

Załącznik X. Formularz sprawozdawczy dotyczący promocji i informacji

Numer programu (CCI):	2007 PL 161 PO 001
Nazwa programu:	Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka
Załącznik do sprawozdania nr:	X
Okres sprawozdawczy:	od: 01.01.2013 do: 31.12.2013

1. Zrealizowane działania w zakresie informacji, promocji i szkoleń

W okresie sprawozdawczym Instytucja Zarządzająca Programem Operacyjnym Innowacyjna Gospodarka prowadziła działania mające na celu podniesienie poziomu wiedzy oraz świadomości ogółu społeczeństwa w zakresie możliwości korzystania z Funduszy Europejskich w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, a tym samym ukazujące rolę UE w rozwoju społecznym i gospodarczym kraju. Działania były prowadzone zgodnie z Planem komunikacji Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007 – 2013 oraz Rocznym planem działań informacyjnych i promocyjnych na 2013 rok. Były one adresowane przede wszystkim do opinii publicznej, potencjalnych beneficjentów, beneficjentów oraz partnerów społecznych i gospodarczych. Koncentrowały się na sześciu głównych obszarach: informacja, promocja, edukacja, Internet, ewaluacja. Listę najważniejszych działań oraz ich szczegółowy opis przedstawia tabela poniżej:

Lp.	Nazwa działania	Opis działania
Informacja		
1.	Konferencje informacyjne, seminaria, dni otwarte, spotkania dot. PO IG	<p>Działanie objęło:</p> <ul style="list-style-type: none"> a. organizację: konferencji „Linia współpracy”, (Warszawa, 21 lutego 2013 roku) ; spotkania dla niemieckich Sekretarzy Stanu na poziomie federalnym i landowym, przedstawicieli MAiC oraz innych przedstawicieli rządu, jak również wybranych przedstawicieli polskich i niemieckich firm (Hanower, 8 marca 2013 roku); konferencji podsumowującej wdrażanie działania 8.3 PO IG (9 grudnia 2013 roku, Warszawa) (MAiC, WWPE); b. organizację: spotkania informacyjnego dla beneficjentów projektów systemowych i indywidualnych (24-25.10.2013 r.) oraz dwóch seminariów informacyjnych dla beneficjentów poddziałania 6.5.2 PO IG (5.11.2013 i 2.12.2013 r.) (MG DPO). Zorganizowano także konferencję podsumowującą realizację działania 4.3 <i>Kredyt technologiczny</i> PO IG (12.12.2013 r.;) (BGK); c. organizację: konferencji „Naukowcy w labiryncie przepisów. Czy komercjalizacja się opłaca?” (Warszawa, 26.02.2013 r.); spotkania informacyjnego w ramach międzynarodowego sympozjum z cyklu „Własność przemysłowa w innowacyjnej gospodarce” (Kraków 5-6.09.2013). Zorganizowano także trzy Fora Nauka-Biznes dla beneficjentów POIG działania 1.3. (Józefów 25-26.11.2013, Warszawa 6.12.2013, 10.12.2013r.) (OPI); d. organizację 12 spotkań dla potencjalnych beneficjentów (z zakresu poprawności przygotowania wniosków o dofinansowanie, udzielania informacji o bieżących zagadnieniach dot. realizacji poszczególnych działań PO IG, w tym ew. zmianach w dokumentacji programowej). Współorganizację - wraz ze Związkiem Banków Polskich - konferencji podsumowującej ogólnopolski cykl spotkań informacyjnych dotyczących bezpośrednio działań POIG „Wsparcie biznesu w okresie spowolnienia. W czym mogą pomóc dostępne środki unijne?”. PARP zorganizowała także XIII edycję Forum Edukacyjnego dla Małych i

