii Europejskiej w ramach programu oraz informowanie potencjalnych wnioskodawców o możliwościach ubiegania się o środki z programu.

Powyższy cel realizowany będzie poprzez wynikające z niego cele szczegółowe uwzględniające różne grupy docelowe:

- kompleksowe informowanie o możliwościach uzyskania dofinansowania w ramach programu oraz jednoczesne promowanie udziału w projektach współpracy transgranicznej;
- wsparcie beneficjentów w zakresie efektywnej, skutecznej i płynnej realizacji projektów zgodnie z wymogami programu;

- wspieranie beneficjentów w realizacji obowiązków dotyczących komunikacji zgodnie z wytycznymi w zakresie działań promocyjnych
- rozpowszechnianie informacji o rezultatach realizowanych projektów i o wynikających z nich korzyściach dla społeczeństwa, a tym samym utrwalanie pozytywnego wizerunku polityki spójności realizowanej przez Unię Europejską.

5. STOSOWANIE KOMUNIKATÓW PROGRAMU W DZIAŁANIACH INFORMACYJNO-KOMUNIKACYJNYCH

Punktem odniesienia dla działań informacyjno-promocyjnych podejmowanych przez wszystkie instytucje zaangażowane we wdrażanie programu jest cel programu, który brzmi: **pogłębienie współpracy dla przewyższania barier rozwojowych na pograniczu polsko-saksońskim.**

Działania informacyjno-promocyjne na poszczególnych etapach wdrażania programu oraz realizowanych w jego ramach projektów są spójne z celem programu oraz dostosowane do przyjętego mechanizmu komunikacji i grup docelowych.

W ramach pierwszego etapu wdrażania programu podejmowane działania będą miały na celu rozpowszechnianie informacji o jego zasadach oraz możliwościach uzyskania dofinansowania wśród potencjalnych wnioskodawców. W tym kontekście niezwykle istotne będzie formułowanie spójnego komunikatu obejmującego informacje niezbędne do przygotowania poprawnych pod kątem formalnym i merytorycznym wniosków o dofinansowanie. W tym kontekście ważne jest także dostosowanie formy oraz intensywności podejmowanych działań informacyjnych do zaplanowanego harmonogramu naborów wniosków.

W kolejnym etapie wdrażania programu konieczne będzie dostosowanie zaplanowanych działań informacyjnych i komunikacyjnych zarówno do potrzeb beneficjentów programu, jak również instytucji, które będą wykazywać zainteresowanie udziałem w kolejnych naborach wniosków.

Na obu wyżej wymienionych etapach wdrażania programu oraz poszczególnych projektów zadaniem instytucji zaangażowanych we wdrażanie programu, w tym w szczególności Wspólnego Sekretariatu oraz Regionalnego Punktu Kontaktowego, jest informowanie szeroko rozumianej opinii publicznej o efektach realizacji projektów. Przygotowywane komunikaty powinny zawierać informacje o wpływie realizowanych projektów na rozwój pogranicza polsko-saksońskiego.

	I ETAP	II ETAP	III ETAP
Cel	-rozpowszechnianie informacji o nowym programie i możliwościach dofinansowania -informowanie o dobrych praktykach, pomysłach zrealizowa-	-wspieranie beneficjentów w realizacji projektów - wspieranie beneficjentów w komunikowaniu planowanych celów oraz rezultatów	- informowanie o tym, że dzięki wsparciu Unii Europejskiej na polsko-saksońskim pograniczu zaszły zmiany, z których każdy może skorzystać (rezultaty pro-

	nnych w latach 2007-2013	projektów	jektów)
	- pokazanie efektu transgranicznego zrealizowanych projektów		
Grupa docelowa	- opinia publiczna - potencjalni wnioskodawcy - partnerzy społeczni i gospodarczy - instytucje edukacyjne i badawcze	- beneficjenci	- opinia publiczna - partnerzy społeczni i gospodarczy - instytucje edukacyjne i badawcze
Komunikaty	„Warto dążyć do wspólnego rozwiązania problemów na pograniczu polsko-saksońskim”	„Realizacja projektów transgranicznych generuje pozytywną zmianę dla mieszkańców pogranicza”	„Projekty transgraniczne trwale zmieniają pogranicze polsko-saksońskie”

