



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



MINISTERSTWO
ROZWOJU
REGIONALNEGO



Plan komunikacji **Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki 2007 – 2013**

Warszawa, 3 czerwca 2008 r.

SPIS TREŚCI

I. Wstęp.....	4
II. System komunikacji w ramach NSRO i PO KL	5
III. Cele komunikacyjne	7
IV. Grupy docelowe odbiorców	8
V. Treść komunikacji	9
Podstawowe komunikaty.....	9
Działania komunikacyjne	9
Informowanie opinii publicznej	11
Komunikacja metodą na lepsze projekty.....	15
Komunikacja służąca lepszej efektywności zarządzania programem	17
VI. Instrumenty realizacji Planu Komunikacji.....	19
Sposób realizacji planu.....	19
Strony www i inne elektroniczne formy komunikacji	19
Konferencje, seminaria i imprezy masowe	21
Szkolenia i spotkanie informacyjne	23
Publikacje drukowane i multimedialne oraz gadżety promocyjne.....	23
Infolinia i punkt informacyjny	26
Kampanie ATL.....	27
Inne działania promocyjne i informacyjne.....	28
Komunikacja wewnątrz programu	28
VII. Podmioty odpowiedzialne za wdrożenie Planu.....	30
Instytucje zaangażowane w działania promocyjne i informacyjne	30
Koordinacja działań komunikacyjnych.....	34
VIII.Harmonogram działań informacyjno - promocyjnych	38
IX. Ocena realizacji Planu	40
Ocena skuteczności.....	40
Raportowanie.....	40
Ewaluacja.....	41
X.Budżet.....	44
XI. Rozwój kapitału ludzkiego instytucji uczestniczących w realizacji PO KL.....	45
Cele polityki szkoleniowej	45

Adresaci polityki szkoleniowej	45
Założenia – zadania IP / IP2.....	45
Szkolenia realizowane przez IŻ.....	46
Szkolenia realizowane przez IP/IP 2.....	46

I. Wstęp

Plan komunikacji PO KL jest zgodny z *Wytycznymi Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia 2007-2013* oraz *Strategią komunikacji funduszy europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności w latach 2007-2013*, która spełnia kryteria *Planu komunikacji* (Communication Action Plan), określone w Rozporządzeniu Komisji (WE) nr 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 r. (*rozporządzenie implementacyjne*) określającym przepisy wykonawcze do Rozporządzenia (WE) nr 1083/2006 odnośnie obowiązków informacyjnych i komunikacyjnych stosowanych przez Państwa Członkowskie.

Obowiązek prowadzenia takich działań zawarty jest w Rozporządzeniu Rady (WE) nr 1083/2006 z dnia 11 lipca 2006 r. ustanawiającym przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylającym rozporządzenie (WE) nr 1260/1999.

Plan komunikacji PO KL jest dokumentem określającym zasady komunikacji w ramach Programu z uwzględnieniem spójnej wizualizacji i przekazu. Wyznacza kierunki komunikacji dla wszystkich instytucji i podmiotów, które z racji pełnionych funkcji lub realizowanych przedsięwzięć mają obowiązek prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych w tym zakresie.

Stosowanie zasad i rozwiązań przyjętych w tym dokumencie jest obligatoryjne dla wszystkich instytucji zaangażowanych w działania informacyjne i promocyjne Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki i Europejskiego Funduszu Społecznego.

Plan komunikacji PO KL stanowi podstawę dla prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych w obrębie programu. Plan jest opiniowany przez Instytucję Koordynującą NSRO, a następnie akceptowany przez Komitet Monitorujący PO KL. Ta sama procedura obowiązuje w przypadku zmiany planu. Plan komunikacji PO KL opracowywany jest na lata realizacji programu od 2007 do 2015 roku.

Autorzy Planu komunikacji PO KL przygotowując dokument korzystali m.in. z wyników badań ewaluacyjnych oraz badań opinii publicznej realizowanych w latach 2004-2007 na zlecenie IZ SPO RZL oraz IZ PIW EQUAL, a także Komisji Europejskiej, efektów pracy badawczej „Marka Funduszy Europejskich”, oraz publikacji University of Strath Clyde pt. „Jak skutecznie dotrzeć do odbiorcy? Działania promocyjne i informacyjne dotyczące funduszy strukturalnych (Getting the Message)”.

IZ zapewnia zgodność działań realizowanych w ramach planu z niniejszym dokumentem, Wytycznymi i Strategią.

II. System komunikacji w ramach NSRO i PO KL

Za koordynację działań informacyjnych i promocyjnych PO KL na poziomie całego Programu odpowiada Instytucja Zarządzająca zgodnie z zasadą proporcjonalności i subsydiarności.

W procesie komunikacji uczestniczą także instytucje, które biorą udział w realizacji PO KL: Instytucje Pośredniczące oraz Instytucje Pośredniczące II stopnia (na poziomie Priorytetów i/lub Działań). W realizację procesu informacji i promocji zaangażowany jest Komitet Monitorujący oraz Podkomitety Monitorujące, Krajowy oraz Regionalne Ośrodki EFS, Instytucja Koordynująca NSRO, a także Komisja Europejska.

Za wsparcie działań innowacyjnych i ponadnarodowych jest odpowiedzialna Krajowa Instytucja Wspomagająca (KIW), powołana przez Instytucję Zarządzającą.

Współpracują one z innymi podmiotami istotnymi ze względu na proces informowania o funduszach, w tym z partnerami społecznymi i gospodarczymi oraz sieciami informacyjnymi zgodnie z zapisami artykułu 5 rozporządzenia implementacyjnego. W realizację procesu informacji i promocji zaangażowani są także beneficjenci, którzy zobowiązani są do promocji własnych projektów współfinansowanych ze środków EFS.

Plan komunikacji określa zakres odpowiedzialności i zadania instytucji zaangażowanych we wdrażanie PO KL. Istotną rolę w tym systemie pełnić będzie wewnętrzna koordynacja całego procesu informacji i promocji, w tym w szczególności pomiędzy centralnym a regionalnym wymiarem Programu. Niniejszy dokument odnosi się także do wyzwania, jakim jest wzmacnianie potencjału komunikacyjnego instytucji zaangażowanych, określając kierunki działań i sposoby ich realizacji.

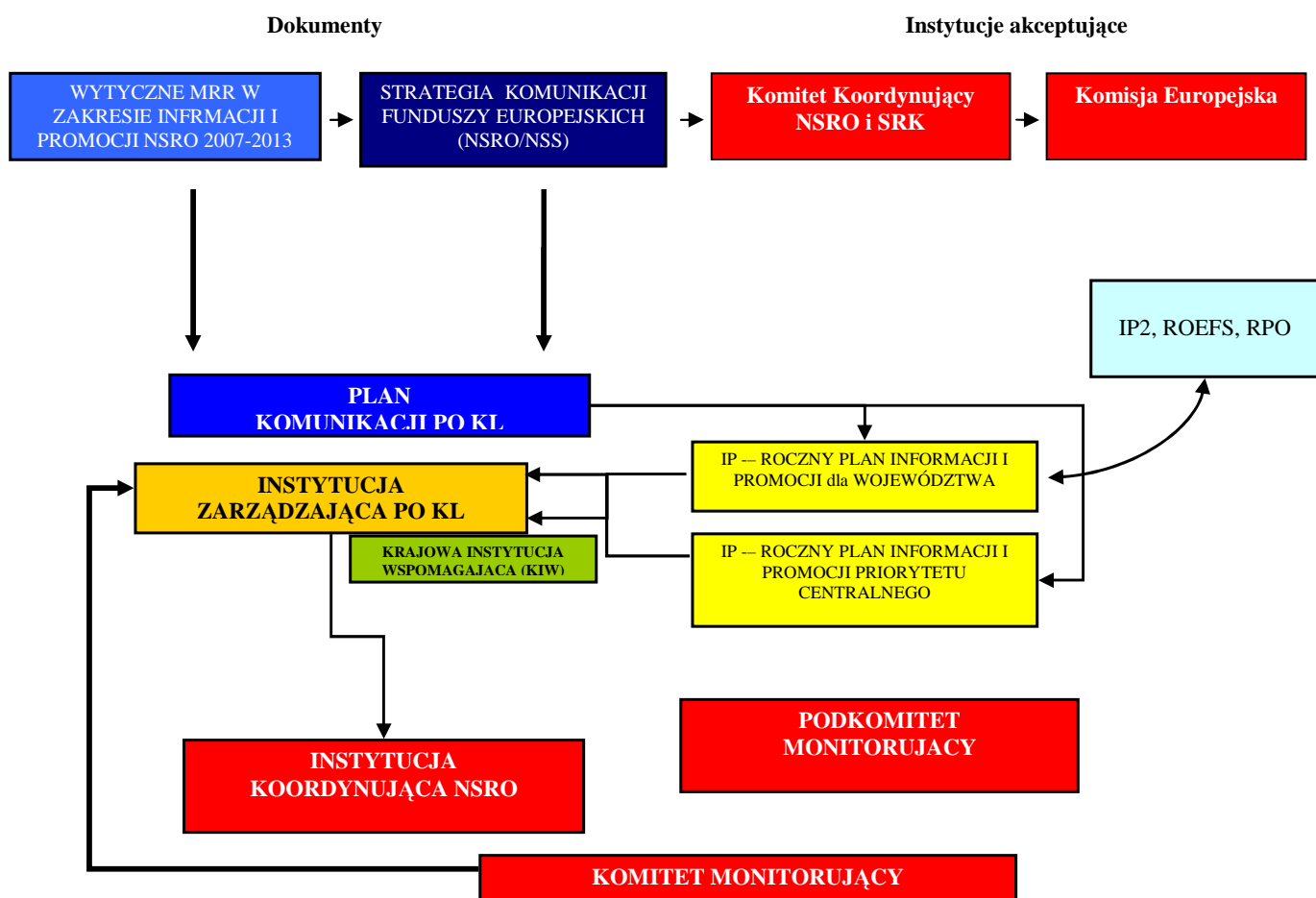
Plan komunikacji jest dokumentem strategicznym dla PO KL – wyznacza on orientacyjne kierunki działań informacyjnych i promocyjnych podejmowanych w latach 2007-2015. Z uwagi na szerokie ramy czasowe realizacji PO KL niemożliwe jest określenie pełnej listy szczegółowych zadań, zależy to bowiem od stopnia zaawansowania realizacji Programu i wyników jego monitorowania. Z tego względu, Plan komunikacji jest dokumentem ramowym.

Instytucja Pośrednicząca może przekazać zadania związane z informacją i promocją do właściwej Instytucji Pośredniczącej II stopnia (Instytucji Wdrażającej).

Zgodnie z powyższym, na poziomie Programu zostaje opracowany i przyjęty *Plan komunikacji PO KL*. Na poziomie regionalnym (priorytety VI-IX) oraz na poziomie priorytetów centralnych – IP w porozumieniu z IP2 przygotowują Plan promocji i informacji będący elementem Planu działań pomocy technicznej. Plan promocji i informacji powinien składać się z takich elementów jak: opis planowanych działań wraz z zakresem i tematyką, której będą dotyczyć, wskazanie odbiorców komunikatu, określenie zakładanej liczby odbiorców, miejsce lub zasięg działania, termin realizacji oraz szacunkowy koszt.

Realizację działań przez IZ/IP/IP2 zgodnie z odpowiednim dla danego poziomu planem zapewni system finansowania z Pomocy technicznej PO KL.

Rysunek 1. System komunikacji w ramach NSRO i PO KL



III. Cele komunikacyjne

Główny cel długofalowy

Głównym celem długofalowym działań informacyjnych i promocyjnych jest wspieranie realizacji celów zawartych w Programie Operacyjnym Kapitał Ludzki oraz zbudowanie spójnego i pozytywnego wizerunku Europejskiego Funduszu Społecznego. Ponadto wspieranie realizacji celów określonych w Narodowej Strategii Spójności, służących zapewnieniu maksymalnego i efektywnego wykorzystania środków pochodzących z Unii Europejskiej.

Cele ogólne

- podniesienie świadomości społecznej na poziomie krajowym, regionalnym i lokalnym w zakresie funkcji jakie spełnia Europejski Fundusz Społeczny,
- upowszechnienie korzyści płynących z wykorzystania środków unijnych, a pośrednio z integracji z Unią Europejską,
- pomoc/wsparcie beneficjentom/ów w procesie pozyskiwania środków z Europejskiego Funduszu Społecznego poprzez profesjonalną informację, motywację, doradztwo i wsparcie,
- stworzenie sprawnego systemu komunikacji pomiędzy instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie PO KL.

Cele szczegółowe

- stworzenie odpowiedniego zaplecza technicznego umożliwiającego skuteczną, jednolitą i spójną komunikację z otoczeniem,
- uproszczenie języka komunikatów i ujednoczenie ich formy,
- ustalenie podziału obowiązków pomiędzy instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie PO KL i beneficjentami w zakresie promocji i informowania o EFS,
- zapewnienie obecności informacji o roli UE w zakresie udzielania pomocy w ramach projektów PO KL
- zidentyfikowanie kanałów przekazu informacji i dotarcie ze szczegółową i dobraną do specyficznych potrzeb informacją o środkach dostępnych w ramach EFS, do wszystkich grup potencjalnych beneficjentów,
- zapewnienie, by beneficjenci ostatecznie byli poinformowani, że korzystają z projektów współfinansowanych ze środków Unii Europejskiej,
- zwiększenie przejrzystości działań Unii Europejskiej i instytucji uczestniczących w realizacji PO KL,
- zapewnienie beneficjentom właściwej informacji o produktach w ramach poszczególnych priorytetów PO KL w celu umożliwienia im skutecznego aplikowania o środki.