		Średnich Przedsiębiorstw oraz była współorganizatorem: III Europejskiego Kongresu Małych i Średnich Przedsiębiorstw (16-18 września 2013) i targów Innotech EXPO. Ponadto przedstawiciele PARP wzięli udział w następujących wydarzeniach: VIII Forum Ekonomicznym Młodych Liderów (3-6 września 2013 Nowy Sącz), XXIII Forum Ekonomicznym (3-5 września 2013 Krynica), The Third Central European Life Science Investment w Krakowie (17-18 października 2013 r.), IV Międzynarodowej Konferencji Sekcji Otolologii i Neurootologii Polskiego Towarzystwa Otorinolaryngologów Chirurków Głowy i Szyi (PTORL ChGiSz) "Otologia 2013 (21-22 listopada 2013 r.). PARP wraz z Regionalnymi Instytucjami Finansującymi zrealizowała również 10 spotkań informacyjnych, dla potencjalnych beneficjentów, dotyczących działań POIG (PARP).
2.	Materiały informacyjne (m.in. ulotki, broszury informacyjne, plakaty i tablice informacyjne, publikacje, informatory, podręczniki)	<p>Działanie objęło m.in.:</p> <ol style="list-style-type: none"> zrealizowanie 20 filmów informacyjno – promocyjnych, poświęconych wybranym firmom/przedstawicielom e-biznesu w ramach działań 8.1 i 8.2 PO IG (MAiC, WWPE); wykonanie i wysyłkę ulotek informacyjnych, dotyczących wdrażanych poddziałań PO IG, do organizatorów branżowych programów promocji, beneficjentów PO IG i do urzędów wojewódzkich. Dodatkowo wykonanie albumu „<i>dobre praktyki</i>” prezentującego wybrane projekty realizowane w ramach działania 4.5 wraz z wypowiedziami osób koordynujących projekty oraz wykonanie broszury informacyjnej dotyczącej <i>poddziałania 6.5.2 PO IG</i> (MG DPO); przygotowanie oraz publikację polskiej i angielskiej wersji katalogu projektów innowacyjnych pn. „INNOWACYJNI 2013” („INNOVATIVE 2013”) oraz druk materiałów szkoleniowych na warsztaty dla beneficjentów poddziałania 1.3.1 (NCBiR); realizację usług fotograficznych z korektą graficzną projektów realizowanych przez beneficjentów Poddziałania 1.1.1, 1.3.1, 1.3.2 POIG w celu zaprojektowania i wyprodukowania ulotki w ilości 1000 sztuk, jak również 100 wielkoformatowych zdjęć projektów beneficjentów POIG (OPI); zrealizowanie umowy, podpisanej w wyniku rozstrzygniętego przetargu na „Przygotowanie do druku, druk i dystrybucję materiałów informacyjnych dla Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości 2013”, w tym publikacji dot. dz. POIG pn. „Nauka i Biznes”(wolumen materiałów informacyjnych: 1000 szt.) (PARP); zlecenie: dystrybucji raportu "Ewaluacja komplementarności i efektywności wsparcia IOB świadczących usługi dla przedsiębiorców"; skład, druk i dystrybucję raportu końcowego z badania ewaluacyjnego "Ewaluacja zmian wyboru projektów w ramach wybranych działań PO IG 2007-2013"; druk i dystrybucję Albumu "Polska Innowacyjna". Projekty realizowane w ramach Programu Innowacyjna Gospodarka. Edycja II; druk i dystrybucję pozycji „Polska innowacyjna” Projekty realizowane w ramach Programu Innowacyjna Gospodarka. Album fotograficzny ; skład, druk i dystrybucję pozycji „INNOVATIVE POLAND. Projects implemented within the Operational Programme Innovative Economy. Photographic Atlas II edition”; druk broszur tematycznych „innowacje są wśród nas” (IZ POIG).
3.	Punkty informacyjne/Infolinia	Działanie objęło m.in.:

		<p>a. prowadzenie punktu informacyjno – konsultacyjnego, przeznaczonego dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów 7. osi PO IG. W ramach punktu udzielane były odpowiedzi na pytania kierowane przez beneficjentów i potencjalnych beneficjentów oraz prowadzono konsultacje (MAiC, WWPE);</p> <p>b. prowadzenie punktu informacyjnego przez ekspertów udzielających kompetentnych i rzetelnych informacji możliwościach aplikowania o dofinansowanie, informacji o prowadzeniu projektu oraz informacji nt. rozliczania projektów w ramach poszczególnych działań realizowanych przez PARP w ramach PO IG (PARP);</p> <p>c. obsługę skrzynki e-mail po-ig@mir.gov.pl, która w ramach IZ pełni funkcję punktu kontaktowego, jak również udzielanie odpowiedzi na zapytania telefoniczne kierowane do IZ PO IG. W obsługę skrzynki mailowej zaangażowani byli pracownicy IZ, odpowiedzi telefonicznych udzielali pracownicy całego departamentu w zakresie swoich kompetencji, w zależności od charakteru kierowanych zapytań. Na bieżąco współpracowano z Centralnym Punktem Informacyjnym MliR oraz z regionalnymi punktami informacyjnymi Systemu Informacji o Funduszach Europejskich (IZ PO IG);</p> <p>d. prowadzenie infolinii telefonicznej nt. działania 6.4 PO IG (POT).</p>
4.	Ogłoszenia reklamowe/ publikacje, artykuły sponsorowane w mediach	<p>Działanie objęło:</p> <p>a. publikację artykułów sponsorowanych o charakterze informacyjnym (dot. poszczególnych działań PO IG oraz prezentujących najlepsze praktyki PO IG), (NCBR, OPI, BGK, DPO MG, MAiC, WWPE);</p> <p>b. publikację ogłoszeń reklamowych w prasie ogólnopolskiej, informujących o terminach naborów wniosków o dofinansowanie, kryteriach i warunkach uzyskania wsparcia (BGK, DPO MG, NCBR, PARP, WWPE);</p> <p>c. publikację dwóch ogłoszeń prasowych - jedno ogłoszenie dot. Informacji o rozpoczęciu konsultacji społecznych Programu Inteligentny Rozwój, jedno ogłoszenie dot. przekazania informacji o konsultacjach społecznych dotyczących oceny oddziaływania na środowisko Programu Inteligentny Rozwój (IZ PO IG).</p>
5.	Konferencje prasowe	Konferencja prasowa nt. działania 4.3 PO IG pt. „Kredyt technologiczny – stan realizacji” (Warszawa, 16 kwietnia 2013 r.) (BGK).
Promocja		
6.	Udział w targach, imprezach wystawienniczych, imprezach zewnętrznych	<p>Działanie obejmowało udział w:</p> <p>a. <i>Targach CeBIT 2013</i> w Hanowerze (5-9 marca 2013 roku), w <i>XXIV Międzynarodowych Targach Komunikacji Elektronicznej INTERTELECOM</i> (11-13 kwietnia w Łodzi), w <i>Targach CeBIT</i> w Stambule (24-27 października), <i>Gmina</i> w Poznaniu (8-9 października) i <i>Infostrada</i> w Lublinie (19-21 listopada) (MAiC, WWPE);</p> <p>b. <i>Międzynarodowych Targach POLEKO 2013</i>, odbywających się na terenie <i>Międzynarodowych Targów Poznańskich</i> (7-10.10.2013 r.) (MG DPO). Udział w cyklu konferencji „Twój Czas, Twój Kapitał – nowoczesne instrumenty finansowania rozwoju przedsiębiorstw”: Toruń, 28 maja 2013 r., Częstochowa, 19 czerwca 2013 r. Poznań, 30 października 2013 r., Białystok, 13 listopada 2013 r., Lublin, 18 grudnia 2013 r. Udział w <i>XI Forum Inżynierskim NOT</i>, Poznań, 4 czerwca 2013 r (BGK).</p> <p>c. <i>Międzynarodowych targach teleinformatycznych</i></p>