Komunikaty będą dostosowane do wybranej grupy docelowej oraz stopnia realizacji programu. Podczas gdy przekaz adresowany do potencjalnych wnioskodawców i beneficjentów będzie zawierał specyficzną terminologię związaną z wdrażaniem projektów, informacje skierowane do opinii publicznej będą skupiały się przede wszystkim na opisie efektów działań, jakie podejmowane są w ramach projektów przez partnerów współpracy.

Efekty działań przedstawione z różnych perspektyw (osobistego doświadczenia, doświadczenia społeczności, z punktu widzenia zewnętrznego obserwatora) mogą dostarczyć pełnego obrazu pozytywnych zmian, który zostanie skierowany do odpowiednich grup docelowych.

6. GRUPY DOCELOWE ORAZ KANAŁY I NARZĘDZIA KOMUNIKACJI

Działania informacyjno-promocyjne będą dostosowane zarówno do etapu wdrażania programu, jak i grupy docelowej. Odbiorców tych działań można podzielić na trzy wymienione poniżej główne grupy docelowe, których odmienne potrzeby warunkują zarówno rodzaj przekazywanych informacji, jak i wykorzystywane kanały i narzędzia komunikacji. W stosownych przypadkach Instytucja Zarządzająca lub Wspólny Sekretariat angażuje w działania informacyjne i komunikacyjne: instytucje europejskie oraz centra informacji europejskiej, a na poziomie państwowym, regionalnym oraz lokalnym - właściwe władze miejskie i inne instytucje publiczne, partnerów gospodarczych i społecznych, właściwe podmioty reprezentujące społeczeństwo obywatelskie, w tym działające na rzecz ochrony środowiska, organizacje pozarządowe oraz podmioty odpowiedzialne za promowanie włączenia społecznego, równouprawnienia płci i niedyskryminacji, instytucje edukacyjne i badawcze.

6.1. POTENCJALNI BENEFICJENCI

Zgodnie z Załącznikiem XII rozporządzenia (UE) nr 1303/2013 Instytucja Zarządzająca zapewnia, aby informacje dotyczące strategii programu, jego celów i oferowanych możliwości finansowania były rozpowszechniane wśród potencjalnych beneficjentów i wszystkich zainteresowanych stron.

6.1.2. RODZAJE INFORMACJI

Informacje skierowane do potencjalnych beneficjentów będą dotyczyć m.in.:

- możliwości uzyskania dofinansowania z programu oraz związane z tym terminy i zasady;
- warunki otrzymania dofinansowania
- procedury oceny wniosków o dofinansowanie;
- kryteriów oceny projektów;
- danych kontaktowych osób/instytucji, które udzielą informacji na temat programu;
- innych informacji, które mogą być pomocne podczas opracowywania wniosków o dofinansowanie;
- dobrych praktyk obejmujące doświadczenia z realizowanych w programie projektów;

6.1.3. NARZĘDZIA I KANAŁY KOMUNIKACJI

Informacje, będą udostępniane potencjalnym beneficjentom przy użyciu następujących narzędzi i kanałów:

- kompletu dokumentów niezbędnych do prawidłowego złożenia wniosku o dofinansowanie (w tym m.in: formularz wniosku wraz z instrukcją, dokument programowy, podręcznik programu, poradnik w zakresie informacji i promocji). Dokumenty będą dostępne w formie elektronicznej na stronie internetowej programu www.plsn.eu;
- spotkań informacyjnych dla potencjalnych beneficjentów programu;
- szkoleń i warsztatów dla potencjalnych beneficjentów przeprowadzanych przed i w trakcie naborów wniosków programu;
- bezpośrednich konsultacji dla potencjalnych beneficjentów z pracownikami Wspólnego Sekretariatu oraz Regionalnego Punktu Kontaktowego;
- newslettera przygotowywanego i rozsyłanego cyklicznie przez Wspólny Sekretariat;
- ogłoszeń w prasie regionalnej/lokalnej;
- strony internetowej programu www.plsn.eu dostosowanej do potrzeb osób niedowidzących, zawierającej informacje niezbędne do przygotowania wniosku o dofinansowanie, a także bazę potencjalnych partnerów;
- informacji publikowanych za pośrednictwem serwisów społecznościowych;