IV. Grupy docelowe odbiorców

Działania informacyjno–komunikacyjne dotyczące Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki mają za zadanie zwiększyć rozpoznawalność funduszu, podnieść społeczne rozumienie pomocy udzielanej przez fundusz, ukazać przejrzystość realizacji oraz poinformować określone grupy odbiorców o możliwościach, jakie oferuje Europejski Fundusz Społeczny. W tym celu *Plan komunikacji PO KL* wyróżnia kilka grup docelowych, które zostały podzielone ze względu na rodzaj i zakres ich zaangażowania we wdrażanie EFS:

1. Opinia publiczna
2. Instytucje uczestniczące w realizacji programu, ze szczególnym uwzględnieniem Komitetu i Podkomitetów Monitorujących
3. Beneficjenci (projektodawcy) i potencjalni beneficjenci, w tym m.in.:
 - instytucje rynku pracy i pomocy społecznej,
 - instytucje edukacyjne i szkoleniowe,
 - jednostki samorządu terytorialnego,
 - szkoły i uczelnie,
 - przedsiębiorcy,
 - partnerzy społeczno-gospodarczy,
 - organizacje pozarządowe,
 - inni.
4. Uczestnicy projektów i potencjalni uczestnicy projektów, w tym m.in.:
 - bezrobotni,
 - osoby pracujące,
 - osoby dyskryminowane na rynku pracy, w tym osoby niepełnosprawne,
 - młodzież (w szczególności uczniowie i studenci),
 - kadra naukowa i akademicka,
 - przedsiębiorcy,
 - inni.
5. Media
6. Decydenci oraz inni multiplikatorzy informacji, w tym lokalni i regionalni liderzy.

Należy brać pod uwagę, że w każdej grupie mogą dodatkowo wystąpić zróżnicowania wewnątrz kategorii. Narzędzia i metody działań informacyjnych i promocyjnych muszą być precyzyjnie dobrane do potrzeb i charakterystyki danej grupy/kategorii wewnątrz grupy docelowej.

V. Treść komunikacji

Podstawowe komunikaty:

- Europejski Fundusz Społeczny to szansa dla nas wszystkich na wzrost zatrudnienia, lepszą edukację, silniejszą integrację społeczną, rozwój potencjału pracowników i przedsiębiorstw, sprawną i skuteczną administrację publiczną.
- Program Operacyjny Kapitał Ludzki przyczynia się do wzrostu zatrudnienia i spójności społecznej
- Dzięki dofinansowaniu z Europejskiego Funduszu Społecznego Polska staje się atrakcyjnym miejscem do inwestycji, podejmowania pracy, rozwijania wiedzy i innowacyjności.

Dążąc do efektywnego rozwoju zasobów ludzkich, Program Operacyjny Kapitał Ludzki to wsparcie dla Polski w dziedzinie zatrudnienia, edukacji, integracji społecznej, rozwoju potencjału pracowników i przedsiębiorstw, budowania sprawnej i skutecznej administracji publicznej.

Działania komunikacyjne

W ramach *Planu Komunikacji PO KL* wyróżniono trzy główne działania komunikacyjne przyczyniające się do realizacji założonych celów:

- informowanie opinii publicznej (ogółu społeczeństwa),
- komunikacja służąca tworzeniu i lepszej realizacji projektów,
- komunikacja na rzecz skutecznej realizacji Programu.

W ramach każdej z tych grup realizowane są inne procesy i działania, które przedstawiono na poniższym schemacie (na podstawie „Jak skutecznie dotrzeć do odbiorcy? Działania promocyjne i informacyjne dotyczące funduszy strukturalnych”).

Tabela 1. Schemat działań komunikacyjnych

informowanie opinii publicznej (ogółu społeczeństwa)	komunikacja służąca tworzeniu i lepszej realizacji projektów	komunikacja na rzecz skutecznej realizacji programu
<u>Ogłoszenia i informowanie</u>	<u>Informowanie i angażowanie</u>	<u>Dyskusja i zaangażowanie</u>
Działania zakładające jednokierunkowy przepływ informacji o funduszu w ujęciu ogólnym.	Działania w ramach których istotne staje się zwiększenie świadomości istnienia <i>konkretnych</i> możliwości dla odpowiednich grup odbiorców poprzez informowanie ich za pomocą komunikatów skierowanych bezpośrednio do	Działania zakładające wielokierunkowy dialog pomiędzy grupami mający na celu wyznaczanie kierunków zmian polityki lub kształtowanie programu i jego struktur, głównie na forum komitetów, tematycznych grup roboczych.

	nich oraz stosowanie metod komunikacji grupowej lub indywidualnej, a następnie angażowanie ich i ułatwianie im uczestnictwa w projektach.	
		
<u>Jednokierunkowość komunikacji</u>	<u>Pogłębienie i zwiększenie intensywności komunikacji</u>	<u>Wielokierunkowość komunikacji</u>
Opinia społeczna; Grupy docelowe i uczestnicy projektów; Społeczności lokalne szczególnie zainteresowane rozwojem społeczno-gospodarczym regionu; Media, jako kanał komunikacji ze społeczeństwem; Potencjalni beneficjenci.	Potencjalni i faktyczni beneficjenci; Grupy docelowe i uczestnicy projektów.	Członkowie komitetów; Instytucje Pośredniczące i Instytucje Pośredniczące II stopnia oraz Krajowy i Regionalne Ośrodki EFS, Krajowa Instytucja Wspomagająca; Partnerzy społeczno-gospodarczy i organizacje pozarządowe; Decydenci; Inne instytucje uczestniczące w realizacji programu.
<u>CELE</u>		
Świadomość roli, jaką odgrywa EFS w rozwoju społeczno-gospodarczym Wsparcie/ pozytywny odbiór wsparcia z EFS/ zachęcenie do skorzystania ze wsparcia.		
Dostrzegalność możliwości, przejrzystość		
Efektywne wdrażanie – dostępność, jakość, skuteczność		
		Inicjowanie strategicznej debaty dot. Programu
<u>OCZEKIWANE EFEKTY</u>		
Świadomość istnienia funduszu oraz jego wkładu w rozwój regionalny; Pozytywny obraz EFS i UE oraz ich znaczenie dla obywateli; Świadomość istniejących możliwości.	Większa liczba i wyższa jakość projektów; Większa umiejętność przestrzegania obowiązujących przepisów i procedur w procesie realizacji projektów; Lepsza jakość projektów i procesów w ramach realizowanych projektów.	Aktywny wkład w zarządzanie i wdrażanie Programu; Wypracowywanie nowych stanowisk i rozwiązań w ramach wdrażania Programu; Działanie jako efektywne, spójne partnerstwo.
<u>NARZĘDZIA KOMUNIKACJI</u>		
Materiały informacyjno-promocyjne prezentowane w środkach masowego przekazu;	Portale internetowe; Broszury/ulotki dotyczące Programu oraz dokumenty	Opracowania przygotowywane przez komitety i grupy robocze; Raporty ewaluacyjne;

Wystawy i targi; Prezentacje podczas konferencji i seminariów; Publikacje; Strony i serwisy internetowe; Promocja i prezentacja dobrych praktyk.	programowe; Poradniki i zestawy narzędzi dla beneficjentów; Seminaria, konferencje, spotkania i warsztaty; Punkty informacyjne i infolinie; Ogłoszenia o konkursach (prasa); Inne – w tym audycje radiowe, artykuły prasowe, etc. Promocja i prezentacja dobrych praktyk	Posiedzenia komitetów i grup roboczych; Doradztwo i współpraca na rzecz instytucji pośredniczących; Upowszechnianie projektów innowacyjnych i ponadnarodowych.
--	--	--

Należy również zwrócić uwagę, że wymienione kategorie – osób lub ich potrzeb w zakresie informacji – nie są zbiorami rozłącznymi. Określona osoba może należeć do wszystkich trzech kategorii. Analogicznie, niektóre narzędzia komunikacji mogą służyć kilku różnym celom przekazując różne rodzaje komunikatów, różnym grupom odbiorców. Ma to miejsce zwłaszcza w przypadku takich narzędzi jak portale internetowe i biuletyny informacyjne. Po drugie, wiele narzędzi stosuje się często łącznie dla osiągnięcia tego samego celu. W takich przypadkach poszczególne narzędzia komunikacji współdziałają ze sobą wzmacniając wzajemnie osiągnane efekty. Po trzecie, ważnym aspektem jest skuteczność podejmowanych działań. Udostępnienie dużej ilości informacji szerokim kręgom odbiorców jest obecnie łatwiejsze i mniej kosztowne, niż kiedykolwiek w przeszłości. Zwłaszcza portale internetowe umożliwiają bezpośrednią, natychmiastową „publikację” istniejących materiałów dla odbiorców na całym świecie. Niemniej jednak *więcej* nie zawsze znaczy *lepiej* w sensie jakości komunikacji. Skuteczna komunikacja nie oznacza jedynie udostępniania określonych wiadomości, ale wymaga upewnienia się, że dany komunikat dotarł do odbiorcy i doprowadził do osiągnięcia oczekiwanych rezultatów.

Konieczna jest też świadomość ograniczeń poszczególnych narzędzi. Mimo, iż coraz więcej informacji przekazywanych jest docelowym grupom odbiorców za pośrednictwem narzędzi elektronicznych (np. portale internetowe) zawsze będzie istniała potrzeba komunikacji opartej na dialogu i dyskusji, np. w formie specjalistycznych seminariów poświęconych określonym tematom, czy indywidualnych spotkań z potencjalnymi projektodawcami.

Informowanie opinii publicznej

Podstawowym celem działań z zakresu komunikacji jest dotarcie do szerokich kręgów społeczeństwa z informacjami na temat funduszu i zainteresowanie ich konkretnymi przykładami projektów dofinansowanych z funduszu. Działania w tym zakresie koncentrują się na kwestii promocji funduszu. Komunikowanie odbywa się wówczas głównie w jednym kierunku – jest to przekazywanie wiadomości do odbiorców, przy czym niektórzy mogą udzielić bezpośredniej odpowiedzi, ale wielu z nich ma tylko otrzymać informacje.

Cele działań w tej dziedzinie zmieniają się w trakcie cyklu programowania:

Początek

(świadomość istnienia programu, przewidywane pozytywne skutki, nowe możliwości finansowania działań)

Środek

(pokazywanie możliwości oraz osiągniętych postępów i sukcesów)

Koniec

(analiza, podsumowanie oraz przegląd działań i osiągnięć)

Komunikację w ramach tych obszarów prowadzi się głównie poprzez działania skierowane i realizowane bezpośrednio na rzecz grup docelowych, za pośrednictwem i przy współudziale mediów, jak również w ramach działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez beneficjentów w ramach promocji własnych projektów.

Podstawowe zasady dotyczące działań promocyjnych i informacyjnych w zakresie języka i przygotowywania materiałów i publikacji:

Informacje o Europejskim Funduszu Społecznym powinny cechować: wiarygodność, obiektywizm, praktyczność, łatwość identyfikacji oraz dostępność.

W zależności od typu przekazu i grupy docelowej, do której jest on kierowany, należy pamiętać o kilku podstawowych zasadach dotyczących działań promocyjnych i informacyjnych.

- > **Dostosowanie języka oraz narzędzi komunikacji do potrzeb konkretnych grup odbiorców.** Upowszechniając informacje na temat Europejskiego Funduszu Społecznego należy mieć przede wszystkim na uwadze, kto jest adresatem komunikatu i pod tym kątem dostosowywać wszystkie elementy przekazu: ilość zawartych informacji i poziom ich złożoności, język przekazu oraz sam zakres informacji.

Efektywna informacja musi posiadać wyraźnie wskazanego adresata – od określenia rodzaju podmiotu (m.in. mały przedsiębiorca, gmina, organizacja pozarządowa) po uwzględnienie kontekstu terytorialnego i specyfiki lokalnej.

W ramach działań informacyjno-promocyjnych używane będą różnorakie narzędzia komunikacyjne. Ich zakres powinien być dostosowany do odpowiedniej grupy odbiorców. Charakter przekazu powinien determinować rodzaj reklamy i informacji oraz kanał komunikacji używany dla odpowiedniej grupy docelowej.

Bardzo ważny jest również dobór odpowiednich mediów. Za każdym razem należy przeanalizować i wziąć pod uwagę informacje nt. grup docelowych i mediów, z których te grupy najczęściej czerpią informacje. Wybierając środek przekazu informacji należy brać pod uwagę:

- cel jaki chcemy osiągnąć przekazując daną informację i przygotowując materiały,

- w jaki sposób, kiedy i dlaczego wykorzystane będzie dane narzędzie i z jakim skutkiem.

Dostosowując odpowiednie narzędzia komunikacji do konkretnych grup docelowych trzeba także starać się zbilansować koszty w stosunku do zamierzonych celów, tak aby podejmowane przez nas inicjatywy nie były zbyt kosztowne w stosunku do ich prawdopodobnego skutku.

- > **Upraszczenie języka.** Przy tworzeniu komunikatów i informacji nt. EFS należy w miarę możliwości unikać specjalistycznego, przez co niezrozumiałego języka („żargonu funduszonego”). Jest wiele wyrazów, które mogą zastąpić w działaniach komunikacyjnych słownictwo używane w dokumentach programowych (m.in. zamiast mówić o „absorpcji”, można powiedzieć o „wykorzystywaniu”).

Dobrym testem w takiej sytuacji jest przekazanie przygotowanego tekstu osobie, która na co dzień nie pracuje przy realizacji projektów unijnych, tak aby wskazała słowa, mogące być niezrozumiałymi dla konkretnej grupy odbiorców. Tego typu korekta jest nieocenioną pomocą w przygotowywaniu materiałów informacyjnych.

- > **Formułowanie krótkich i prostych informacji.** Ubieganie się o dofinansowanie, a następnie realizowanie projektów współfinansowanych ze środków UE nie należy do łatwych zadań. Dotyczy to również przekazywania informacji na ten temat osobom, które nie są bezpośrednio w takie działania zaangażowane. Przygotowując komunikat, lepiej rozpocząć od informacji ogólnej. Widząc zainteresowanie i zrozumienie u odbiorców, kolejne materiały można opracowywać bardziej szczegółowo, zawierając konkretne, dostosowane do potrzeb potencjalnych projektodawców Programu informacje. Ogólne i skrótowe dokumenty mogą być uzupełniane o bardziej szczegółowe źródła informacji, takie jak pełne dokumenty programowe, opracowania ewaluacyjne itp.

- > **Szukanie powiązań i podkreślanie znaczenia.** W działaniach informacyjno-promocyjnych dotyczących Europejskiego Funduszu Społecznego wskazane jest poszukiwanie sposobów, pozwalających na proste, ale konkretne przedstawienie abstrakcyjnych tematów. Publikacje i materiały powinny być przygotowywane w sposób obrazowy, wiarygodny. Dobrze gdy będą oddziaływać na wyobraźnię odbiorców.