		<p>CeBIT (5-9.03.2013, Hanower), <i>Targach ITM</i> (4-7.06.2013, Poznań), <i>IV Kongresie Regionów</i> w Świdnicy. Zorganizowano również panel dyskusyjny <i>Nowe technologie w transporcie</i> (11-13.06.2013, Świdnica); wystawiano się na 17. Pikniku Naukowym (15.06.2013, Warszawa), konferencji <i>SECURE 2013</i>, organizowanej przez NASK (9-10.10.2013, Warszawa). Dodatkowo współorganizowano z Przemysłowym Instytutem Automatyki i Pomiarów PIAP „II Noc Robotów PIAP – Odkryj Nieznane” (25.05.2013, Warszawa) (NCBiR);</p> <p>d. <i>Forum Inżynierskim, Targach ITM</i> w Poznaniu (4.06.2013). Udział w międzynarodowym sympozjum z cyklu „Własność przemysłowa w innowacyjnej gospodarce” (Kraków 5-6.09.2013). Zorganizowano również wystawę zdjęć beneficjentów POIG podczas konferencji inaugurującej portal wirtualny kreator przedsiębiorczości <i>Kreobox</i> (OPI);</p> <p>e. debacie „Jak zostać przedsiębiorcą w Polsce” (6 stycznia 2013 r.), <i>Innowatorium I i II</i> (warsztaty dla pomysłodawców w ramach konkursu <i>Zacznij.biz</i>; 14-15 lutego 2013 r. oraz 04 kwietnia 2013 r.), <i>Warszawskich Dniach Informatyki</i> (26 marca 2013 r.), <i>Business Training Najwyższy czas na własny e-biznes, Dotacje z UE z działań 8.1 i 8.2 POIG</i> (27 marca 2013 r.), <i>Europejskim Kongresie Gospodarczym</i> (13-15 maja 2013 r.), <i>XI Forum Inżynierskim</i> (4 czerwca 2013 r.), <i>XIII Forum Edukacyjne Małych i Średnich przedsiębiorstw</i> (5 czerwca 2013 r.), gali konkursu „Sposób na sukces” (24 czerwca 2013 r.), <i>IV Kongresie Innowacyjnej Gospodarki</i> (25-26 czerwca 2013), <i>VIII Forum Ekonomicznym Młodych Liderów</i> (3-6 września 2013), <i>XXIII Forum Ekonomicznym</i> (3-5 września 2013), <i>The Third Central European Life Science Investment</i> w Krakowie (17-18 października 2013 r.), <i>IV Międzynarodowej Konferencji Sekcji Otologii i Neurootologii Polskiego Towarzystwa Otorinolaryngologów Chirurgów Głowy i Szyi</i> (PTORL ChGiSz) „Otologia 2013 (21-22 listopada 2013 r.). Dodatkowo PARP była współorganizatorem <i>III Europejskiego Kongresu Małych i Średnich Przedsiębiorstw</i> (16-18 września 2013) i targów <i>Innotech EXPO</i> (17 – 19 października 2013) (PARP).</p>
7.	Eventy promocyjne	<p>IZ PO IG we współpracy z agencją kreatywną zorganizowała jednodniowy event promocyjny dot. Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013 pn. „Kalejdoskop innowacji. Spójrz w przyszłość”(5 października 2013, Warszawa, Park Agrykola).</p>
8.	Kampanie medialne/współpraca z mediami	<p><u>MAiC, WWPE</u>: Wyemitowano spoty radiowe, informujące o naborze wniosków o dofinansowanie w ramach działania 8.4 PO IG. Emisja odbyła się w radiu RMF w okresie 18.02-22.02.2013 r., 18.03-22.03.2013 r. (łącznie 31 spotów). Wyemitowano dwa spoty telewizyjne dedykowane dla działania 8.3 i 8.4 POIG promujące rezultaty i wartość dodaną realizowanych projektów. Emisje odbyły się w terminie 15.03.-31.03.2013 r. w telewizji POLSAT i POLSAT NEWS.</p> <p>Zgodnie z podpisaną umową z telewizją POLSAT, łącznie wyemitowano 140 spotów (80 w ramach umowy i 60 w ramach dodatkowych emisji, jakie były jednym z kryteriów do oceny ofert. Polsat zaproponował dodatkową emisję 60 spotów na kanale głównym i POLSAT NEWS). W trakcie emisji 60% spotów dotyczyło 8.3 i 40 % spotów dotyczyło działania 8.4.</p> <p>W grudniu 2013 roku, po uzyskaniu zgody IZ, w TVP 1 wyemitowano 12 spotów poświęconych działaniom 8.3 i 8.4., w terminie od 16.12.2013 do 22.12.2013 (6 spotów w ramach działania 8.3 PO IG oraz 6 spotów w ramach działania 8.4 PO IG). Emisję sfinansowano w ramach</p>