Rezultatem działań informacyjnych skierowanych do potencjalnych beneficjentów będzie zainteresowanie ich możliwościami uzyskania dofinansowania w ramach programu, a także zapewnienie im wsparcia i równego dostępu do informacji ułatwiających prawidłowe przygotowanie wniosków o dofinansowanie.

6.2. BENEFICJENCI PROGRAMU

Zgodnie z Załącznikiem XII rozporządzenia (UE) nr 1303/2013 Instytucja Zarządzająca informuje beneficjentów, że wyrażenie zgody na finansowanie oznacza zgodę na umieszczenie ich w wykazie operacji publikowanym zgodnie z art. 115 rozporządzenia.

W przypadku beneficjentów najbardziej istotne jest ich wsparcie w procesie realizacji projektu i pomoc w rozwiązywaniu bieżących problemów. Ważne jest wspieranie beneficjenta w planowaniu promocji projektu i jego efektów tak, aby komunikat o pozytywnych zmianach jakie przyniosła realizacja projektu dotarł do jak najszerszego grona odbiorców.

6.2.1. RODZAJE INFORMACJI

Informacje skierowane do beneficjentów będą dotyczyć m.in.:

- zasad prawidłowej realizacji projektu zgodnie z umową o dofinansowanie, zatwierdzonym wnioskiem i dokumentami programowymi (w tym rozliczanie projektu, zmiany w projekcie, kontrola projektu, obowiązki po zakończeniu projektu);
- obowiązków beneficjenta (w tym przykłady dobrych praktyk w zakresie informacji i promocji, zasady promocji projektu).

6.2.2. NARZĘDZIA I KANAŁY KOMUNIKACJI

Informacje niezbędne do prawidłowej realizacji projektów będą udostępnione beneficjentom przy użyciu następujących narzędzi i kanałów:

- kompletu dokumentów niezbędnych do prawidłowej realizacji projektu, które będą dostępne w formie elektronicznej (w tym m.in.: dokument programowy, Podręcznik Programu, poradnik w zakresie informacji i promocji, zawierający pakiet wskazówek i wytycznych w zakresie informacji i promocji, uwzględniający obowiązki beneficjenta, jak i porady, w jaki sposób prowadzić skuteczną promocję projektu);
- szkoleń i warsztatów dla beneficjentów przeprowadzanych po zatwierdzeniu wniosków o dofinansowanie przez Komitet Monitorujący.
- bezpośrednich konsultacji dla potencjalnych beneficjentów z pracownikami Wspólnego Sekretariatu oraz Regionalnego Punktu Kontaktowego (każdy zatwierdzony do realizacji projekt będzie miał swojego opiekuna we Wspólnym Sekretariacie);
- strony internetowej programu www.plsn.eu dostosowanej do potrzeb osób niedowidzących, zawierającej m.in. wzory raportów, wniosków o płatność, zasady refundowania;
- newslettera przygotowywanego i rozsyłanego cyklicznie przez Wspólny Sekretariat;
- informacji publikowanych za pośrednictwem serwisów społecznościowych;
- komunikatów prasowych.

Rezultatem działań informacyjnych skierowanych do beneficjentów powinna być sprawna realizacja projektów oraz efektywne korzystanie z przyznanych unijnych środków. Ważne jest także umiejętne promowanie własnych projektów i ich wpływu na polsko-saksońskie pogranicze.

6.3. GRUPY DOCELOWE:/OPINIA PUBLICZNA

Zgodnie z art. 115 rozporządzenia (UE) 1303/2013 Instytucja Zarządzająca jest odpowiedzialna za upowszechnianie wśród obywateli Unii roli i osiągnięć polityki spójności i funduszy polityki spójności poprzez działania informacyjne i komunikacyjne na temat rezultatów i oddziaływania umów partnerstwa, programów i operacji.