Informacje powinny być przedstawiane w kontekście lokalnym, a nie regionalnym, sprowadzając ich znaczenie do spraw życia codziennego i koncentrując się na aspekcie ludzkim. Wszystkie materiały promocyjno - informacyjne cechować powinna odpowiednia proporcja między elementami wizualnymi (grafika, ilustracje, fotografie) a werbalnymi (tekst). Należy posługiwać się cytatami i wypowiedziami uczestników projektów, co sprawia, że informacje stają się bliższe odbiorcom komunikatu. Dobrze jest promować przykładowe projekty. Dobrą praktyką może być tutaj cykl audycji pt. „Niezlomni” emitowany na antenie TVP 3, który ukazywał projekty przez pryzmat doświadczeń bohaterów cyklu, indywidualnych ludzi, którzy dzięki EFS otrzymali szansę i nie zmarnowali jej.

- > **Oryginalne pomysły kluczem do sukcesu.** Nietypowe inicjatywy w dziedzinie informacji przyczyniają się do ich większego oddziaływania. Dobrze jest wykorzystywać humor, metaforę lub organizować jakieś wyjątkowe wydarzenia. Przykładem dobrej praktyki z okresu 2004-2006 może być tutaj realizacja pikniku przez Krajowy Ośrodek EFS, podczas którego planowane było wykonanie zdjęcia uczestnikom, którzy ustawią się w kształcie logo EFS.

Podstawowe zasady dotyczące promocji i informacji przy udziale mediów:

- > **Pomoc mile widziana.** W kontaktach z mediami dobrze jest współpracować z biurem prasowym instytucji lub zatrudnić osobę z przeszkoleniem dziennikarskim w celu uproszczenia przekazywanych informacji, pozbycia się żargonu i nadania odpowiedniego, atrakcyjnego medialnie kształtu informacji.
- > **Aby zainteresować – odpowiednio formułuj informacje.** Dziennikarze są ludźmi zapracowanymi, mającymi mało czasu, dlatego dobrze jest, gdy informacje im przekazywane mają formę nie wymagającą dodatkowej obróbki. Pamiętać przy tym należy, o wspomnianych już wcześniej zasadach stosowanego języka, podpierania się przykładami oraz ilustracjami.
- > **Każda okazja jest dobra, by mówić o funduszu.** Współpracując z mediami dobrze jest informacje na temat Programu włączać do szerszej debaty przyciągającej zainteresowanie społeczne. Szczególnie istotne jest pokazywanie przykładów realizowanych projektów.
- > **Podtrzymywanie dobrych stosunków z mediami.** Utrzymywanie dobrych, a przede wszystkim stałych kontaktów z dziennikarzami przynosi wymierne efekty. Pozwala to na większe prawdopodobieństwo publikacji nowej informacji przez osoby, które są wprowadzone w podstawową tematykę funduszu. Aby podtrzymywać kontakty, należy je oczywiście zapoczątkować. Dobrym sposobem ku temu, jest:
 - stworzenie listy dziennikarzy zajmujących się podobną tematyką, na podstawie przeglądu prasy,
 - skierowanie do nich zaproszenia na konkretną konferencję prasową, briefing, czy śniadanie prasowe, w celu zapoznania się z tematem,
 - utrzymywanie stałych kontaktów, poprzez przesyłanie zaproszeń, materiałów prasowych, konkretnych newsów dostosowanych do tematyki danego medium.
- > **Dziennikarze też poszukują informacji.** Media potrzebują jasnej, zwięzłej informacji w danym kontekście oraz danych osób kontaktowych, od których można uzyskać dalsze informacje. Pomocnym rozwiązaniem jest stworzenie w ramach portalu internetowego

wdzielonej części dla dziennikarzy zawierającej m.in. bazę tekstów o projektach i zdjęć do wykorzystania.

Podstawowe zasady dotyczące informacji i promocji w ramach realizowanych projektów:

- > **Beneficjenci są częścią systemu komunikacji.** Zadaniem IP/IP2 jest precyzyjne informowanie odpowiednio wcześniej i w jasny sposób beneficjentów o ich obowiązkach w dziedzinie promocji, m.in. zapewniając łatwy dostęp do oficjalnych i wymaganych znaków graficznych, zdań oraz sloganów, które mają być umieszczane w materiałach dotyczących Programu, w formacie gotowym do zastosowania.

- > **Pomoc beneficjentom – wsparcie działań komunikacyjnych.** Strony internetowe instytucji zaangażowanych we wdrażanie EFS w Polsce (IZ/IP/IP2/ROEFS) powinny stanowić doskonałe miejsce oferujące wszystkim zainteresowanym, a szczególnie beneficjentom, na których spoczywa obowiązek promowania własnych projektów i informowania opinii publicznej o dofinansowaniu ich ze środków UE, materiały i instrukcje potrzebne do promocji. Na stronach internetowych instytucji należy udostępnić grafikę, logotypy oraz informacje techniczne potrzebne drukarni lub zarządzającym stronami internetowymi, aby skutecznie wykorzystywali te elementy. Ponadto nie powinno zabraknąć porad, jak zmaksymalizować oddziaływanie przekazu, przykładów promocji zrealizowanych z powodzeniem projektów oraz danych kontaktowych potrzebnych do uzyskania dalszych wiadomości. Dzięki łatwości w pozyskaniu informacji i potrzebnych elementów, beneficjenci łatwiej, a co najważniejsze poprawnie wypełnią swoje obowiązki, przyczyniając się do promocji Europejskiego Funduszu Społecznego.

- > **Oszczędnie, ale efektywnie.** Z uwagi na często niskie środki przeznaczane na promocje w ramach realizowanych projektów należy wybrać te narzędzia, które przy minimalnych nakładach spowodują maksymalny efekt. Podstawowym narzędziem, które powinno być wykorzystywane przez beneficjentów jest oznaczanie miejsc, w których realizowane są projekty, poprzez plakaty lub tabliczki samoprzylepne.

Komunikacja metodą na lepsze projekty

Następna ważna część działań związanych z działaniami informacyjnymi zapewnia, by potencjalni i faktyczni beneficjenci posiadali pełne informacje, jakich potrzebują w celu skutecznej realizacji projektów. Spełnienie tych zadań operacyjnych stawia komunikację w kluczowej pozycji dla zarządzania Programem. Komunikacja musi wyjść poza formalne ramy działania i wejść również w sferę komunikacji roboczej z beneficjentami oraz innymi uczestniczącymi w tym procesie organizacjami. Skuteczny przepływ informacji odgrywa ważną rolę w zapewnieniu realizacji głównych celów programowych.

Działania informacyjne stanowiące wsparcie dla poziomu projektów:

- > **Promowanie możliwości:** pokazywanie możliwości jakie stwarza Europejski Fundusz Społeczny, zarówno w mijającej perspektywie 2004-2006, jak i obecnej 2007-2013. Pierwszym krokiem jest wzrost ogólnej świadomości w zakresie możliwości w ramach Programu oraz utrwalanie jego pozytywnego wizerunku jako szerokiej możliwości uczestnictwa i wykorzystania nowych potencjalnych korzyści.

- > **Ułatwianie dostępu do możliwości.** Po wzbudzeniu zainteresowania możliwościami na poziomie ogólnym, kolejnym krokiem jest ułatwienie dostępu do Programu dla podmiotów i osób zainteresowanych. Zakres działań ma obejmować: przedstawianie danych dotyczących obszarów objętych Programem, procesu składania wniosków i harmonogramów, weryfikację możliwości zakwalifikowania proponowanych projektów i świadczenie wsparcia praktycznego. Zadania w dziedzinie informacji specyficzne dla danego kontekstu powinny obejmować również reakcje na nieprawdziwe lub niezrozumiałe komunikaty na temat dostępu do funduszy europejskich (np. obalanie poglądów mówiących, że fundusze europejskie są „zbyt trudne” do uzyskania lub tłumaczenie żargonu stanowiącego barierę). Istotne jest również podkreślanie społecznej roli funduszu a także, jak to miało miejsce do tej pory, pewnego rodzaju „nobilizacji” dla instytucji korzystających ze środków EFS (jako skutecznych w ubieganiu się o dofinansowanie, dobrze i sprawnie zarządzanych, zorganizowanych).

Należy jednocześnie podkreślić, że informacja powinna być przede wszystkim rzetelna, tj. potencjalni projektodawcy powinni być informowani o wszystkich aspektach wdrażania projektów współfinansowanych przez EFS, w tym dotyczących obowiązków wynikających z umowy o dofinansowanie.

- > **Ułatwianie wdrażania.** Po wybraniu projektów objętych finansowaniem, należy zapewnić zgodność z zasadami wdrażania oraz zapewnić dostarczanie niezbędnych informacji na temat postępów projektu (w tym wniosków o płatność i danych monitoringowych). Czasami rozciąga się to również na bardziej ogólne wsparcie dobrego zarządzania projektem.

Wyzwania w dziedzinie skutecznej komunikacji roboczej związane są z charakterem odbiorców, przekazywanych informacji oraz kanałów komunikacji. Po pierwsze, na docelowych odbiorców składa się wiele różnorodnych organizacji, które są lub mogą być kandydatami do skorzystania ze środków z Programu. Ponadto, odbiorcy tacy różnią się pod względem wiedzy, doświadczenia i *know-how* związanego z funduszami europejskimi. Informacje potrzebne jednym z nich mogą się okazać zbyt podstawowe dla innych. Z punktu widzenia potencjalnych i obecnych beneficjentów proces komunikacyjny obejmuje stopniowe pogłębianie interakcji. Pierwszy etap stanowi dostarczanie szerokiego zakresu informacji ogólnych, po którym następują bardziej

konkretne i szczegółowe informacje dotyczące danej dziedziny potencjalnego beneficjanta. Ostatecznie zazwyczaj zachodzi potrzeba porady i wsparcia specyficznego dla danego wnioskodawcy. Oznacza to, że komunikacja rzadko stanowi pojedyncze wydarzenie, lecz jest raczej postępującym i powtarzającym się procesem.

Komunikacja nie tylko się pogłębia – zmienia się jej charakter, przechodząc od uświadamiania do budowania praktycznych umiejętności. Etap pierwszy to przekazywanie informacji i ogólne zrozumienie, czyli prostsze procesy rozwijania „wiedzy na temat” (*know-what*), wiedzy dlaczego (*know-why*) oraz wiedzy kiedy (*know-when*) – jest to etap przekazywania informacji i ogólnego zrozumienia. Następnie, na tej podstawie, uwagę przesuwa się na trudniejsze zadanie budowania *know-how* – rozwijania umiejętności praktycznych, np. wypełniania wniosku, ustalania wskaźników, raportowania, rozliczania, monitoringu czy też zarządzania projektem.

Komunikacja na etapie *know-what* często w dużym stopniu opiera się na źródłach pisanych, które ustalają kontekst i wyjaśniają parametry i wymagania, np. dokumenty programowe i wytyczne. Dopiero na etapie *know-how* interakcja osób staje się sprawą kluczową, a źródła dokumentacyjne przybierają rolę pomocniczą. *Know-how* różni się od *know-what* faktem, iż wiedzę taką buduje się na podstawie doświadczenia praktycznego, poprzez interakcję między beneficjentami i doradcami.

Komunikacja służąca lepszej efektywności zarządzania Programem

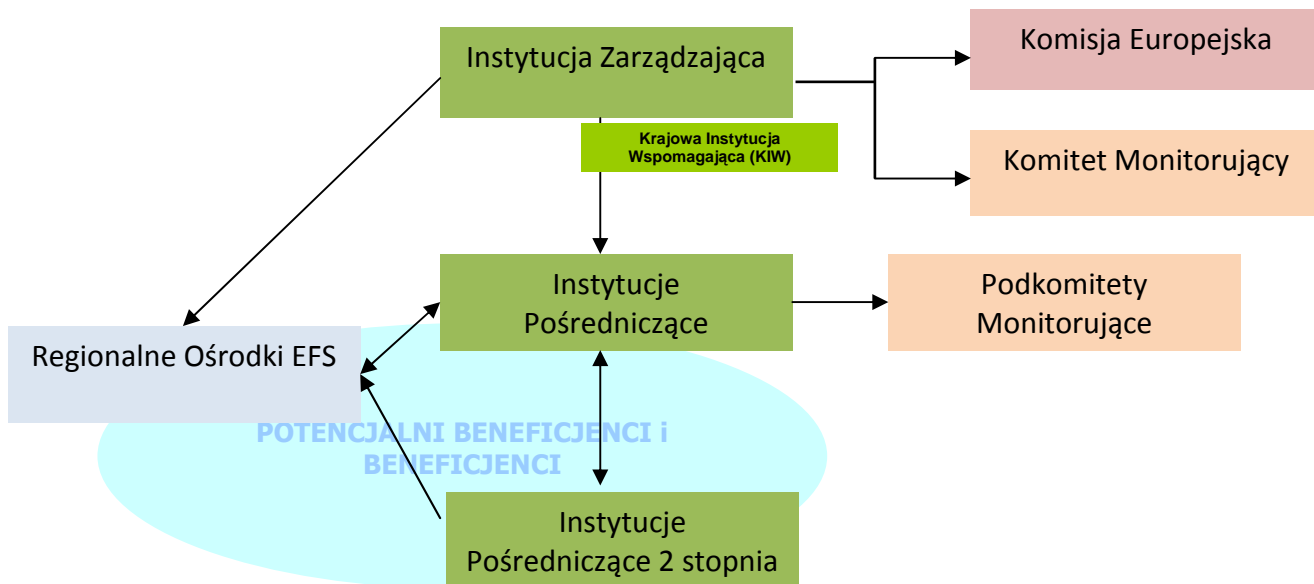
Ostatni element komunikacji jest związany z procesami w ramach zarządzania i wdrażania PO KL, w szczególności ze sposobami rozpowszechniania informacji w ramach samego Programu oraz pomiędzy Programem, a głównymi partnerami zaangażowanymi w jego działania oraz proces decyzyjny. W zależności od charakteru, różne grupy mają inne potrzeby informacyjne.