		<p>oszczędności poczynionych w innych działaniach.</p> <p>W związku z konferencją podsumowująca działanie 8.3 (9 grudnia 2013 r.) na antenie TVP INFO wyemitowano 6 audycji poświęconych tematyce zwalczania wykluczenia cyfrowego.</p> <p><u>BGK:</u> Zlecono kreację i produkcję 4 min. filmu oraz spotu 30 sek. na potrzeby promocji działania 4.3 <i>Kredyt technologiczny</i> PO IG. Emisja miała miejsce w I kwartale 2014 r.</p> <p><u>NCBiR:</u> Wyemitowano na antenie Radia PiN 15 audycji „Naukowy czwartek” (emisja: 7.03.2013, 14.03.2013; 21.03.2013; 28.03.2013; 4.04.2013; 11.04.2013; 18.04.2013; 25.04.2013; 9.05.2013; 16.05.2013; 23.05.2013; 6.06.2013; 13.06.2013; 20.06.2013; 27.06.2013; 4.07.2013; 11.07.2013; 18.07.2013; 25.07.2013; 1.08.2013). Wyprodukowano oraz wyemitowano na antenie TVP Info i w internecie odcinki programu „Era Wynalazków” (emisje zrealizowane w dniach: 23.06.2013, 30.06.2013, 7.07.2013, 14.07.2013, 21.07.2013, 28.07.2013, 4.08.2013, 11.08.2013, 18.08.2013, 25.08.2013) . Zlecono w koprodukcji przygotowanie i emisję cyklu 10 odcinków w ramach programu śniadaniowego „Dzień Dobry TVN” (emisje zrealizowane w dniach: 30.11.2013, 7.12.2013, 14.12.2013, 28.12.2013; emisja pozostałych 6 odcinków przeniesiona na rok 2014 .</p> <p><u>PARP:</u> Zrealizowano: cykl audycji radiowych „Dotacje na innowacje - warto być przedsiębiorczym” w Programie I Polskiego Radia (w I półroczu 2013 r. wyemitowano 12 audycji, które m.in. dotyczyły działań 3.1 – 2 audycje w dn. 25-26.04.2013) i poddz.5.4.1 – 2 audycje w dn. 22-24.05.2013. W II półroczu wyemitowano łącznie 6 audycji dot. działań POIG, w tym w dn. 17 i 19 lipca 2013 r. 2 audycje dot. dz. 6.1 oraz w dn. 24 i 26 lipca dot. poddz. 5.4.1). Podpisano umowę na produkcję i emisję programu „Eurofundusze. Magazyn dla firm”, emitowanego na antenie Polsat News oraz TV Biznes w okresie od 24 czerwca do 5 grudnia 2013 r. Dodatkowo opracowano 5 artykułów, w tym m.in.: 2 dot. dz. 6.1; 2 dot. poddz. 5.4.1. Materiały zostały opublikowane m.in. w magazynie Proseed, Proseed online, w magazynie Smartbiznes oraz portalu smartbiznes.co. Działania zrealizowano do 2 sierpnia 2013 r.</p> <p><u>POT:</u> Zlecono montaż krótszej wersji spotu (30 sek.) nagręconego w 2012 r., promującego Działanie 6.4 PO IG, z tłumaczeniem filmu na j. angielski. Spot emitowany był od 12 lipca do 11 września 2013 r. w Polsat News, TVN 24 i TVP Info.</p> <p><u>IZ PO IG:</u> Zlecono produkcję i emisję 10-ciu odcinków programu „Polak Potrafi” na antenie TVN Turbo, wraz lokowaniem produktu, emisją wskazań sponsorskich i emisją powtórkowych odcinków w TVN Player (realizacja w okresie maj-listopad 2013)W okresie 22 listopada -12 grudnia 2013 r. przeprowadzono również kampanię w kinach – emisja 30 sek. spotu reklamowego promującego PO IG, którego produkcja miała miejsce w 2012 roku.</p>
9.	Materiały promocyjne	<p>Działanie objęło m.in.:</p> <ol style="list-style-type: none"> zakup: tablicy informującej o dofinansowaniu remontu siedziby MAiC przy ulicy Królewskiej 27 ze środków UE, wizytówek dla pracowników DFS oraz materiałów promocyjnych: filiżanki, zapach samochodowy, długopis, długopis z notesem, torba, kubek, kalendarz, pendrive, czapka, koszulka, spodenki, piłeczka antystresowa, parasol, myszka komputerowa czytnik pamięci, ołówek, plecak, piórnik, zeszyt, nakreślacz, linijka, brelok (MAiC, WWPE); wykonanie kartek świątecznych z nadrukiem (MG DPO). Zakup i dystrybucja materiałów promocyjnych z logotypami POIG, BGK i UE na potrzeby działania 4.3 PO IG: słodycze reklamowe, kapelusze, długopisy, torby podróżne oraz termosy (BGK); produkcja: notatników, kalendarzy i innych gadżetów promocyjnych rozdawanych podczas