W przypadku ww. grup docelowych kluczowe jest dotarcie i zainteresowanie bezpośrednich odbiorców oraz wszystkie zainteresowane podmioty na poziomie lokalnym, regionalnym, państwowym oraz unijnym informacją o transgranicznych efektach projektów realizowanych na rzecz rozwoju polsko-saksońskiego obszaru wsparcia i zmianach zachodzących dzięki nim na pograniczu. Precyzyjne i atrakcyjnie sformułowane informacje mają zachęcić odbiorców do skorzystania z efektów programu/realizowanych projektów. Jednocześnie WS i RPK zachęcać będą do wykorzystywania przy promocji projektów potencjału komunikacyjnego, jaki niesie ze sobą zaangażowanie odbiorcy. Pozytywna informacja przekazana przyjaćiom i znajomym jest szczególnym rodzajem promocji wykorzystania funduszy unijnych. Trafiając do kolejnych potencjalnych beneficjentów może ich skutecznie zachęcić do zainteresowania się możliwościami jakie daje program.

6.3.1. RODZAJE INFORMACJI

Informacje skierowane do opinii publicznej będą dotyczyć m.in.:

- wysokości przyznawanego dofinansowania ze środków programu (w tym lista beneficjentów,);
- trwałych i rzeczywistych korzyści wynikających z wdrażania programu/projektów ;
- wydarzeń organizowanych w ramach programu i realizowanych projektów;
- zmian, jakie zachodzą na polsko-saksońskim pograniczu dzięki funduszom unijnym.

6.3.2. NARZĘDZIA I KANAŁY KOMUNIKACJI, W TYM STRONA INTERNETOWA PROGRAMU

Informacje skierowane do odbiorców rezultatów/opinii publicznej będą udostępniane przy użyciu następujących narzędzi i kanałów:

- organizowanie rocznych konferencji programowych o szerokim zasięgu oddziaływania, wydarzeń informacyjno-promocyjnych i forów wymiany dobrych praktyk,
- strony internetowej programu oraz stron internetowych innych instytucji zaangażowanych we wdrażanie programu (z opisami i zdjęciami realizowanych projektów, ich celów i rezultatów);
- mediów, w tym w mediów społecznościowych;
- newslettera przygotowywanego i rozsyłanego cyklicznie przez Wspólny Sekretariat;
- komunikatów prasowych;
- wydawania i publikacji i różnego rodzaju materiałów promocyjnych.

Rezultatem działań powinno być przede wszystkim zwiększenie świadomości opinii publicznej na temat zmian zachodzących na polsko-saksońskim pograniczu dzięki funduszom europejskim oraz możliwości skorzystania z efektów realizowanych projektów.

Strona programu

Strona internetowa programu – www.plsn.eu (prowadzona w języku polskim i języku niemieckim) będzie stanowić jedno z głównych źródeł informacji o programie dla wszystkich grup docelowych. Zgodnie z załącznikiem XII do rozporządzenia (UE) nr 1303/2013, ust. 3, strona internetowa zawiera następujące treści:

- aktualne informacje o programie oraz terminy związane z realizacją programu
- najważniejsze zasady oraz procedury związane uzyskaniem dofinansowania
- dane kontaktowe do instytucji programu, jednostek uczestniczących w realizacji programu i osób do kontaktu

Ponadto na stronie programu znajdują się do pobrania: dokument programu, podręcznik programu oraz inne dokumenty programowe, roczne sprawozdania z realizacji programu, przepisy prawa Unii Europejskiej, logotyp programu, inne zalecenia i wytyczne dla beneficjentów, a także raporty oraz doniesienia prasowe. Dostępna jest także lista beneficjentów (zgodnie art. 115 ust. 2 rozporządzenia (UE) nr 1303/2013) w formacie, który umożliwi wyszukiwanie oraz filtrowanie informacji. Lista będzie aktualizowana minimum co sześć miesięcy.