W ramach komunikacji wewnętrznej istnieją dwa uprzywilejowane podmioty, dla których niezbędne jest szybkie przekazywanie informacji – Komisja Europejska oraz Komitety Monitorujące (w tym Podkomitety). W związku z powyższym równie istotne jest sprawne przekazywanie informacji na poziomie IP-IZ i odwrotnie, które to determinować może odpowiednie wywiązywanie się ze swoich obowiązków wobec Komisji Europejskiej i Komitetu Monitorującego.

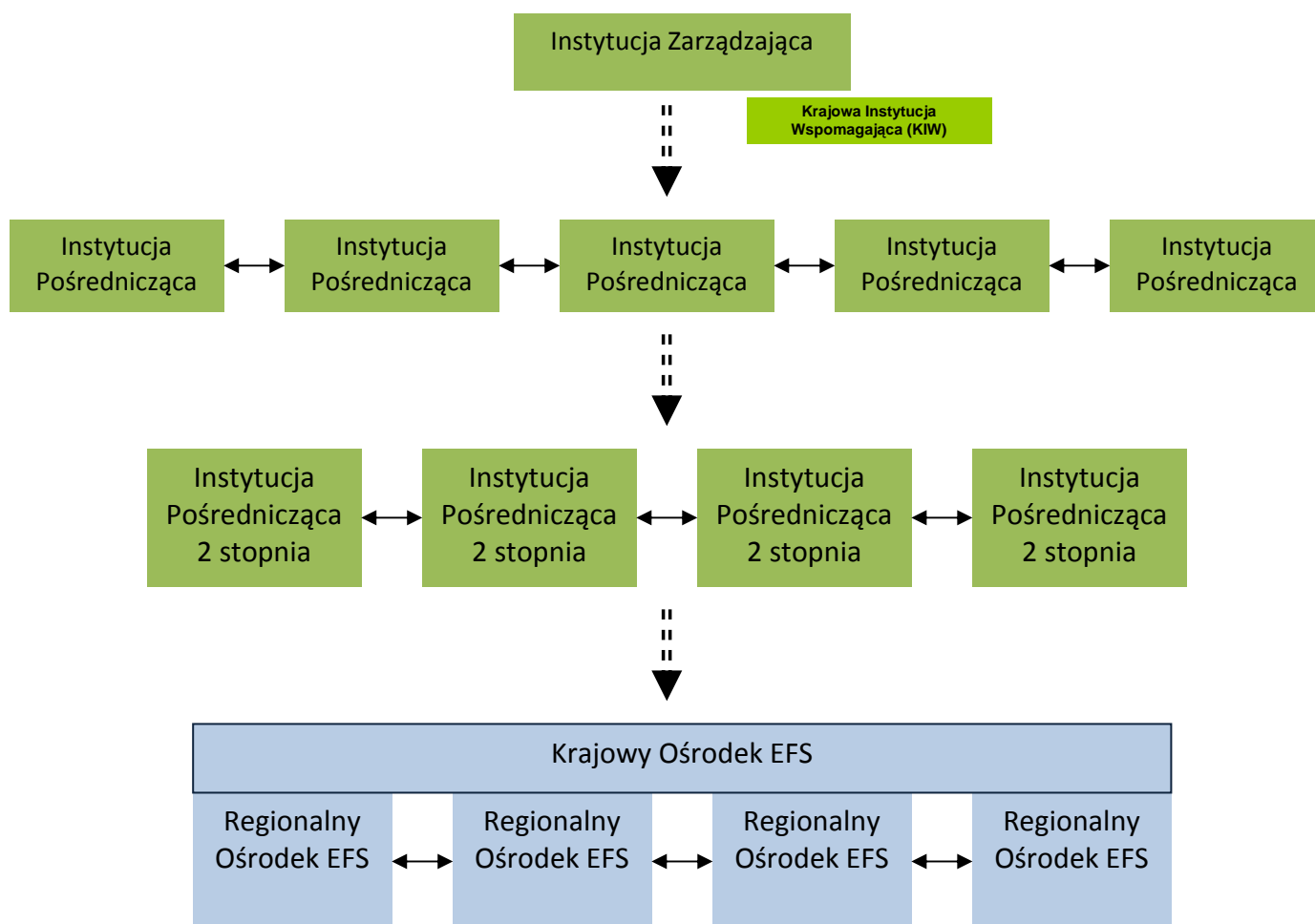
Komunikacja wewnętrzna jest również niezwykle istotna ze względu na zakres Programu oraz liczbę (ponad 60) instytucji zaangażowanych w jego realizację. Z punktu widzenia komunikacji wertykalnej niezwykle istotne jest przekazywanie informacji z Instytucji Zarządzającej do Instytucji Pośredniczących, które z kolei odpowiedzialne są za niezwłoczne przekazywanie informacji do Instytucji Pośredniczących drugiego stopnia oraz Regionalnych Ośrodków Europejskiego Funduszu Społecznego.

Aby mogło to mieć miejsce, działania informacyjne mają inną jakość niż w przypadku innych grup docelowych. Komunikacja ta musi być częstsza i bardziej intensywna, gdzie oprócz wykorzystywania struktur formalnych i kanałów komunikacyjnych, silny nacisk kładzie się na komunikację nieformalną między osobami zaangażowanymi we wdrażanie Programu. Szczególnie istotne są mechanizmy sieciowania realizowane przez Instytucję Zarządzającą za pomocą systemu grup roboczych.

Rysunek 2. Przepływ informacji w komunikacji wertykalnej



Przepływ informacji w komunikacji horyzontalnej



Plan komunikacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki – zatwierdzony przez KM PO KL

VI. Instrumenty realizacji Planu Komunikacji

Sposób realizacji planu

Podstawowym założeniem polityki informacyjno-promocyjnej Europejskiego Funduszu Społecznego w latach 2007-2013 jest prowadzenie spójnej polityki informacyjnej przez wszystkie zaangażowane instytucje oraz dostosowanie języka oraz narzędzi komunikacji do potrzeb konkretnych grup odbiorców.

W zależności od typu przekazu i grupy docelowej, do której jest on kierowany, użyte zostanie stosowne narzędzie lub kilka jednocześnie. Jeśli wiadomość jest skierowana do wszystkich grup odbiorców, a więc do opinii publicznej, np. ogłoszenie o uruchomieniu programu operacyjnego, powinny zostać użyte wszystkie możliwe narzędzia.

Poniżej prezentujemy przykłady głównych narzędzi komunikacji w ramach PO KL.

Strony www i inne elektroniczne formy komunikacji

Coraz większy dostęp do internetu osób, firm, jak i innych organizacji, a także możliwości jakie stwarza łącząc w sobie cechy prasy, radia i telewizji, gdzie obok siebie mogą występować słowo pisane, zdjęcia, rysunki, dźwięki, obrazy video potwierdzają potrzebę uczynienia ze strony www głównego narzędzia w przekazie informacji nt. Europejskiego Funduszu Społecznego.

Biorąc pod uwagę powyższe, Instytucja Zarządzająca oraz każda Instytucja Pośrednicząca oraz Pośrednicząca II stopnia opracowuje i utrzymuje serwis internetowy poświęcony EFS.

Instytucja Zarządzająca prowadzi i administruje stroną www.efs.gov.pl, na której znajdują się m.in.:

- Dokumenty programowe i akty prawne oraz rejestr i opis zmian tych dokumentów,
- Informacje na temat programu, w tym informacje szczegółowe (opis programu z uwzględnieniem listy typów beneficjentów, rodzajów projektów oraz kategorii działań, w ramach których beneficjenci mogą ubiegać się o dofinansowanie),
- Informacje o planowanych konkursach,
- Aktualne informacje o terminach naborów wniosków z danymi teleadresowymi IP i IP2 prowadzącymi nabory,
- Sprawozdania okresowe, roczne i końcowe z realizacji programu,
- Bieżące dane dotyczące wysokości dostępnych środków i stanu realizacji PO KL
- Uproszczone opisy aplikowania o środki w ramach schematów konkursowych,
- Wykaz beneficjentów oraz informacje nt. aktualnie realizowanych projektów,
- Na bieżąco aktualizowane listy teleadresowe punktów udzielających informacji i porad,
- Wymagania dotyczące informacji i promocji projektów przez beneficjentów
- Odniesienie (link) do generatorów wniosków

Plan komunikacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki – zatwierdzony przez KM PO KL

- Odniesienie (link) do Regionalnych Ośrodków EFS
- Odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania FAQ)

Krajowa Instytucja Wspomagająca prowadzi i administruje serwis internetowy dotyczący teoretycznych i praktycznych aspektów realizacji projektów innowacyjnych i ponadnarodowych PO KL.

Dla zachowania spójności architektury i wyglądu stron internetowych funduszu, zaleca się, aby każda strona zawierała wspólne elementy zgodne z jednolitymi standardami wizualizacji Programu, w tym logotypy oraz slogan.

Serwisy internetowe IP/IP2 powinny zawierać w szczególności takie elementy jak:

- Odniesienie (link) do strony www.efs.gov.pl,
- Podstawowe dokumenty, w tym wzory wniosków o dofinansowanie i o płatność,
- Odniesienie (link) do generatorów wniosków,
- Przewodnik po Programie (kategorie działań/ listy uprawnionych beneficjentów),
- Plan Działania na bieżący rok oraz archiwalne Plany Działania,
- Bieżącą informację o otwartych naborach i dostępnych alokacjach finansowych w ramach otwartych konkursów,
- Wykaz beneficjentów, tytułów projektów i przyznanych im kwot dofinansowania,
- Sprawozdania okresowe, roczne i końcowe z realizacji Programu,
- Każda IP powinna na swojej stronie internetowej prowadzić serwis poświęcony aktualnie realizowanemu projektowi,
- Odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania (FAQ),
- Listy teleadresowe punktów udzielających porad i informacji.

Strony www powinny umożliwiać generowanie statystyk dotyczących liczby wejść (*visits*) oraz liczby osób odwiedzających stronę (*visitors*) w ujęciu miesięcznym.

Internet pozwala również na inne formy komunikacji, zarówno wewnętrznej, jak i zewnętrznej. Instytucje zaangażowane we wdrażanie PO KL mogą dowolnie korzystać z różnorodnych możliwości, w tym także marketingu bezpośredniego, polegającego na dostarczeniu przesyłek reklamowych (informacyjnych) do potencjalnych beneficjentów.

Ponadto wszystkie strony www dotyczące EFS powinny charakteryzować się następującymi cechami:

- **dostępnością** - zapewnienie prostego adresu dla strony; rejestracja strony w głównych wyszukiwarkach, w celu zwiększenia jej dostępności; projektowanie jej w sposób umożliwiający oglądanie na ekranach i przy oprogramowaniu o słabej specyfikacji oraz zapewnienie maksymalnej zgodności z najczęściej używanymi przeglądarkami internetowymi, a także zapewnienie jej szybkiego ładowania, nawet przy niskiej przepustowości łącza (co ma implikacje dla stosowania ruchomych obrazów i dużych

grafik). W aspekcie adresów strona może być bardziej widoczna i łatwiejsza do znalezienia niż zestaw stron stanowiących podzbiór całej instytucji (np. ministerstwa lub Urzędu Marszałkowskiego). Zalecanym rozwiązaniem jest stosowanie subdomeny w domenach regionalnych lub domenach instytucji, np. www.efs.opolskie.pl. O ile to możliwe całość lub główna część serwisu powinna być przystosowana do potrzeb osób niepełnosprawnych. Główną rolą strony jest dostarczanie informacji odpowiadających potrzebom odbiorców. Strona powinna być jasno zorganizowana, aby użytkownicy mogli w szybki i łatwy sposób znaleźć to, czego szukają. W związku z tym informacja powinna być również wyraźnie podzielona z uwagi na odbiorcę, tj. np. wydzielenie części dla ubiegających się o dofinansowanie oraz dla realizujących projekty.

- **atrakcyjnością wizualną** - przy zachowaniu zasady dostępności, strona powinna być atrakcyjna wizualnie i posiadać jasną strukturę oraz wizualizację zgodną z wizualizacją całego programu, przy uwzględnieniu specyfiki instytucjonalnej. Należy również wykorzystywać możliwości jakie daje www, np.: fora dyskusyjne, mapy interaktywne, bazy danych, możliwe do ściągnięcia grafiki, podstrony z linkami, a także wyszukiwarki umożliwiające znalezienie konkretnych dokumentów itp.
- **aktualnością** – podstawowym i niezbędnym warunkiem wykorzystywania strony www jako kanału informacyjnego jest zapewnienie bezwzględnej aktualności danych na niej zawartych, w szczególności poprzez podstrony z „newsami”, a także natychmiastową widoczność ważnych spraw bieżących. Ponadto wszelkie zasoby zgromadzone w ramach serwisu www powinny odznaczać się aktualnością lub oznaczeniem czy dany zasób jest zasobem archiwalnym czy aktualnym.
- **przejrzystością i komunikatywnością** – należy zachować proporcje między kompletną zawartością informacyjną a zwięzłością komunikatu.

Konferencje, seminaria i imprezy masowe

Organizacja konferencji, seminariów, targów, wystaw czy innych tego typu imprez jest ważnym elementem wpływającym na działalność każdej instytucji. Daje szansę poszerzenia wiedzy. Sprzyja przekazywaniu informacji, wymianie poglądów, podtrzymaniu kontaktów z partnerami, czy w końcu budowaniu wizerunku.

Instytucja Zarządzająca odpowiada za organizację ogólnopolskich konferencji sektorowych, dotyczących wdrażania Programu. IZ ma obowiązek organizacji co najmniej dwóch konferencji rocznie dotyczących wdrażania EFS w Polsce, w tym konferencji inaugurującej wdrażanie Programu.

Instytucje Pośredniczące organizują konferencje i seminaria dotyczące wdrażania priorytetów centralnych lub komponentu regionalnego, ze szczególnym uwzględnieniem oceny wdrażania oraz promocji dobrych praktyk. IP/IP2 w porozumieniu ze sobą oraz Regionalnymi Ośrodkami EFS mają obowiązek organizacji min. jednej konferencji w roku w ramach danego województwa, a w przypadku komponentu centralnego przynajmniej jednej konferencji dotyczącej wdrażania priorytetu.