		<p>szkoleń , imprez, konferencji oraz spotkań indywidualnych (OPI, PARP);</p> <p>d. opracowanie graficzne i druk kalendarzy książkowych oraz ściennych przekładanych. Zamówienie pendrivów oraz tłoczenie płyt DVD z zawartością filmów promujących Działanie 6.4 PO IG (POT);</p> <p>e. zlecono wykonanie oraz dostawę kalendarzy informacyjnych na 2014 r, teczek i bloczków promujących PO IG oraz innych materiałów promocyjnych (parasol, układanka logiczna, domino, latawiec) (IŻ PO IG).</p> <p>Materiały zostały oznakowane zgodnie z wytycznymi Księgi identyfikacji wizualnej NSS logotypami UE oraz PO IG.</p>
Edukacja		
10.	Szkolenia dla beneficjentów	<p>Działanie objęło:</p> <p>a. organizację szkoleń i warsztatów (w tym również warsztatów interaktywnych) z zakresu rozliczania projektów, zasad trwałości projektu, projektów generujących dochód, komercjalizacji, zasad prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych, kontroli, sprawozdawczości, przygotowania wniosków o dofinansowanie, w zakresie testowania systemów (NCBR, OPI, PARP, BGK, POT, WWPE).</p>
Internet		
11.	Strona internetowa	<p>Działanie objęło:</p> <p>a. bieżącą obsługę, aktualizację i uzupełnianie funkcjonalności stron oraz zakładów internetowych poświęconych PO IG (wszystkie instytucje);</p> <p>b. zamieszczanie m.in. ogłoszeń, informacji o wydarzeniach związanych z realizacją Programu, a także wzorów niezbędnych dokumentów programowych i wniosków dla potencjalnych beneficjentów, informacji o naborach itp. (wszystkie instytucje).</p>
12.	Zarządzanie Bazą wiedzy (w zakresie dotyczącym PO IG)	<p>Działanie objęło m.in. stałą wymianę informacji i aktualizację bazy dokumentów (w tym różnych plików multimedialnych) w celu transferu informacji i wiedzy pomiędzy instytucjami zaangażowanymi w zarządzanie i wdrażanie PO IG (IZ PO IG).</p>
13.	Mailing i e-mailing/zakup baz danych	<p>Działanie objęło:</p> <p>a. e-mailing dla beneficjentów działania 8.3 POIG z informacją o naborze wniosków do działania 8.3 – 24.01.2013 r (MAiC, WWPE);</p> <p>b. newslettery wysyłane do subskrybentów działań wdrażanych przez NCBR, m.in. wydarzeń związanych z działalnością Centrum i wdrażaniem PO IG (NCBiR);</p> <p>c. wysyłkę mailingów do Beneficjentów, które dotyczyły aktualnych działań związanych ze szkoleniami POIG oraz konferencją (OPI);</p> <p>d. przygotowanie i wysyłkę newsletterów do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów działań wdrażanych przez PARP dotyczących POIG, m.in. naborów wniosków oraz innych wydarzeń dot. POIG (PARP).</p>
Ewaluacja		
14.	Badanie odwiedzin strony internetowej	<p>Działanie obejmowało badanie serwisu internetowego POT nt. działania 6.4 PO IG oraz IZ PO IG (www.poig.gov.pl) – pod kątem statystycznym (liczba odwiedzin strony, informacja z jakiej innej strony internauta trafił do serwisu, dane ilościowe i procentowe). Wskazane badania prowadzone były za pomocą</p>

		bezpłatnego narzędzia Google Analytics.
15.	Ankiety ewaluacyjne	Ankiety ewaluacyjne wypełniane przez uczestników interaktywnych warsztatów i szkoleń dot. PO IG (NCBiR, OPI, PARP, MAiC, POT)
Wymiana doświadczeń		
16.		Udział pracowników IZ PO IG w posiedzeniach Grupy sterującej ds. informacji i promocji FE.

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.

2. Postęp rzeczowy działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych¹

(wartość w nawiasie opisuje wartość w danym okresie sprawozdawczym, wartość bez nawiasu to wartość skumulowana)

Obszar	Wskaźnik	Jedn ostka	Rok	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015	
			Półrocze	I	II	I	II			I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II
Punkty informacyjne/ infolinia	Liczba funkcjonujących punktów/infolinii	Szt.	Realizacja							4	4	4	4	4	4	4	4				
			Wartość docelowa ²							4		4		4		4		4			
			Wartość bazowa	0																	
	Liczba osób odwiedzających punkty	Os.	Realizacja							147	294	389	472	547	648	757 (109)	821 (64)				
			Wartość docelowa							230		175		160		160		155			
			Wartość bazowa	0																	
	Liczba odpowiedzi udzielonych drogą elektroniczną	Szt.	Realizacja							1 863	4 744	7 113	8 910	10 568	13 027	16 360 (3 333)	18 201 (1 841)				
			Wartość docelowa							4 400		4 410		3 300		2 300		1 195			
			Wartość bazowa	0																	
	Liczba odpowiedzi udzielonych drogą	Szt.	Realizacja							5 574	13 707	21 088	26 746	31 355	35 911	41 302 (5 391)	45921 (4 619)				

¹⁾ Jeśli ilość danych uniemożliwia wypełnienie tabeli w sprawozdaniu, należy załączyć dodatkową tabelę w formacie xls. Jeśli dane dotyczące wskaźników nie są dostępne, należy zaznaczyć kiedy będą możliwe do zaprezentowania (w polu „Komentarz”).

²⁾ Wartość docelowa powinna zostać podana w ujęciu rocznym, jak w załączniku nr 1 do Rocznego planu działań informacyjnych i promocyjnych oraz dla całego okresu programowania – tak, jak został określony w dokumentach programowych (wskazane podanie danych szacowanych na lata 2013, 2015).