Wygląd strony będzie odpowiadał ujednoliconemu standardowi stron funduszy europejskich w Polsce. Strona będzie zbudowana w sposób przejrzysty i przyjazny dla użytkownika, tak by znalezienie pożądaných informacji było łatwe i intuicyjne. Techniczne aspekty strony zostaną dostosowane do potrzeb osób niepełnosprawnych. Strona będzie łatwo dostępna dla korzystających z urządzeń mobilnych.

Wizualizacja programu – Logotyp programu

W celu wzmocnienia przekazu oraz wizualnej spójności i rozpoznawalności programu współpracy transgranicznej między Polską a Saksonią stworzono logo programu. Logo zostało zintegrowane ze wspólnym logo programów Europejskiej Współpracy Terytorialnej/Interreg. Będzie ono umieszczane przez podmioty realizujące program na wszystkich istotnych dokumentach, raportach oraz prezentacjach. Logo programu będzie ponadto używane m.in. na stronie internetowej, materiałach promocyjnych oraz podczas spotkań i organizowanych wydarzeń.



Dla potrzeb potencjalnych wnioskodawców oraz beneficjentów programu przygotowano różne wersje równoważnych logotypów, które mogą zostać użyte w zależności od rodzaju i języka przekazu. Wszystkie logotypy w wersji elektronicznej są do pobrania na stronie internetowej programu www.plsn.eu.

7. INSTYTUCJE ODPOWIEDZIALNE ZA WDROŻENIE STRATEGII KOMUNIKACJI PROGRAMU

Zgodnie z rozporządzeniem (UE) nr 1303/2013 oraz zapisami Programu Współpracy INTERREG Polska – Saksonia 2014-2020, Instytucja Zarządzająca odpowiada za zapewnienie właściwej informacji i promocji programu.

W kompetencji IZ pozostają także takie działania jak:

- koordynacja działań komunikacyjnych i promocyjnych na poziomie programów EWT m.in. w związku z realizacją Strategii Komunikacji Polityki Spójności 2014-2020;
- monitoring planów działań informacyjno-promocyjnych i ich realizacji w ramach programu.

Instytucja Zarządzająca na poziomie operacyjnym przekazała wymienione poniżej kompetencje w zakresie informacji i promocji Wspólnemu Sekretariatowi, zachowując prawo do kontrolowania jego działań.

7.1 WSPÓLNY SEKRETARIAT WE WROCŁAWIU

Dla zapewnienia prawidłowej realizacji zadań programu powołany został Wspólny Sekretariat z siedzibą we Wrocławiu. Wspólny Sekretariat zobowiązany został do przygotowania we współpracy z IZ i IK Strategii Komunikacji Programu. **Do zadań WS należy prowadzenie działań informacyjnych i**

promocyjnych w ramach programu, zawartych w rocznych planach działań informacyjno-promocyjnych według wzoru stanowiącego załącznik nr 1 do Strategia Komunikacji Programu. Wśród tych działań wymienić należy:

- pomoc w znalezieniu partnera projektu, w tym tworzenie warunków ułatwiających zawieranie partnerstw m.in. poprzez organizowanie spotkań informacyjnych i forów dla potencjalnych beneficjentów, pomoc w uzupełnieniu formularza wniosku o dofinansowanie,
- prowadzenie i aktualizacja strony internetowej programu,
- organizacja seminariów dla Partnerów Wiodących i warsztatów w zakresie implementacji projektów dla beneficjentów programu,
- organizowanie rocznych konferencji programowych o szerokim zasięgu oddziaływania, wydarzeń informacyjno-promocyjnych i forów wymiany dobrych praktyk,
- współpraca z podmiotami regionalnymi informującymi i promującymi Fundusze Europejskie, w tym EWT,
- wspieranie regionalnych działań informacyjno-promocyjnych organizowanych przez podmioty regionalne (m. in. udział w spotkaniach i warsztatach informacyjnych),
- opracowywanie, publikacja i dystrybucja materiałów promocyjnych,
- współpraca z mediami,
- przygotowywanie oraz publikacja Planu Ewaluacyjnego,
- kontrola nad przestrzeganiem przez beneficjentów zasad promocji Programu (logo, flaga UE).