Seminaria organizowane przez IZ skoncentrowane będą na przekazywaniu informacji służących sprawnej realizacji Programu i realizowane wg formuły „training for trainers” – tj. aktualizacja wiedzy dotyczącej procesów w ramach Programu oraz kluczowych decyzji dotyczących zarządzania nim. Seminaaria przeznaczone będą dla pracowników zarówno IP/IP2 jak i ROEFS oraz kluczowych partnerów z punktu widzenia zarządzania Programem, m.in. członków komitetów i przedstawicieli partnerów społeczno-gospodarczych i organizacji pozarządowych. IZ ma obowiązek organizowania seminariów poświęconych wdrażaniu PO KL co najmniej dwa razy do roku.

Konferencje/seminaria realizowane przez IP/IP2/ROEFS powinny być uwzględnione w Rocznym Planie Działania i zaopiniowane przez Regionalną Informacyjną Grupę Roboczą.

Podstawowe zasady dotyczące organizacji konferencji i seminariów:

- **wyraźny cel i ukierunkowanie na odbiorców docelowych** - w ramach każdej konferencji powinien być jasno sprecyzowany cel oraz określenie co dana konferencja ma przynieść – jakie są spodziewane efekty organizacji konferencji;
- **organizacja w celu maksymalizacji uczestnictwa i skutków** - organizacja spotkań w miejscach dostępnych oraz ich szeroka promocja z dużym wyprzedzeniem. Rozpowszechnianie materiałów przed konferencją w celu stymulowania aktywnego zaangażowania. Uatrakcyjnienie wydarzenia poprzez wybór miejsca związanego z omawianym tematem, w celu uzyskania większego efektu (np. organizacja imprezy związanej z integracją społeczną w centrum integracji społecznej, do którego powstania przyczynił się fundusz).
- **zaangażowanie odbiorców** - zapewnienie odpowiedniej ilości czasu na pytania (w szczególności w przypadku seminariów). Umożliwia to wyjaśnienie spraw „hurtowo” i wykorzystanie zbioru wiedzy w celu wygenerowania nowego spojrzenia. W przypadku ujęcia w programie sesji warsztatowych, należy wykorzystać techniki kreatywne, np. odgrywanie ról i burzę mózgów, w celu maksymalizacji aktywnego uczestnictwa.
- **dobór materiałów i kolejnych kroków** - przygotowanie dobrej jakości materiałów konferencyjnych, które będą wykorzystywane w dłuższej perspektywie, a także ustalanie wyraźnych kanałów dalszych działań. Wnioski z konferencji powinny być odnotowywane - np. na stronie internetowej lub w biuletynie.
- **ocena** - zbieranie informacji zwrotnych od uczestników (np. w formie ankiety ewaluacyjnej) i wdrażanie wniosków z nich płynących na kolejnych konferencjach.

Ponadto w ramach organizowanych imprez masowych, w tym konferencji, instytucja organizująca wydarzenia powinna zapewnić funkcjonowanie stoiska/punktu informacyjnego dystrybuującego materiały promocyjno-informacyjne oraz, w miarę możliwości przy otwartym charakterze imprezy – punkt konsultacyjny/informacyjny dla potencjalnych beneficjentów/uczestników projektów.

Szkolenia i spotkania informacyjne

Szkolenia i spotkania informacyjne a także wszelkiego innego rodzaju oddziaływania na podażową stronę projektów, jak również działania mające na celu podniesienie jakości składanych, jak i realizowanych projektów są jednym z podstawowych celów działań komunikacyjnych. Działania te, a właściwie informacja przekazywana za ich pośrednictwem powinny charakteryzować się najwyższą aktualnością i dopasowaniem językowym i treściowym do grupy docelowej.

Szkolenia dla potencjalnych beneficjentów realizowane są w szczególności przez Regionalne Ośrodki EFS w uzgodnieniu z odpowiednimi Instytucjami Pośredniczącymi i Pośredniczącymi II stopnia.

Szkolenia dla beneficjentów dotyczące specyficznych aspektów wdrażania realizowane są w szczególności przez odpowiednią IP lub IP2.

Szkolenia dla beneficjentów z zakresu zarządzania projektem, polityk horyzontalnych (rynek pracy, zwalczanie wykluczenia społecznego, rozwój przedsiębiorczości, itp.) i aspektów prawnych (w tym np. prawo zamówień publicznych, rachunkowość, itp.) realizowane są w szczególności przez ROEFS.

Spotkanie informacyjne dotyczące aplikowania oraz specyficznych aspektów realizacji projektów (np. sprawozdawczość) realizowane są w szczególności przez odpowiednie IP/IP2 przy współpracy z ROEFS.

Instytucja Zarządzająca realizuje szkolenia (w tym szkolenia „training for trainers”) i spotkania informacyjne z zakresu tematów horyzontalnych (m.in. równość szans kobiet i mężczyzn, społeczeństwo informacyjne, zrównoważony rozwój) oraz z zakresu współpracy ponadnarodowej i projektów innowacyjnych. Ponadto, IZ zapewnia szkolenia dla IP oraz IP2 w oparciu o analizę potrzeb szkoleniowych, w szczególności dot. celów Programu, zasad jego realizacji, a także z zakresu ogólnej tematyki związanej z realizacją Programów np. zarządzania projektami, profesjonalnej obsługi klienta.

Ważnym obowiązkiem Instytucji Zarządzającej jest także zapewnienie wsparcia, zwłaszcza szkoleniowo-doradczego, dla działań innowacyjnych i ponadnarodowych, zarówno dla projektodawców i beneficjentów, jak również dla instytucji odpowiedzialnych za wdrażanie PO KL. Za system wsparcia w tym zakresie jest odpowiedzialna Krajowa Instytucja Wspomagająca (KIW). KIW odpowiada za stworzenie i koordynację wsparcia szkoleniowego oraz systematyczne aktualizowanie programów szkoleniowych dla: pracowników IP/IP2, ekspertów MRR, kadry ROEFS, potencjalnych projektodawców i realizatorów projektów (we współpracy z ROEFS i IP/IP2). KIW zapewni również doradztwo indywidualne w tym zakresie.

Publikacje drukowane i multimedialne oraz gadżety promocyjne

Instytucja Zarządzająca odpowiada za publikację pakietu wydawnictw tradycyjnych i multimedialnych niezbędnych dla skuteczności działań informacyjnych PO KL. Każda IP i IP2 prowadzi działalność wydawniczą z uwzględnieniem bieżących potrzeb informacyjnych.

KIW opracowuje materiały informacyjne oraz opracowania problemowe na temat realizacji oraz upowszechniania projektów innowacyjnych i ponadnarodowych.

Przy realizacji działalności wydawniczej instytucje zobowiązane są do stosowania spójnego systemu identyfikacji wizualnej określonego w Załączniku nr 1 – Wizualizacja oraz oznaczanie projektów w PO KL. Instytucje zapewniają dystrybucję publikacji, ze szczególnym uwzględnieniem punktów informacyjnych, współpracujących w ramach sieci informacyjnej „Fundusze w zasięgu ręki” oraz Regionalnych Ośrodków Europejskiego Funduszu Społecznego.

Wszystkie publikacje powinny być dostępne w formie drukowanej¹, a w ramach potrzeb wydawane mogą być publikacje multimedialne na nośnikach elektronicznych. Ponadto wszystkie publikacje drukowane muszą być również dostępne w formacie PDF na stronach www Instytucji Zarządzającej lub odpowiednio – Krajowej Instytucji Wspomagającej oraz Instytucji Pośredniczącej.

Gadżety stanowią jeden z bardziej popularnych kanałów promocyjnych wykorzystywanych w ramach promocji funduszy europejskich. W ramach produkcji gadżetów promocyjnych należy kierować się w szczególności racjonalnością wydatków i relacją ponoszonych nakładów w stosunku do osiągniętych celów komunikacyjnych.

Z uwagi na wielką różnorodność dostępnych gadżetów promocyjnych rekomendowany jest wybór gadżetu promocyjnego specyficznego dla danego regionu/instytucji (związanego z realizowanymi działaniami) i konsekwentna promocja za pomocą wybranego gadżetu. Ponadto przy produkcji gadżetów o niskich nakładach i wysokich kosztach – działania takie powinny być ściśle uzasadnione prowadzonymi działaniami z zakresu informacji i promocji.

Aby ułatwić instytucjom uczestniczącym w realizacji Programu a także beneficjentom realizującym projekty skuteczną identyfikację wizualną, a także możliwość wypełnienia zobowiązań wynikających z Rozporządzenia 1828/2006 i niniejszego Planu Komunikacji, Instytucja Zarządzająca opracuje zestaw jednolitych graficznie gadżetów i materiałów drukowanych (plakaty, naklejki informacyjne, standy itp.) oraz udostępni ich wzory.

Ponadto w ramach Programu funkcjonować będzie tzw. „gadget shop” – instytucja/firma wybrana w drodze zamówienia publicznego przez IZ, gdzie za pomocą katalogu on-line każdy zainteresowany podmiot będzie miał możliwość zamówienia odpłatnie dowolnej ilości oficjalnie zatwierdzonych gadżetów/materiałów drukowanych z możliwością personalizacji (np. umieszczenia własnego logo, tytułu projektu itp.). Takie rozwiązanie poprzez efekt skali oraz kontrolę jakości prowadzoną przez IZ ułatwi dostępność materiałów promocyjnych, przy zachowaniu standardów wizualizacji Programu. Funkcjonowanie „gadget shop” nie wyklucza możliwości realizacji działań przez inne podmioty.

¹ W przypadku dokumentów podlegającym częstym aktualizacjom, lub których aktualność jest z góry ograniczona czasowo (poradniki, dokumentacja konkursowa, itp.) – publikacje mogą być dostępne w formie elektronicznej, jednakże powinna istnieć możliwość otrzymania pojedynczych wersji papierowych w instytucji wydającej dokument, np. w formie wydruku lub odbitki ksero.

Tabela 2: Podstawowe (minimalne) kategorie wydawnictw publikowanych w ramach PO KL (wydawane w miarę potrzeb informacyjnych)

Rodzaj publikacji	Uwagi
Instytucja Zarządzająca	
Dokumenty oficjalne	
Szczegółowy Opis Priorytetów PO KL	Dokument opisujący Działania, Poddziałania i typy projektów w ramach PO KL
Poradnik Zarządzania Projektami	Ogólny poradnik dla beneficjentów, zawierający wskazówki dot. aplikowania i realizacji projektu w oparciu o Zarządzanie Cyklem Projektu
System Realizacji PO KL	Dokument przeznaczony dla instytucji uczestniczących w realizacji programu, opisujący procesy realizowane w ramach Programu
Wytyczne IZ	Wytyczne wydawane przez Ministra Rozwoju Regionalnego jako wytyczne Instytucji Zarządzającej, m.in. Wytyczne dot. kwalifikowalności wydatków w PO KL
Ogólne broszury horyzontalne	
EFS w Polsce	Ogólna broszura skierowana do opinii społecznej
EFS dla sektora ...	Sektorowa broszura skierowana do opinii społecznej oraz potencjalnych beneficjentów i uczestników projektów.
Najlepsze praktyki EFS	Księga najlepszych praktyk EFS, pokazująca najciekawsze projekty wyłonione w ramach konkursu dobrych praktyk organizowanego przez IZ.
Biuletyn EFS	Biuletyn (kwartalnik) EFS prezentujący wydarzenia w ramach Programu o charakterze ogólnopolskim
Raporty ewaluacyjne	Raporty ewaluacyjne z badań realizowanych na zlecenie IZ

Raporty roczne z wdrażania	Raport roczny z wdrażania Programu
Instytucje Pośredniczące/Instytucje Pośredniczące II stopnia/Regionalne Ośrodki EFS (zgodnie z Rocznym planem informacji i promocji)	
Wytyczne konkursowe	Wytyczne dot. konkretnych konkursów.
Wytyczne dla beneficjentów	Wytyczne szczegółowo opisujące prawa i obowiązki beneficjentów PO KL w ramach konkretnego priorytetu/rundy konkursowej.
Broszury i ulotki dot. EFS w województwie/dla konkretnego priorytetu-grupy priorytetów	
EFS w województwie ... EFS w obszarze ...	Ogólna broszura dot. wdrażanych działań.
Broszury/ulotki skierowane do konkretnych grup docelowych (np. EFS dla jednostek samorządu terytorialnego w woj. ...)	Broszury kierowane do konkretnych grup docelowych – przede wszystkim potencjalnych beneficjentów.
Najlepsze praktyki EFS w województwie ... / w obszarze ...	Publikacja dot. zidentyfikowanych najlepszych w ramach wdrażanych przez instytucję działań.
Biuletyn EFS w województwie / obszarze ...	Biuletyn EFS (co najmniej kwartalnik) dedykowany dla konkretnego województwa/instytucji w ramach komponentu centralnego – prezentujący wydarzenia dot. EFS w konkretnym województwie/obszarze.
Raporty ewaluacyjne	Raporty ewaluacyjne w ramach badań zleczanych przez IP.
Inne dokumenty niezbędne dla sprawnego wdrażania EFS	Inne dokumenty związane z wdrażaniem EFS zgodnie z decyzją RIGR

Infolinia i punkt informacyjny

Instytucja Zarządzająca zapewnia funkcjonowanie punktu informacyjnego, w ramach którego istnieje będzie ogólnopolska infolinia dot. Europejskiego Funduszu Społecznego. System działający na zasadzie przekierowywania rozmów kierowanych na numer telefonu 0801 EFS 801 (0801 337 801) do poszczególnych punktów informacyjnych w IP zgodnie z obszarem geograficznym i punktów informacyjnych instytucji w komponentie centralnym.

Obsługa infolinii w danym województwie może zostać zlecona Regionalnemu Ośrodkowi EFS.

Instytucje Pośredniczące mają obowiązek zapewnić funkcjonowanie przynajmniej jednego głównego punktu informacyjnego udzielającego informacji wszystkim zainteresowanym podmiotom. Instytucje ogłaszające konkursy (odpowiednio IP lub IP2) mają ponadto obowiązek zapewnienia punktu informacyjno-konsultacyjnego co najmniej w okresie w którym prowadzony jest nabór wniosków o dofinansowanie. Punkty informacyjne umiejscowione są w siedzibach IP i IP 2.