	telefoniczną		Wartość docelowa					15 200	11 270	8 220	3 720	3 890								
			Wartość bazowa	0																
Materiały informacyjne	Wolumen materiałów informacyjnych	Szt.	Realizacja						53 454	345 424	419 532	481 458	540 858	594 373	615.993 (21.620)	624 857 (8 864)				
			Wartość docelowa					233 328	101 300	135 307	22 804	77 553								
			Wartość bazowa	0																
	Liczba tytułów/rodzajów materiałów informacyjnych	Szt.	Realizacja						22	71	82	116	128	157	160 (3)	177 (17)				
			Wartość docelowa				52	33	45	23	25									
			Wartość bazowa	0																
Ogłoszenia reklamowe/ publikacje, artykuły sponsorowane w mediach	Liczba artykułów i ogłoszeń	Szt.	Realizacja						37	120	157	208	245	326	341 (15)	373 (32)				
			Wartość docelowa				132	85	115	56	38									
			Wartość bazowa	0																
Konferencje prasowe	Liczba konferencji prasowych	Szt.	Realizacja						1	3	4	4	5	7	8 (1)	8 (0)				
			Wartość docelowa				14	4	3	3	4									
			Wartość bazowa	0																
Spotkania, konferencje,	Liczba zorganizowanych	Szt.	Realizacja						28	76	115	167	183	285	311 (26)	428 (117)				

seminaria, dni otwarte, skierowane do grup docelowych PO IG	spotkań, konferencji, seminariów, dni otwartych dla grup docelowych PO IG		Wartość docelowa					96	74	128	111	52								
			Wartość bazowa	0																
	Liczba uczestników spotkań, konferencji, seminariów, dni otwartych dla grup docelowych PO IG	Os.	Realizacja						1 458	5 257	6 938	10 246	12 165	17 485	21 129 (3 644)	26 590 (5 461)				
Wartość docelowa							5 465	4 156	7 171	6 300	8 290									
Wartość bazowa			0																	
Szkolenia dla beneficjentów	Liczba zorganizowanych szkoleń skierowanych do grup docelowych PO IG	Szt.	Realizacja						27	90	113	222	238	326	339 (13)	456 (117)				
			Wartość docelowa				135	160	118	78	90									
			Wartość bazowa																	
	Liczba uczestników szkoleń skierowanych do grup docelowych PO IG	Os.	Realizacja						1 241	3 424	4 925	7 108	7 764	9 380	10 059 (679)	11 685 (1 626)				
			Wartość docelowa				4 846	4 841	3 333	3 900	2 050									
			Wartość bazowa	0																
Udział w targach, impresach wystawiennic zych	Liczba targów, impres wystawienniczych, impres zewnętrznych, w których wzięto udział	Szt.	Realizacja						10	28	64	91	108	133	154 (21)	170 (16)				
			Wartość docelowa				27	86	71	69	20									
			Wartość bazowa	0																

Kampanie medialne/współpraca z mediami	Liczba przeprowadzonych kampanii/ działań w zakresie współpracy z mediami	Szt.	Realizacja							2	6	14	22	28	38	45 (7)	53 (8)				
			Wartość docelowa							8		12		15		15		9			
			Wartość bazowa	0																	
	Liczba wyprodukowanych spotów informacyjno-promocyjnych	Szt.	Realizacja							5	14	44	101	116	198	226 (28)	286 (60)				
			Wartość docelowa							26		73		100		64		50			
			Wartość bazowa	0																	
Materiały promocyjne	Wolumen materiałów promocyjnych	Szt.	Realizacja							14 970	143 944	158 904	189 466	208 775	283 971	291 537 (7 566)	408 068 (116 531)				
			Wartość docelowa							151 540		74 906		102 215		136 400		112 200			
			Wartość bazowa	0																	
Organizacja konkursów	Liczba zorganizowanych konkursów	Szt.	Realizacja							0	0	0	0	0	1	1 (0)	2 (1)				
		Szt.	Wartość docelowa							0		0		1		1		1			
		Szt.	Wartość bazowa	0																	
Strony internetowe	Liczba serwisów/stron internetowych	Szt.	Realizacja							11	11	12	12	12	13	11	11				
			Wartość docelowa							11		12		12		12		12			
			Wartość bazowa	0																	

	Liczba wejść na strony internetowe w ciągu roku	roczn ie	Realizacja							1 103 882	1 999 812	3 207 237	4 261 602	5 590 853	6 792 863	8 301 612 (1 508 749)	9 136 211 (834 599)				
			Wartość docelowa							1 815 000		1 842 000		1 990 000		1 319 000		1 312 000			
			Wartość bazowa	0																	
Mailing i e-mailing	Liczba wysłanych wiadomości/newsletterów	Szt.	Realizacja							4	30	137	182	238	285	326 (41)	362 (36)				
			Wartość docelowa							31		146		82		64		48			
			Wartość bazowa	0																	
	Liczba subskrybentów newslettera	Szt.	Realizacja							481	3 083	13 081	1 173	28 967	42 314	117 216(74 902)	123 190 (5 974)				
			Wartość docelowa							3 550		12 946		15 420		17 360		26 150			
			Wartość bazowa	0																	
Badanie opinii publicznej	Liczba przeprowadzonych badań opinii publicznej	Szt.	Realizacja							2	3	5	6	6	7	7 (0)	7(0)				
			Wartość docelowa							4		3		1		1		1			
			Wartość bazowa	0																	

UWAGA: Nazwy działań oraz wskaźników powinny być tożsame z nazwami działań i wskaźników zawartymi w załączniku nr 1 do Rocznego planu działań informacyjnych i promocyjnych.

3. Informacja nt. udostępnienia listy beneficjentów

Instytucje zaangażowane w system wdrażania PO IG (IZ, IP oraz IW) publikowały listy beneficjentów Programu, zawierające nazwy beneficjentów, tytuły operacji oraz wielkość wkładu publicznego, na stronach internetowych pod następującymi adresami:

- www.parp.gov.pl,
- www.mg.gov.pl,
- www.bgk.com.pl,
- www.poig.opi.org.pl,
- www.pot.gov.pl/fundusze,
- www.7poig.mac.gov.pl,
- www.8poig.mac.gov.pl,
- www.wwpe.gov.pl,
- www.poig.gov.pl.