W celu realizacji działań informacyjnych i promocyjnych we Wspólnym Sekretariacie zostanie utworzone stanowisko ds. informacji i promocji.

7.2 REGIONALNY PUNKT KONTAKTOWY W GÖRLITZ

W swojej działalności Wspólny Sekretariat będzie wspierany przez utworzony w Görlitz Regionalny Punkt Kontaktowy (RPK), do dyspozycji którego zostaną przekazane saksońskie środki krajowe/landowe. RPK będzie realizował zadania przeniesione na niego przez Instytucję Krajową. Wszystkie zadania realizowane przez RPK będą konsultowane z WS. Mogą one między innymi dotyczyć:

- informacji i promocji dla programu,
- szkoleń i doradztwa na rzecz potencjalnych wnioskodawców,
- przekazywanie materiałów do WS na życzenie wnioskodawcy.

8. BUDŻET NA DZIAŁANIA INFORMACYJNO-PROMOCYJNE

Działania przewidziane w Strategii Komunikacji będą realizowane w ramach środków pomocy technicznej programu. Zgodnie z indykatywnym podziałem środków w ramach programu na działania związane z informacją i komunikacją przeznaczono 352 941,00 EUR. Kwoty przeznaczone na poszczególne działania będą podawane w rocznych planach działań informacyjno-promocyjnych.

9. KOLEJNOŚĆ DZIAŁAŃ

Prowadzone w ramach programu działania informacyjne i promocyjne są uwarunkowane etapem wdrażania programu oraz tym, do jakiej grupy docelowej są skierowane.

W 2014 r. prowadzone były przygotowania do realizacji programu. Działania informacyjne i komunikacyjne zostały podjęte po zatwierdzeniu programu 11 czerwca 2015 r. oraz utworzeniu Wspólnego Sekretariatu.

W okresie pierwszych naborów wniosków główny nacisk położony będzie na zainteresowanie programem potencjalnych beneficjentów i zapewnienie im łatwego dostępu do wszelkich informacji niezbędnych do przygotowania i złożenia dobrych jakościowo wniosków o dofinansowanie. Intensywne działania skierowane do potencjalnych beneficjentów będą prowadzone każdorazowo przy naborach wniosków o dofinansowanie (uzależnione od ustalonego harmonogramu naborów). Będą one częścią działań skierowanych do szeroko rozumianej opinii publicznej (informacje na temat programu, jego celów i spodziewanych zmian jakie przyniosą na polsko-saksońskim pograniczu, a także informacje o zatwierdzonych do dofinansowania projektach).

W kolejnych etapach wdrażania programu działania informacyjne będą się koncentrować także na beneficjentach realizujących projekty.

W momencie pojawienia się pierwszych rezultatów realizowanych w ramach programu projektów, szczególny nacisk powinien zostać położony na właściwy przekaz skierowany do opinii publicznej przedstawiający efekty projektów, możliwości korzystania z ich rezultatów oraz zmiany, jakie dzięki programowi zaszły na polsko-saksońskim pograniczu.

W końcowych etapach wdrażania programu nacisk powinien być położony na wyłonienie najlepszych praktyk i promowanie pozytywnych efektów/zmian jakie program przyniósł na polsko-saksońskim pograniczu.

Co roku przygotowywany będzie szczegółowy roczny plan działań. Podczas jego tworzenia brane pod uwagę będą zwłaszcza trafność i skuteczność podejmowanych działań w odniesieniu do założonych celów. Plany będą uwzględniać działania skierowane do poszczególnych grup docelowych oraz wnioski z ewaluacji działań przeprowadzonych w roku poprzednim. Plan działań informacyjno-promocyjnych na każdy kolejny rok jest zatwierdzany przez Komitet Monitorujący program. Komitet Monitorujący jest również informowany o stopniu realizacji planu działań za poprzedni rok i rezultatach podjętych działań.