Regionalne Ośrodki EFS w zakresie wynikającym z zobowiązań określonych przez Krajowy Ośrodek EFS oraz Instytucje Pośredniczące i w ramach ustaleń Regionalnych Informacyjnych Grup Roboczych (RIGR) prowadzą punkty informacyjne dla wszystkich potencjalnych grup odbiorców zainteresowanych informacją dot. EFS, w szczególności dla potencjalnych beneficjentów i uczestników projektów. Regionalne Ośrodki EFS współpracują z siecią punktów informacyjnych koordynowanych przez IK NSRO.

Punkty informacyjne udzielają informacji poprzez kontakt osobisty, telefoniczny (także w ramach infolinii ogólnopolskiej) oraz drogą elektroniczną poprzez dedykowany do punktu informacyjnego adres e-mail oraz ew. inne formy komunikacji elektronicznej (chat, irc, forum internetowe, itp.). Usługi świadczone przez punkty informacyjne są bezpłatne.

Szczegółowy podział zadań w ramach działalności punktów informacyjnych, przy poszanowaniu zapisów niniejszego Planu, powinien zostać dokonany przez RIGR w terminie 3 miesięcy od jej powołania.

Kampanie ATL

Za organizację spójnych kampanii informacyjno-reklamowych w mediach ogólnopolskich odpowiada Instytucja Zarządzająca. W przypadku komponentu centralnego, wszelkie działania w zakresie ATL realizowane przez IP/IP2/KOEFS powinny być uwzględnione i opisane w Rocznym planie promocji i informacji.

Instytucja Zarządzająca współpracuje z mediami centralnymi i regionalnymi w celu przekazywania informacji na temat funduszu oraz promowania najlepszych praktyk i ich wdrażania w Polsce. IP/IP2 prowadzą regularną współpracę z dziennikarzami mediów regionalnych i lokalnych.

W ramach współpracy z mediami instytucje zaangażowane we wdrażanie zobowiązane są do organizowania konferencji prasowych oraz stosowania zasad media relations, polegających na zachęcaniu dziennikarzy do współpracy poprzez przygotowywanie ciekawych materiałów prasowych, organizacje briefingów, śniadań prasowych i innych form współpracy.

Instytucja Zarządzająca odpowiada za informacje w ogólnych i tematycznych audycjach telewizyjnych oraz radiowych o zasięgu ogólnokrajowym.

Instytucje Pośredniczące są szczególnie zobligowane do inicjowania i monitorowania publikacji prasowych o zasięgu lokalnym i regionalnym dotyczących poszczególnych grup odbiorców oraz publikacji internetowych, w tym artykułów tematycznych.

Instytucja Zarządzająca prowadzi bieżący monitoring mediów wraz z analizą wydźwięku publikacji/artykułów/audycji.

Instytucja ogłaszająca konkurs (odpowiednio IP/IP2) zgodnie z Ustawą o zasadach prowadzenia polityki rozwoju, zobowiązana jest do umieszczenia informacji o ogłaszanym konkursie, co najmniej w prasie regionalnej. Wszelkie inne odpłatne ogłoszenia w prasie powinny być szczególnie uzasadnione i powinny w bezpośredni sposób wynikać z Roczego Planu informacji i promocji.

W przypadku wszelkich działań o charakterze ponad regionalnym IP/IP2/KOEFS, mają obowiązek poinformowania IZ o planowanej kampanii informacyjnej co najmniej z 2 miesięcznym wyprzedzeniem (dotyczy również kampanii informacyjnych realizowanych ze środków innych niż Pomoc Techniczna PO KL, w tym realizowanych w ramach projektów systemowych IP).

Inne działania promocyjne i informacyjne

W zależności od specyfiki odbiorców oraz potrzeb IZ oraz IP/IP2 podejmują inne działania informacyjne i promocyjne.

Do działań tych zalicza się m.in.

- współpracę z organizacjami i instytucjami działającymi na rzecz poszczególnych grup odbiorców (między innymi organizacje pozarządowe, partnerzy społeczni, urzędy pracy, szkoły, uczelnie, inne placówki oświatowe), mogącymi występować jako potencjalni beneficjenci, a jednocześnie przekazywać informacje o EFS,
- udział w targach i wystawach, wizytach studyjnych, imprezach zewnętrznych związanych z obszarami wsparcia EFS,
- konkursy, w tym konkursy dotacji,
- przygotowanie niestandardowych materiałów informacyjnych i promocyjnych,
- inne.

Komunikacja wewnątrz Programu

System komunikacji wewnętrznej w ramach Programu opiera się na trzech podstawowych działaniach:

1. System grup roboczych opisanych w Rozdziale – „Rozwój kapitału ludzkiego instytucji uczestniczących w realizacji PO KL”
2. System szkoleń e-learningowych opisanych w Rozdziale – „Rozwój kapitału ludzkiego instytucji uczestniczących w realizacji PO KL”
3. Narzędzie internetowe – Baza Wiedzy (BW) wspomagająca procesy komunikacji i współpracy pomiędzy Instytucją Zarządzającą a Instytucjami Pośredniczącymi i Pośredniczącymi II stopnia. BW udostępniać będzie następujące mechanizmy komunikacji i współpracy:
 - Kalendarz wydarzeń – wspólny kalendarz wydarzeń dla wszystkich instytucji;
 - Forum dyskusyjne – tematyczne fora dyskusyjne;
 - Baza teled adresowa – aktualna baza teled adresowa wszystkich instytucji w ramach systemu wdrażania;

- Ważne informacje – system do przekazywania ważnych informacji (aktualności) związanych z wdrażaniem programu;
- Dokumenty – baza interpretacji – baza danych pism/interpretacji Instytucji Zarządzającej dot. wdrażania programu;
- Ankiety – sprawozdania – elektroniczny system do przekazywania ankiet i sprawozdań, m.in. sprawozdań z informacji i promocji;
- Baza aktów prawnych;
- Dokumenty do konsultacji – system do opiniowania dokumentów przedstawianych przez IZ do konsultacji z opcją widoku uwag/opinii zgłaszanych przez innych użytkowników;
- Powiadomienia mailowe – system mailingowy powiadamiający o zmianach;
- Materiały do pobrania.

Użytkownikami systemu będą:

- a) Instytucja Zarządzająca,
- b) Instytucje Pośredniczące i Pośredniczące II stopnia,
- c) Krajowa Instytucja Wspomagająca,
- d) KOEFS oraz ROEFS,
- e) Członkowie Komitetu Monitorującego.

VII. Podmioty odpowiedzialne za wdrożenie Planu

Instytucje zaangażowane w działania promocyjne i informacyjne

Instytucja Zarządzająca

Do zadań Instytucji Zarządzającej należy przede wszystkim: opracowanie i koordynacja Planu komunikacji PO KL, prowadzenie centralnych kampanii medialnych, wydawanie publikacji o charakterze ogólnym i horyzontalnym, a także prowadzenie strony internetowej oraz infolinii dot. EFS.

Główne grupy docelowe działań: Instytucje Pośredniczące, Instytucje Pośredniczące II stopnia, ROEFS, opinia publiczna.

W ramach Instytucji Zarządzającej PO KL działa komórka odpowiedzialna za politykę informacyjną, promocję i szkolenia. Do jej zadań należy:

- współpraca z IK NSRO i Komisją Europejską w realizacji Planu komunikacji PO KL,
- koordynowanie i monitorowanie działań promocyjnych i informacyjnych PO KL,
- przygotowywanie i koordynowanie prac Informacyjnej Grupy Roboczej,
- koordynowanie wymiany informacji w ramach struktur informacyjnych i promocyjnych wszystkich instytucji zajmujących się wdrażaniem i promowaniem EFS,
- opracowywanie i przekazywanie do IK NSRO sprawozdań z przebiegu działań informacyjnych i promocyjnych,
- współpraca z IP i IP 2 przy dokonywaniu weryfikacji Planu Komunikacji PO KL,
- przygotowanie szczegółowych instrukcji dla IP/IP2 (instytucji wdrażających) PO KL, beneficjentów o sposobie wywiązywania się z obowiązków w zakresie promocji i informowania o PO KL,
- doradzanie instytucjom zaangażowanym we wdrażanie PO KL we wszystkich kwestiach związanych z działaniami promocyjnymi i informacyjnymi,
- publikacja podręczników i dokumentów programowych oraz innych publikacji i materiałów promocyjnych o zasięgu ogólnokrajowym i horyzontalnym,
- prowadzenie współpracy z mediami, zwłaszcza ogólnopolskimi (przy współpracy z IK NSRO),
- przygotowywanie konferencji prasowych, seminariów, konferencji i innych tego typu działań o zasięgu przekraczającym kompetencje jednej Instytucji Pośredniczącej,
- współpraca z Krajowym Ośrodkiem EFS, Regionalnymi Ośrodkami EFS oraz innymi instytucjami zajmującymi się szkoleniami związanymi z wdrażaniem EFS,
- tworzenie i aktualizacja głównej strony internetowej dotyczącej EFS – www.efs.gov.pl,

- organizowanie telefonicznego stanowiska informacyjnego, przekazującego ogólne informacje na temat EFS i w razie potrzeby kierującego do poszczególnych IP/IP2,
- dbanie o pozytywny wizerunek wszystkich instytucji zaangażowanych we wdrażanie PO KL, a zwłaszcza Instytucji Zarządzającej PO KL,
- nadzorowanie właściwego wykorzystania identyfikacji wizualnej EFS,
- monitorowanie obrazu EFS i PO KL w mediach,
- przeprowadzenie przynajmniej raz w roku kampanii informacyjnej o szerokim zasięgu poświęconej efektom realizacji EFS w ramach PO KL oraz wywieszanie flagi europejskiej na okres tygodnia od 9 maja każdego roku.

Instytucje Pośredniczące

Koordinatorem działań informacyjno – promocyjnych w regionie jest Instytucja Pośrednicząca (IP). Rola Instytucji Pośredniczących w systemie promocji i informacji uzależniona jest m.in. od zakresu delegacji zadań do Instytucji Pośredniczących II stopnia, w szczególności w zakresie wdrażania poszczególnych Działań. Zakres delegacji zadań wynika z porozumienia pomiędzy IP a IP2 oraz podziału kompetencji określonych przez Regionalną Informacyjną Grupę Roboczą lub właściwą IP w kompetencje centralnym. W szczególności do zadań Instytucji Pośredniczących PO KL należy:

- koordynacja przygotowania Roczego Planu promocji i informacji dla województwa/priorytetu (przygotowanego na podstawie Planu komunikacji PO KL),
- przygotowywanie i koordynowanie prac Regionalnej Informacyjnej Grupy Roboczej,
- współpraca z mediami, w szczególności lokalnymi lub specjalistycznymi odpowiadającymi specyfice działalności IP,
- udział w lokalnych lub specjalistycznych imprezach promocyjnych, tworzących okazję do informowania o EFS i Programie, np.: targach, wystawach, konferencjach,
- identyfikacja potencjalnych beneficjentów i dróg dotarcia do nich,
- prowadzenie i aktualizacja stron internetowych IP,
- promowanie najlepszych praktyk,
- przygotowanie i rozpowszechnianie pakietu informacji dla beneficjentów,
- organizowanie i koordynacja funkcjonowania punktów informacyjnych zajmujących się działaniami przypisanymi IP,
- współpraca z komórką do spraw informacji i promocji w Instytucji Zarządzającej PO KL,
- współpraca z Regionalnymi Ośrodkami EFS, w szczególności poprzez regularną i systematyczną wymianę informacji i aktualizację wiedzy z zakresu wdrażania EFS,
- informowanie opinii społecznej o realizowanych zadaniach,
- wydawanie publikacji,

- dbanie o pozytywny wizerunek wszystkich instytucji zaangażowanych we wdrażanie PO KL w regionie, a zwłaszcza Instytucji Pośredniczącej PO KL.

Głównym odbiorcą działań IP są IP2, beneficjenci i potencjalni beneficjenci, potencjalni ostateczni uczestnicy projektów, opinia publiczna i media.

Instytucje Pośredniczące II stopnia (instytucje wdrażające)

Do zadań promocyjnych i informacyjnych Instytucji Pośredniczących 2 stopnia, uwzględniając zakres delegacji wynikający z porozumienia pomiędzy IP i IP2 oraz Roczego Planu informacji i promocji dla województwa/priorytetu, należy:

- określanie i ogłaszanie wytycznych konkursowych,
- informowanie beneficjentów o ich zadaniach promocyjnych i informacyjnych wynikających z wykorzystania środków EFS, w tym dystrybucja materiałów promocyjnych przygotowanych dla beneficjentów,
- współpraca z komórką do spraw promocji i informacji w IP, w szczególności składanie sprawozdań z przebiegu działań promocyjnych i informacyjnych,
- współpraca z Regionalnymi Ośrodkami EFS, w szczególności poprzez regularną i systematyczną wymianę informacji i aktualizację wiedzy z zakresu wdrażania EFS,
- udział w pracach Regionalnej Informacyjnej Grupy Roboczej,
- dbanie o pozytywny wizerunek IP2 (instytucji wdrażającej), poprzez profesjonalną i terminową obsługę beneficjentów oraz przejrzystość podejmowanych działań,
- informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach wykorzystania środków EFS,
- informowanie potencjalnych uczestników projektów o korzyściach wynikających z uczestnictwa w projektach współfinansowanych ze środków EFS,
- informowanie opinii społecznej o realizowanych zadaniach,
- prowadzenie i aktualizacja serwisu internetowego,
- współpraca z mediami, w tym przygotowywanie informacji prasowych,
- prowadzenie Punktu Informacyjnego,
- organizacja spotkań informacyjnych i szkoleń dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów,
- opracowywanie i rozpowszechnianie materiałów promocyjnych i informacyjnych,
- prowadzenie monitoringu, sprawozdawczości i oceny prowadzonych działań informacyjno – promocyjnych,
- monitoring i kontrola wypełniania przez beneficjentów i wykonawców obowiązków informacyjnych oraz informowanie o wynikach IP i IZ PO KL

Głównym odbiorcą działań IP2 są beneficjenci i potencjalni beneficjenci, potencjalni uczestnicy projektów, opinia publiczna i media.