W okresie sprawozdawczym lista beneficjentów była aktualizowana 223 razy.

* niepotrzebne skreślić

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

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

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

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

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

- ☒ Tak (takie działania były prowadzone przez IP / IW) ☐ Nie

W wyniku przeprowadzonej oceny działań lub analizy informacji zwrotnych Instytucja Zarządzająca* podjęła następujące działania usprawniające

(* IZ nie prowadziła działań w tym zakresie, poniżej wymieniono działania usprawniające podjęte przez IP / IW):

5.2. :

A. Na podstawie uwag zawartych w ankietach ewaluacyjnych dot. szkoleń, planowane były tematy kolejnych szkoleń, jak również wprowadzane były dodatkowe zagadnienia do już realizowanych szkoleń (MAiC, NCBiR, OPI, PARP, POT);

B

C

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

- ☒ Tak ☐ Nie ☐ Nie dotyczy

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

A. uwzględnienie w RPD 2014 r. elementu działania „wsparcie przy organizacji dni otwartych (organizowanych wspólnie z beneficjentami) w ramach obchodów 10-lecia uczestnictwa Polski w UE” w ramach poz. „Konferencje informacyjne, seminaria, dni otwarte, spotkania dot. PO IG”;

B. zwiększenie w RPD 2014 r. wskaźnika materiałów promocyjnych i informacyjnych ze względu na pomoc beneficjentom podczas organizacji obchodów 10-lecia Polski w UE;

C. dodanie w RPD 2014 r. nowego działania „Wymiana doświadczeń” - Udział w spotkaniach i szkoleniach / warsztatach Grupy Sterującej ds. informacji i promocji.

D. planowana jest modyfikacja *Planu komunikacji* w zakresie aktualizacji harmonogramu, wartości docelowych, wskaźników oraz budżetu.

5.5 Planowane modyfikacje wynikają z następujących przyczyn:

ad. A. i B. W 2014 roku planowana jest akcja promocyjna łączącą rocznicę 10. lat Polski w Unii Europejskiej z prezentacją efektów realizacji projektów dofinansowanych z Funduszy Europejskich. W okresie realizacji akcji tj. w kwiecień – maj 2014, IZ oraz IP / IW skoordynują akcję „Dni otwartych”, udział beneficjentów w pozostałych działaniach promocyjnych oraz będą wspierać beneficjentów w realizacji swoich działań;

ad. C. Dodanie nowego działania „Wymiana doświadczeń” w RPD 2014 r. w związku z prośbą zawartą w piśmie IK NSRO (znak sprawy: DIP-I-81410-83-MD/13, NK: 158392/13 z dnia: 23 grudnia 2013 r.);

ad. D. Konieczność aktualizacji powstała w związku z pismem DIP (znak sprawy: DIP –I-81410-19-MD/14, NK 104530/14) dotyczącym aktualizacji *Strategii komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007 – 2013*.

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

☐ Tak

☒ Nie (dot. RPD 2013 r.)

5.7. Zidentyfikowane istotne zagrożenia dotyczą:

A
B
C

6. Informacje dodatkowe

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

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

- typów przeprowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych;

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

- innych zagadnień.

Opis realizowanych działań powinien wyróżniać działania skierowane do potencjalnych beneficjentów (partnerzy społeczni i ekonomiczni, organizacje pozarządowe, instytucje promujące równość szans kobiet i mężczyzn) oraz szerokiej opinii publicznej.

Do dobrych praktyk w zakresie prowadzonych w 2013 roku przez IZ oraz IP i IW działań informacyjno – promocyjnych można zaliczyć:

- **WWPE:** Zgodnie z założonym celem kampanii informacyjnej, skierowanej do ogółu społeczeństwa, WWPE wyemitowała dwa spoty dotyczące działania 8.3 i 8.4, informujące o interwencji Funduszy Europejskich w rozwoju społeczeństwa informacyjnego i tym samym dostarczające opinii publicznej wiedzę na temat wpływu Unii Europejskiej na rozwój społeczno-gospodarczy Polski. Celem szczegółowym kampanii promocyjnej, prowadzonej przy wykorzystaniu telewizji, było dotarcie z przekazem w zakresie projektów służących zapobieganiu wykluczeniu cyfrowemu poprzez zapewnienie dostępu do Internetu oraz pokazanie wynikających z tego korzyści. Założeniem było podkreślenie zależności m.in. pomiędzy poprawą jakości życia, pojawieniem się nowych szans edukacyjnych oraz możliwości poszukiwania pracy i prowadzenia działalności gospodarczej, a wdrażaniem projektów w ramach działania 8.4 i 8.3 POIG, współfinansowanych przez Unię Europejską. Jednocześnie filmy służyły promocji możliwości uzyskania dofinansowania w zakresie objętym ww. działaniami.
- **NCBiR:** Jako przykład dobrych praktyk należy wymienić współpracę z Przemysłowym Instytutem Automatyki i Pomiarów PIAP przy realizacji „II Nocy Robotów PIAP – Odkryj nieznanne”. Towarzysząca wydarzeniu konferencja prasowa połączona z panelem dyskusyjnym nt. możliwości rozwoju sektora robotyki automatyki przyciągnęła uwagę wielu kluczowych mediów. Sam Instytut i umiejscowione na jego terenie stoisko promocyjne NCBIR odwiedziło blisko 5,5 tysiąca osób, co uznać należy za sukces promocyjny i medialny.