10. OCENA REALIZACJI CELÓW STRATEGII

Zgodnie z zapisami rozporządzenia (UE) 1303/2013 Strategia Komunikacji musi zawierać wskazanie, w jaki sposób działania informacyjne i komunikacyjne będą oceniane pod względem widoczności i znajomości polityki, programów operacyjnych i operacji oraz roli odgrywanej przez fundusze polityki spójności i Unię Europejską.

Działania informacyjno-promocyjne prowadzone w ramach programu będą podlegały monitoringowi. Będą oceniane pod względem skuteczności zastosowanych narzędzi, kanałów komunikacji (badania ankietowe w grupach docelowych). Monitoring będzie prowadzony na bieżąco, dzięki czemu będzie możliwa modyfikacja planów i działań w taki sposób, by zapewnić ich skuteczność i efektywność, a tym samym osiągnąć zakładane cele. Poszczególne cele przypisane zostały wskaźniki, których osiągnięte wartości mają pomóc w ocenie stopnia realizacji Strategii Komunikacji.

Każdego roku dokonana zostanie ocena przeprowadzonych działań, która powinna wykazać, co należy zmienić przy planowaniu/realizacji kolejnych działań informacyjno-promocyjnych.

Rezultaty przeprowadzonych działań informacyjno-promocyjnych stanowią część informacji, jakie, zgodnie z zapisami rozporządzenia 1299/2013, muszą zostać zawarte w raportach rocznych dla Komisji Europejskiej w latach 2017 i 2019. Sprawozdania roczne obejmują ocenę realizacji strategii komunikacji. Na koniec okresu programowania Instytucja Zarządzająca opracowuje sprawozdanie z realizacji strategii komunikacji w ramach sprawozdania końcowego z realizacji programu.

11. ZESTAWIENIE DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-KOMUNIKACYJNYCH PROGRAMU /WSKAŹNIKI UWZGLĘDNIAJĄCE TAKŻE MIKROPROJEKTY

Cel szczegółowy	Wskaźnik produktu	Wartość Docelowa (2020r)	Wskaźnik rezultatu	Wartość docelowa (2020r)	Źródło pomiaru
Zwiększanie świadomości oraz aktywizowanie potencjalnych wnioskodawców w ubieganiu się o wsparcie z EFRR poprzez kompleksowe informowanie o możliwościach uzyskania dofinansowania w ramach programu;	Liczba odwiedzin strony internetowej programu	120 000	Wysokiej jakości wnioski o dofinansowanie zgodne z celami i zasadami programu	70% (stosunek wniosków, które pozytywnie przeszły ocenę formalną do złożonych wniosków o dofinansowanie)	Dane liczbowe i procentowe z naborów wniosków
	Liczba dokumentów programowych i aplikacyjnych pobranych ze strony internetowej programu	450			
	Liczba informacji dotyczących programu, organizowanych wydarzeń, zamieszczona na profilach społecznościowych	150			
	Liczba komunikatów prasowych o planowanych wydarzeniach i naborach wniosków o dofinansowanie	20			
	Liczba newsletterów	20			

	przesyłanych potencjalnym beneficjentom				
	Liczba uczestników spotkań informacyjnych dla potencjalnych beneficjentów	500			
	Liczba uczestników warsztatów dla potencjalnych beneficjentów	300			
	Liczba bezpośrednich konsultacji udzielonych potencjalnym beneficjentom	520			
Wsparcie beneficjentów w zakresie efektywnej, skutecznej i płynnej realizacji projektów zgodnie z wymogami programu;	Liczba pobranych ze strony www.plsn.eu plików/dokumentów w związanych z realizacją projektów.	300	Współczynnik zadowolenia beneficjentów z otrzymanych informacji	80% odsetek beneficjentów i beneficjentów, którzy przynajmniej dobrze oceniają dostęp do informacji oraz udzieloną im pomoc (kwestionariusze wypełniane anonimowo przez beneficjentów po przeprowadzonych warsztatach)	Dane statystyczne strony programu www.plsn.eu
	Liczba newsletterów przesyłanych beneficjentom	15			Anonimowe ankiety wśród uczestników warsztatów organizowanych przez WS