Komitety Monitorujące i ich członkowie

W zakresie promocji i informacji Programu członkowie Komitetu Monitorującego oraz Podkomitetów Monitorujących powinni aktywnie uczestniczyć w przekazie informacji dotyczących realizacji Programu i możliwości jakie oferuje. W szczególności w zakresie informacji mających znaczenie dla środowisk które reprezentują (szczególnie istotne w przypadku strony pozarządowej). W przypadku działań podejmowanych przez członków KM/PKM lub też organizacji które reprezentują, finansowanie takich działań może być realizowane poprzez Sekretariat odpowiedniego Komitetu.

Krajowa Instytucja Wspomagająca

KIW będzie powołana przez Instytucję Zarządzającą w celu wsparcia realizacji działań innowacyjnych i ponadnarodowych. Działania KIW adresowane będą głównie do instytucji wdrażających PO KL i podmiotów odpowiedzialnych za upowszechnianie wiedzy o EFS. Jej zadaniem będzie wsparcie doradcze i - w wymagających tego wypadkach – eksperckie instytucji realizujących Program w zakresie innowacyjności i współpracy ponadnarodowej, monitorowanie realizacji Programu w zakresie realizacji zasad horyzontalnych, sporządzanie analiz i raportów, a także wspieranie działań zarówno podmiotów wdrażających, jak i IZ w zakresie informacji i promocji, o ile dotyczyć to będzie zasad innowacyjności i współpracy ponadnarodowej. Zadaniem KIW będzie powołanie i koordynowanie działań sekretariatów Krajowych Sieci Tematycznych, ze szczególnym uwzględnieniem wspierania ich prac na rzecz upowszechniania i włączania do głównego nurtu polityki oraz praktyki działania organizacji i instytucji rezultatów działań innowacyjnych w ramach PO KL i wartości dodanej współpracy ponadnarodowej.

Do jej zadań należy:

- współpraca z Instytucją Zarządzającą w realizacji *Planu komunikacji PO KL* w odniesieniu do projektów innowacyjnych i ponadnarodowych PO KL,
- koordynowanie i monitorowanie działań promocyjnych i informacyjnych w zakresie projektów innowacyjnych i ponadnarodowych PO KL Instytucji Pośredniczących,
- monitorowanie aktywności projektodawców PO KL w zakresie realizacji projektów innowacyjnych i ponadnarodowych,
- udział w pracach Informacyjnej Grupy Roboczej,
- opracowywanie i przekazywanie do Instytucji Zarządzającej sprawozdań z przebiegu działań informacyjnych i promocyjnych w zakresie projektów innowacyjnych i ponadnarodowych,
- doradzanie instytucjom zaangażowanym we wdrażanie PO KL we wszystkich kwestiach związanych z działaniami promocyjnymi i informacyjnymi w zakresie projektów innowacyjnych i ponadnarodowych,

Plan komunikacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki – zatwierdzony przez KM PO KL

- publikacja podręczników i materiałów informacyjnych oraz innych publikacji dotyczących wdrażania projektów innowacyjnych i ponadnarodowych PO KL,
- prowadzenie współpracy z mediami w zakresie upowszechniania projektów innowacyjnych i ponadnarodowych PO KL,
- tworzenie i aktualizacja strony internetowej dotyczącej projektów innowacyjnych i ponadnarodowych PO KL,
- powołanie Krajowych Sieci Tematycznych wspierających działania na rzecz włączenia rezultatów projektów innowacyjnych i ponadnarodowych do głównego nurtu polityki, opracowanie zasad działania instytucji pełniących rolę sekretariatów,
- prowadzenie szkoleń oraz doradztwa dla instytucji pośredniczących, dla: pracowników IP/IP2, ekspertów MRR, kadry ROEFS, potencjalnych projektodawców i realizatorów projektów (we współpracy z ROEFS i IP/IP2).

Regionalne Ośrodki Europejskiego Funduszu Społecznego

Do kluczowych zadań sieci ROEFS należy oddziaływanie na „podaż” projektów oraz ich jakość. Zadania te będą realizowane poprzez szkolenia, doradztwo i animację lokalną (inicjowanie projektów i partnerstw oraz pomoc we wdrażaniu i realizacji projektów oraz współpracy z partnerstwami).

Do obowiązków informacyjnych i promocyjnych ROEFS należy:

- współpraca z komórką do spraw promocji i informacji w IP/IP2, w szczególności w kwestiach opracowania harmonogramu szkoleń,
- udział w pracach RIGR,
- prowadzenie stron internetowych,
- organizacja spotkań informacyjnych oraz szkoleń,
- prowadzenie stanowiska informacyjnego.

Głównym odbiorcą działań ROEFS są beneficjenci i potencjalni beneficjenci, potencjalni ostateczni uczestnicy projektów, opinia publiczna i media.

Koordinacja działań komunikacyjnych

Koordinacja działań w ramach Planu Komunikacji realizowana jest na czterech poziomach:

I. Poziom Unii Europejskiej

Koordinacja działalności komunikacyjnej w ramach programów współfinansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego realizowana jest w ramach *Nieformalnej Grupy Roboczej ds. Informacji nt. EFS (INIO - Informal Network of ESF Information Officers)*. Członkami grupy są przedstawiciele Instytucji Zarządzającej PO KL. Informacje i decyzje podejmowane w ramach grupy przekazywane są wszystkim IP w ramach protokołów ze spotkań grupy, każdorazowo po posiedzeniu grupy.

II. Poziom NSRO

Koordinacja działalności komunikacyjnej w ramach NSRO realizowana jest za pośrednictwem *Grupy Sterującej ds. Informacji i Promocji NSRO*. W celu zapewnienia i monitorowania koordynacji działań informacyjnych i promocyjnych w zakresie funduszy europejskich minister ds. rozwoju regionalnego w drodze zarządzenia powołuje Grupę Sterującą ds. Informacji i Promocji. Szczegółowy zakres funkcjonowania Grupy określa regulamin.

W skład Grupy wchodzi przedstawiciele wszystkich instytucji zarządzających (IZ PO i IZ RPO). Członkowie Grupy Sterującej spotykają się w celu omówienia bieżących planów i problemów związanych z realizacją działań informacyjnych i promocyjnych nie rzadziej niż raz na sześć miesięcy oraz kontaktują się za pośrednictwem narzędzi elektronicznych (forum dyskusyjne, e-mail).

IZ PO KL raportuje realizację działań na poziomie PO w ramach sprawozdań okresowych i rocznych. Koordinacja sprawozdawczości na poziomie NSRO oraz przesyłanie informacji do Komisji Europejskiej zgodnie z artykułem 4 rozporządzenia implementacyjnego spoczywa na Instytucji Koordynującej NSRO.

III. Poziom PO KL

Koordinacja działalności komunikacyjnej w ramach PO KL realizowana jest poprzez *Informacyjną Grupę Roboczą*. W celu zapewnienia i monitorowania koordynacji działań informacyjnych i promocyjnych w zakresie Europejskiego Funduszu Społecznego IZ PO KL powołuje Informacyjną Grupę Roboczą (IGR), która jest ciałem opiniodawczo-doradczym w zakresie polityki informacyjnej i promocji EFS

W skład IGR wchodzi przedstawiciele Instytucji Zarządzającej (IZ), Instytucji Pośredniczących (IP) oraz przedstawiciel Krajowej Instytucji Wspomagającej (KIW) i Krajowego Ośrodka EFS (oraz w miarę możliwości Regionalnych Ośrodków EFS). Członkowie IGR spotykają się w celu omówienia bieżących planów i problemów związanych z realizacją działań informacyjnych i promocyjnych nie rzadziej niż raz na kwartał oraz kontaktują się za pośrednictwem narzędzi elektronicznych (forum dyskusyjne, e-mail). Raz w roku IGR spotyka się w celu podsumowania działań w danym roku oraz prezentacji (aktualizacji) Planów IP/KIW/KOEFS na kolejny rok.

Do zadań IGR należy:

- opracowanie polityki informacyjnej EFS na lata 2007-2013,
- wyodrębnienie poszczególnych etapów czasowych realizacji polityki informacyjnej PO KL,
- podział zadań informacyjnych między Instytucje Pośredniczące PO KL,
- wypracowanie efektywnego systemu wymiany informacji pomiędzy Instytucjami Pośredniczącymi PO KL,
- opiniowanie rocznych planów promocji PO KL i innych dokumentów związanych z polityką informacyjną i promocyjną Programu,
- analiza, ewaluacja i modyfikacja realizacji polityki informacyjnej EFS i PO KL,

- realizacja szczegółowych ustaleń z Instytucją Zarządzającą dotyczących promocji i informowania.

Celem działań tej grupy jest:

- > Sformalizowanie i usystematyzowanie bieżących działań;
- > Poprawa jakości działań dzięki wymianie doświadczeń;
- > Ułatwienie przygotowywania działań krajowych tam, gdzie jest to konieczne, w odniesieniu do wszystkich obszarów działania Programu;
- > Intensyfikacja działań w niektórych regionach, zwłaszcza mających ograniczone doświadczenie związane z realizacją funduszy europejskich lub dysponujących ograniczonymi zasobami.

IV. Poziom województwa w ramach komponentu regionalnego

Koordinacja działalności komunikacyjnej w ramach komponentu regionalnego PO KL prowadzona jest na poziomie województwa przez *Regionalne Informacyjne Grupy Robocze*. W celu zapewnienia i monitorowania koordynacji działań informacyjnych i promocyjnych w zakresie Europejskiego Funduszu Społecznego na poziomie regionalnym (dla każdego województwa) IP powołują Regionalne Informacyjne Grupy Robocze (RIGR).

W skład RIGR wchodzi przedstawiciele Instytucji Pośredniczącej (IP) Instytucji Pośredniczących II stopnia (IP2 - Instytucji Wdrażających), przedstawiciele Regionalnych Ośrodków EFS oraz dodatkowo w zależności od potrzeb np. osoby odpowiedzialne za promocję i informację w ramach odpowiedniego RPO lub przedstawiciele innych instytucji mających wpływ na działania informacyjno-promocyjne EFS.

Członkowie RIGR spotykają się w celu omówienia bieżących planów i problemów związanych z realizacją działań informacyjnych i promocyjnych nie rzadziej niż raz na kwartał oraz kontaktują się za pośrednictwem narzędzi elektronicznych (forum dyskusyjne, e-mail). Raz w roku RIGR spotyka się w celu podsumowania działań w danym roku oraz przygotowania i omówienia Planu Działania IP na kolejny rok.

RIGR będzie ciałem opiniodawczo-konsultacyjnym dla IP w kwestii promocji i informacji w regionie oraz ma zapewnić komplementarność działań promocyjnych dot. EFS z działaniami z zakresu RPO. Decyzje RIGR mają charakter opiniodawczy dla IP i zapadają w drodze konsensusu.

Koordinacja prac RIGR należy do IP, która będzie decydować (przy wsparciu RIGR) o podziale zadań (oraz środków) na działania informacyjno-promocyjne w województwie.

Do zadań RIGR należy:

- czuwanie nad sprawnym funkcjonowaniem systemu informacji i promocji w regionie,
- wyodrębnienie poszczególnych etapów czasowych realizacji polityki informacyjnej na poziomie województwa,
- podział zadań informacyjnych między poszczególne podmioty w ramach województwa,
- wypracowanie efektywnego systemu wymiany informacji pomiędzy IP2, Instytucją Zarządzającą RPO i Regionalnymi Ośrodkami EFS,

Plan komunikacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki – zatwierdzony przez KM PO KL

- opiniowanie rocznych Planów Działań i innych dokumentów związanych z polityką informacyjną i promocyjną województwa,
- realizacja wraz z Instytucją Pośredniczącą szczegółowych ustaleń dotyczących promocji i informowania.

Budowa potencjału w celu lepszej komunikacji

Działalności informacyjno – promocyjnej powinno towarzyszyć stałe budowanie potencjału osób zajmujących się promocją PO KL, w celu zapewnienia lepszej komunikacji pomiędzy wszystkimi podmiotami zaangażowanymi w realizację programu. Działania prowadzone w tym zakresie dotyczyć będą przede wszystkim następujących kwestii:

- Stałe podnoszenia poziomu wiedzy i jakości świadczonych usług poprzez system szkoleń skierowanych do pracowników instytucji zaangażowanych we wdrażanie i zarządzanie PO KL.
- Usprawniania mechanizmów komunikacji wewnętrznej pomiędzy wszystkim instytucjami zaangażowanymi w zarządzanie i wdrażanie i PO KL.
- Stałe doskonalenie systemu zbierania, gromadzenia i wymiany wiedzy pomiędzy podmiotami realizującymi PO KL realizowane m.in. przy pomocy Bazy Wiedzy (BW).

VIII. Harmonogram działań informacyjnych i promocyjnych

Działania informacyjne i promocyjne prowadzone będą z różną częstotliwością oraz natężeniem i koncentrować się będą wokół następujących obszarów:

1. Prowadzenie działań informacyjnych skierowanych do pracowników zaangażowanych we wdrażanie PO KL. Opracowanie i dystrybucja niezbędnych dokumentów, planów i procedur. Edukowanie pracowników IZ, IP i IP2 w zakresie informowania o PO KL.
2. Poinformowanie opinii publicznej i beneficjentów o rozpoczęciu realizacji PO KL i o potencjalnych obszarach wsparcia
3. Podtrzymywanie zainteresowania potencjalnych beneficjentów możliwością aplikowania o środki. Edukowanie beneficjentów w zakresie podnoszenia jakości składanych projektów.
4. Udzielanie beneficjentom pomocy w zakresie realizacji projektów i ich rozliczania. Przekazywanie opinii publicznej informacji o postępach w realizacji projektów.
5. Informowanie opinii publicznej o efektach wdrażania (prezentowanie „dobrych praktyk” również spośród projektów realizowanych w ramach SPO RZL, ZPORR i PIW EQUAL)
6. Ocena realizacji działań informacyjnych i promocyjnych.

W skali okresu programowania natężenie prowadzenia działań w poszczególnych obszarach kształtuje się zgodnie z informacjami zawartymi w poniższej tabeli. Zakres czasowy realizacji poszczególnych elementów może ulec zmianie w zależności od potrzeb.

Tabela 3: Harmonogram działań informacyjnych i promocyjnych

	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015	
	1 półrocze	2 półrocze	1 półrocze	2 półrocze	1 półrocze	2 półrocze	1 półrocze	2 półrocze	1 półrocze	2 półrocze	1 półrocze	2 półrocze	1 półrocze	2 półrocze	1 półrocze	2 półrocze	1 półrocze	2 półrocze
1.																		
2.																		
3.																		
4.																		
5.																		
6.																		