Na miano dobrych praktyk zasługuje również kontynuacja współpracy z Radiem PiN (emisja 15 audycji „Naukowy czwartek”) i TVP Info (emisja odcinków programu „Era Wynalazków”). Przyjęta forma reportażu z miejsca realizacji projektu nie tylko czyni go bardziej ciekawym komercyjnie, ale jednocześnie pokazuje, co zyskuje przeciętny odbiorca. Podobnie program „Era Wynalazków”, dzięki wzbogaceniu formy programu o konsultacje z ekonomistą giełdowym, pozwala lepiej poznać możliwości komercjalizacyjne prezentowanego wynalazku oraz odnieść rodzime osiągnięcia do światowej czołówki.

- **PARP:** Wyprodukowano i wyemitowano cykl audycji radiowych skierowanych do przedsiębiorców oraz potencjalnych beneficjentów w ramach działań Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Projekt miał na celu m.in. dotarcie z informacją o planowanych naborach wniosków do szerokiego grona odbiorców oraz dotarcie z informacjami za pośrednictwem wiarygodnego partnera, realizującego działania misyjne jako nadawca publiczny. Powstał również cykl filmów emitowanych w okresie od 24 czerwca do 5 grudnia 2013 r. na antenie Polsat News i TV Biznes „Eurofundusze. Magazyn dla firm”. W magazynie można było znaleźć porady, jak uzyskać dofinansowanie, poznać firmy, które z unijnego wsparcia skorzystały, a także opinie ekspertów.
- **POT:** IW w okresie sprawozdawczym zrealizowała kampanię w telewizji (od 12 lipca do 11 września 2013 r.) promującą Działanie 6.4 PO IG. Przedmiotem kampanii był 30-sekundowy spot emitowany w TVN24, TVP Info i Polsat News trzy razy dziennie w czasie antenowym „prime time” (18.00-23.00). Na przestrzeni dwóch miesięcy prawie 13,5 mln osób widziało przynajmniej raz film promujący Działanie, co stanowi ponad 37% populacji oglądającej TV w Polsce
- **IZ PO IG:** Na wyróżnienie zasługuje organizacja jednodniowego eventu dot. Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013 pn. „Kalejdoskop innowacji. Spójrz w przyszłość”. Wydarzenie odbyło się w planowanym terminie - 05.10.2013 r. i przyciągnęło ok. pół tysiąca osób. Wśród odwiedzających *Kalejdoskop Innowacji* mieszkańców Warszawy, wiele osób reprezentowało jednostki naukowe i małych przedsiębiorców. W mieszczących się na terenie namiotu punktach informacyjnych, mogli uzyskać informacje na temat konkretnych działań w ramach Programu Innowacyjna Gospodarka. Event adresowany był do ogółu społeczeństwa i jego celem było przybliżenie efektów realizacji Programu z wykorzystaniem kanałów komunikacji pozwalających na bezpośrednie zaangażowanie odbiorców w proces poznawania projektów PO IG (np. poprzez możliwość osobistego skorzystania z technologii/innowacyjnych rozwiązań opracowanych przez beneficjentów Programu).

W ramach przeprowadzonej kampanii informacyjno-promocyjnej eventu podjęto następujące działania:

- a) przygotowano i wydrukowano 200 szt. plakatów B1, które zostały rozwieszone z kilkudniowym wyprzedzeniem przed eventem, na tablicach i słupach przeznaczonych do ekspozycji ogłoszeń i reklam na terenie Warszawy;
- b) przygotowano i wydrukowano 5 000 sztuk ulotek owalnych. Ich dystrybucja bezpośrednia miała miejsce 28 września, 4 października oraz w dzień eventu – 5 października;
- c) publikowano - przed okresem poprzedzającym event - reklamę internetową odsyłającą do strony PO IG w jednym z ogólnopolskich portalu internetowych z geotargetowaniem na Warszawę;
- d) opublikowano na 2 dni przed eventem reklamę prasową w bezpłatnym dzienniku „Metro”;
- e) przygotowano, wydrukowano i rozwieszono 6 nośników zewnętrznych (billboardów) w okresie 2 tygodni poprzedzających event, na wybranych stacjach metra (m.in. stacja Centrum, Świętokrzyska): (w ramach powierzchni reklamowej zakupionej przez Wykonawcę na ten cel.).

Do dobrych praktyk zaliczyć można także kampanię w kinach. Celem strategicznym kampanii była budowa/wzmocnienie świadomości marki PO IG.

Celami komunikacyjnymi kampanii były:

- a. poinformowanie, że innowacje powstałe ze środków PO IG są obecne w życiu każdego z nas i zmieniają nasze życie na lepsze - pokazanie projektów i efektów Programu Innowacyjna Gospodarka (programu skierowanego do potencjalnych innowatorów, wspierającego innowacje i wynalazki) wśród ogółu społeczeństwa, poprzez zaangażowanie emocjonalne odbiorców,
- b. zainteresowanie filmem promocyjnym PO IG, który znajduje się na stronie internetowej PO IG (wersja 7 minutowa), pod adresem: www.poig.gov.pl,
- c. pośrednio – wzmocnienie pozytywnego wizerunku zakończonego eventu promującego Program Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013, pn. „Kalejdoskop innowacji. Spójrz w przyszłość”, który jest zaplanowany na 5 października br.

Emisja 30 sek. spotu dot PO IG odbyła się w kinach sieci Cinema City, Helios, Multikino, Kinads w okresie 22 listopada -12 grudnia 2013 r. (Grupa docelowa kampanii Wszyscy Polacy w wieku 18-60 lat).

Kampania dotarła do 1 831 643 widzów (118 % vs wymagana, gwarantowana widownia).