	Liczba uczestników warsztatów dla beneficjentów	200			
	Liczba bezpośrednich konsultacji udzielonych beneficjentom	180			
Rozpowszechnianie informacji o rezultatach realizowanych projektów i o wynikających z nich korzyściach dla społeczeństwa, a tym samym utrwalanie pozytywnego wizerunku Unii Europejskiej;	Liczba informacji o programie i realizowanych projektach jakie ukazały się w mediach	35	Wzrost świadomości społecznej na temat korzyści wynikających z wdrażania programu	50% - współczynnik uczestników wydarzeń deklarujących, że zwiększyła się ich wiedza na temat zmian zachodzących na polsko-saksońskim pograniczu dzięki programowi i realizowanym projektom	Anonimowe ankiety przeprowadzane wśród uczestników organizowanych wydarzeń
	Liczba działań promujących program	10			
	Liczba uczestników działań informacyjno-promocyjnych	3000			
	Liczba informacji dotyczących programu, organizowanych wydarzeń, realizowanych projektów zamieszczona na profilach społecznościowych	120			

Załącznik nr 1

Wzór Roczego Planu Działań Informacyjno-Promocyjnych

Roczny plan działań informacyjnych i promocyjnych dla Strategii Komunikacji Programu Współpracy INTERREG Polska – Saksonia 2014-2020 jest dokumentem, przygotowanym przez Wspólny Sekretariat programu na potrzeby realizacji zapisów Strategii w r.

Dokument opisuje najważniejsze działania komunikacyjne prowadzone przez Wspólny Sekretariat oraz Regionalny Punkt Kontaktowy, ich cele, ramy czasowe oraz szacunkowy budżet.

Tabela. Szczegółowy opis działań podejmowanych przez wroku¹

NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NAZWA CELU)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
Działania informacyjne²						

¹ W tabeli należy szczegółowo opisać wszystkie planowane działania podając ich nazwy, wskazując który cel Strategii komunikacji realizują, Należy wymienić: grupy docelowe, instytucję odpowiedzialną za realizację, termin realizacji i zaplanowany budżet. Każde działanie powinno zostać opisane przy wykorzystaniu poniższych informacji:

- kluczowe elementy/narzędzia, np. audycja radiowa, cykl artykułów,
- szacunki liczbowe (liczby możliwe do określenia na etapie planowania, np. szacunkowa liczba uczestników szkoleń),
- informacja o współpracy z partnerami lub innymi podmiotami zewnętrznymi,

opcjonalnie inne istotne informacje, np. ułatwienia dla osób z niepełnosprawnościami, zaangażowanie beneficjentów, współpraca z partnerami.

² Nazwa działania: prowadzenie strony internetowej

NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NAZWA CELU)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
Działania edukacyjne³						
Działania informacyjno-promocyjne (m.in. współpraca z mediami i działania w internecie⁴)						
Imprezy otwarte i inne⁵						

³ Nazwa działania np. szkolenia dla beneficjentów, szkolenia dla potencjalnych beneficjentów

⁴ Nazwa działania np. działania informacyjno-promocyjne o szerokim zasięgu, telewizja (audycje sponsorowane, reklamy), radio (audycje sponsorowane, reklamy), prasa (artykuły sponsorowane, ogłoszenia, reklamy), internet (sponsorowane publikacje, reklamy, media społecznościowe).

⁵ Nazwa działania np. imprezy, , konferencje prasowe, wyjazd prasowy

NAZWA DZIAŁANIA	KTÓRY CEL ZE STRATEGII REALIZUJE TO DZIAŁANIE (NAZWA CELU)	GRUPY DOCELOWE	OPIS DZIAŁANIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA ZA REALIZACJĘ	TERMIN	PLANOWANY BUDŻET
Konkursy						
Publikacje, materiały wystawiennicze i wsparcie działań informacyjnych i promocyjnych⁶						
ŁĄCZNIE BUDŻET NA DZIAŁANIA W DANYM ROKU					EUR

⁶ Nazwa działania np. publikacje (drukowane i elektroniczne), materiały promocyjne typu gadżety, materiały brandingowe i wystawiennicze (rollupy, ścianki).