Główne narzędzia komunikacji w ramach PO KL opisane szczegółowo w Rozdz. VI. Instrumenty realizacji lanu Komunikacji będą realizowane systematycznie zgodnie z harmonogramem zamieszczonym w poniższej tabeli.

1. Strony www i inne elektroniczne formy komunikacji
2. Konferencje, seminaria i imprezy masowe
3. Szkolenia i spotkania informacyjne
4. Publikacje drukowane i multimedialne oraz gadżety promocyjne
5. Infolinia i punkty informacyjne
6. Kampanie ATL
7. Inne działania promocyjne i informacyjne
8. Komunikacja wewnątrz programu

Tabela 4: Harmonogram realizacji głównych narzędzi komunikacji w ramach PO KL

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
1.									
2.									
3.									
4.									
5.									
6.									
7.									
8.									

IX. Ocena realizacji Planu

Ocena skuteczności

Monitorowanie wdrażania Planu Komunikacji PO KL ma kluczowe znaczenie dla zapewnienia efektywnego komunikowania EFS. Procedury oceny skuteczności komunikowania obejmują:

- roczne kwestionariusze dla instytucji zaangażowanych we wdrażanie PO KL dotyczące jakości i ilości przekazywanych informacji,
- opinie zbierane za pośrednictwem interaktywnych elementów strony internetowej,
- ankiety skierowane do uczestników projektów, za pośrednictwem beneficjentów,
- zbieranie informacji od jednostek zaangażowanych w promocję i informowanie (IP, IP2, KOEFS, KIW, ROEFS),
- analizę jakościową (średnia ocena) i ilościową napływających projektów oraz stopnia wykorzystania środków z EFS,
- monitorowanie ilościowe i jakościowe informacji prasowych, także ze względu na ilość informacji podanych błędnie,
- okresowe podsumowania działań przez Informacyjną Grupę Roboczą (IGR) i Regionalne IGR (osiągnięcia i dalsze plany),
- badania wizerunkowe/rozpoznawalności PO KL oraz EFS wśród potencjalnych i aktualnych odbiorców Programu,
- ewaluację skuteczności działań promocyjnych PO KL wśród potencjalnych projektodawców i uczestników Programu,
- ocenę potrzeb informacyjnych oraz barier w kanałach komunikowania, informacji i promocji w ramach PO KL,
- bieżąca ocena podejmowanych działań przy pomocy ankiet oceniających (szkolenia, konferencje, warsztaty).

Raportowanie

IP raportują realizację działań na poziomie Priorytetu w ramach sprawozdań okresowych i rocznych. Koordynacja sprawozdawczości na poziomie PO KL oraz przesyłanie informacji do Komisji Europejskiej oraz Komitetu Monitorującego spoczywa na Instytucji Zarządzającej PO KL.

W ramach sprawozdawczości z działań promocyjnych przewiduje się:

- sprawozdania beneficjentów z wywiązania się z obowiązku promowania projektu i informowania o współfinansowaniu ze środków EFS,
- sprawozdania Instytucji Pośredniczących dotyczące przebiegu działań promocyjnych i informacyjnych,
- sprawozdania przygotowywane przez IZ dla Komitetu Monitorującego PO KL,
Plan komunikacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki – zatwierdzony przez KM PO KL

- coroczne sprawozdania dla Komisji Europejskiej o działaniach podejmowanych przez Instytucję Zarządzającą dla zapewnienia jakości i właściwego wykorzystania promocji PO KL.

Ewaluacja

W ramach ewaluacji działań komunikacyjnych PO KL badane będą pośrednie i bezpośrednie konsekwencje prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych skierowanych do poszczególnych grup docelowych. Badane będą ilości prowadzonych działań i ich rezultaty. Ostatecznym wskaźnikiem ich skuteczności będzie stopień realizacji podstawowych celów Planu komunikacji, których oczekiwanym efektem jest wzrost świadomości roli, jaką EFS odgrywa w rozwoju społeczno – gospodarczym.

Tabela 5: Wskaźniki dla działań komunikacyjnych i metody ich badań

Grupa docelowa	Wskaźniki produktu	Wartość bazowa	Wartość docelowa	Częstotliwość pomiaru	Metoda badania
Opinia publiczna	- Liczba zorganizowanych konferencji, seminariów i innych imprez masowych	400	1700	Kwartalnie	Ankiety monitorujące
	-Liczba uczestników zorganizowanych konferencji, seminariów i innych imprez masowych	80 000	330 000	Kwartalnie	Ankiety monitorujące
	- Liczba odwiedzin serwisów internetowych IZ, IP i IP2	7 200 000	26 000 000	Kwartalnie	Ankiety monitorujące
Media	- Liczba przekazanych komunikatów prasowych	450	1 850	Kwartalnie	Ankiety monitorujące
	- Liczba zorganizowanych konferencji prasowych	100	450	Kwartalnie	Ankiety monitorujące
Instytucje uczestniczące w realizacji programu	- Liczba spotkań grup roboczych	200	1000	Kwartalnie	Ankiety monitorujące
	- Liczba szkoleń dla pracowników instytucji	4000	21 000	Kwartalnie	Ankiety monitorujące
	- Liczba instytucji partnerskich włączonych w realizację programu	150	350	Kwartalnie	Ankiety monitorujące
	- Liczba przeprowadzonych szkoleń	700	2700	Kwartalnie	Ankiety monitorujące
	- Liczba osób, które	27000	62 000	Kwartalnie	Ankiety monitorujące

Beneficjenci i potencjalni beneficjenci	ukończyły szkolenia				
	- Liczba rozdystrybuowanych materiałów promocyjnych i informacyjnych oraz podręczników	2 500 000	10 500 000	Kwartalnie	Ankiety monitorujące
	- Liczba osób odwiedzających punkty informacyjne	20 000	100 000	Kwartalnie	Ankiety monitorujące
	- Liczba osób telefonujących	60 000	240 000	Kwartalnie	Ankiety monitorujące
Uczestnicy projektów i potencjalni uczestnicy projektów	Liczba udzielonych informacji na pytania przesłane drogą elektroniczną	40 000	180 000	Kwartalnie	Ankiety monitorujące
	Liczba wejść do Systemu Wizualizacji Projektów (SWP)	0	13 000 000	Na bieżąco	Statystyki systemu
Grupa docelowa	Wskaźniki rezultatów	Wartość bazowa	Wartość docelowa	Częstotliwość pomiaru	Metoda badania
Opinia publiczna	Stopień rozpoznawalności logotypów PO KL i EFS			Od 2008 roku co 4 lata	Badania ewaluacyjne
Media	Liczba zainspirowanych artykułów prasowych, audycji radiowych i telewizyjnych			Od 2008 roku co 2 lata	Monitoring mediów
Instytucje uczestniczące w realizacji programu	Stopień znajomości procedur i zasad wdrażania PO KL przez pracowników IZ, IP i IP2			Od 2008 roku co 4 lata	Badania ewaluacyjne
Beneficjenci i potencjalni beneficjenci	Liczba składanych projektów			Na bieżąco	KSI
	Liczba projektów odrzuconych			Na bieżąco	KSI
	Średnia wartość punktowa projektów przyjętych do realizacji			Od 2008 roku co 2 lata	Ankiety monitorujące
Uczestnicy projektów i potencjalni uczestnicy projektów	Poziom satysfakcji użytkowników Systemu Wizualizacji Projektów			Od 2008 roku co 4 lata	Ankiety monitorujące
Grupa docelowa	Wskaźniki oddziaływania	Wartość bazowa	Wartość docelowa	Częstotliwość pomiaru	Metoda badania
Opinia publiczna	Poziom wiedzy ogólnej na temat EFS i PO KL			Od 2008 roku co 2 lata	Badania ewaluacyjne

Media	Liczba pozytywnych komunikatów przekazanych pozostałym grupom docelowym za pośrednictwem mediów			Od 2008 roku co 2 lata	Monitoring mediów
Instytucje uczestniczące w realizacji programu	Poziom satysfakcji beneficjentów z usług świadczonych przez IZ, IP i IP2 i z prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych			Od 2008 roku co 2 lata	Badania ewaluacyjne
Uczestnicy projektów i potencjalni uczestnicy projektów	Stopień świadomości uczestnictwa w projektach dofinansowanych ze środków EFS			Od 2008 roku co 2 lata	Badania ewaluacyjne

X. Budżet

Na działania promocyjne i komunikacyjne realizowane w oparciu o *Plan Komunikacji PO KL* przeznaczone zostały środki w ramach Priorytetu X PO KL – Pomoc Techniczna. Indykatorywny budżet przeznaczony na kategorię interwencji 86 – informacja, promocja i ewaluacja - w kwocie 68,5 mln euro.

W ramach Pomocy Technicznej działania realizowane będą w oparciu o Roczne Plany Działań dla Pomocy Technicznej przedstawiane przez IP, łącznie dla swoich działań i działań IP2.

Indykatorywny budżet w podziale na lata (łącznie z ewaluacją):

Rok 2007-2008	- 10 275 tys. EUR
Rok 2009	- 11 645 tys. EUR
Rok 2010	- 10 275 tys. EUR
Rok 2011	- 10 275 tys. EUR
Rok 2012	- 8 220 tys. EUR
Rok 2013	- 8 220 tys. EUR
Rok 2014	- 5 480 tys. EUR
Rok 2015	- 4 110 tys. EUR

XI. Rozwój kapitału ludzkiego instytucji uczestniczących w realizacji PO KL

Cele polityki szkoleniowej

Celem polityki szkoleniowej w ramach PO KL jest:

- zapewnienie kompetentnej, wysokiej jakości kadry wdrażającej PO KL poprzez stałe podnoszenie kwalifikacji, wiedzy oraz kompetencji pracowników;
- umożliwienie rozwoju zawodowego pracowników wpływającego na ich zaangażowanie oraz jakość i efektywność wykonywanej pracy;
- optymalne wykorzystanie dostępnych środków Pomocy Technicznej na szkolenia.

Adresaci polityki szkoleniowej

Adresatami polityki szkoleniowej są:

- pracownicy Instytucji Zarządzającej PO KL;
- pracownicy Instytucji Pośredniczącej;
- pracownicy Instytucji Pośredniczącej drugiego stopnia;
- pracownicy beneficjentów systemowych, za zgodą Instytucji Pośredniczącej lub Instytucji Zarządzającej w przypadku Priorytetu V;
- członkowie Komitetów Monitorujących,
- Pracownicy Krajowego i Regionalnych Ośrodków EFS oraz Krajowej Instytucji Wspomagającej.

Założenia – zadania IP / IP2

- posiadanie oraz efektywne realizowanie własnej polityki szkoleniowej;
- opracowanie, realizacja i bieżąca aktualizacja planów szkoleniowych, w tym indywidualnych planów szkoleniowych dla każdego pracownika.

Indywidualne Plany szkoleń opracowywane są przez stanowisko pracy odpowiedzialne za rozwój kadr we współpracy z bezpośrednim przełożonym oraz zainteresowanym pracownikiem. Analiza potrzeb szkoleniowych musi uwzględniać potrzeby zgłaszane przez bezpośrednich przełożonych oraz indywidualne potrzeby zgłaszane przez poszczególnych pracowników - związane z zakresem zadań realizowanych na danym stanowisku pracy, bądź też uwzględniające planowane zmiany w zakresie obowiązków pracownika.

- realizacja Roczego Planu Szkoleń, o którym mowa w Wytycznych ds. pomocy technicznej;

- utworzenie stanowiska, które będzie odpowiadało za realizację polityki kadrowo-szkoleniowej w danej instytucji;
- respektowanie w procesie rekrutacji i kształcenia zatrudnionych pracowników zalecanych przez IZ metod i narzędzi. Pakiet narzędzi wspierających proces rekrutacji i kształcenia pracowników, tj. opisy stanowisk, macierze kompetencji oraz matryce programów szkoleniowych zawarte są w opracowaniu *Oczekiwana jakość kapitału ludzkiego niezbędnego do realizacji procesu wdrażania PO KL* z kwietnia 2007.

Szkolenia realizowane przez IZ

Instytucja Zarządzająca realizuje następujące działania:

- zapewnia szkolenia z zakresu procesów zachodzących podczas wdrażania PO KL, w tym przede wszystkim odpowiada za organizację spotkań tematycznych grup roboczych w zakresie: finansów i kwalifikowalności, sprawozdawczości, ewaluacji, pomocy technicznej, informacji i promocji, systemów IT, zatrudnienia, edukacji, integracji społecznej, adaptacyjności, administracji i partnerstwa oraz inne grupy powoływane w trakcie wdrażania Programu.
- prowadzi działania w zakresie opracowywania i udostępniania szkoleń e-learningowych;
- prowadzi szkolenia z zakresu tematów horyzontalnych w tym ponadnarodowości oraz innowacyjności oraz szkolenia z polityk, zgodnie z obszarami wsparcia Programu;
- prowadzi szkolenia „training for trainers” z zakresu procesów realizowanych w ramach programu;
- ułatwia dostęp i rozpowszechnia dobre praktyki realizacji polityki szkoleniowej.

Szkolenia realizowane przez IP/IP 2

Instytucja Pośrednicząca, w ramach przydzielonych środków z Pomocy technicznej PO KL, organizuje szkolenia dla własnych pracowników oraz pracowników IP2. IP może przekazać IP2 pulę środków Pomocy technicznej na szkolenia do wykorzystania według własnych potrzeb szkoleniowych.

IP / IP2 realizują szkolenia w zakresie:

- niezbędnym do zapewnienia prawidłowej realizacji PO KL.
- tzw. szkoleń miękkich, tj. szkoleń służących podniesieniu umiejętności osobistych w zakresie zarządzania (organizacja własnej pracy itp.), w zakresie komunikacji z otoczeniem, „obsługi klienta”, w zakresie języków obcych, obsługi komputera, itp.
- podniesienia umiejętności kierowniczych.

Spis tabel:

1. Schemat działań komunikacyjnych
2. Podstawowe (minimalne) kategorie wydawnictw publikowanych w ramach PO KL (wydawane w miarę potrzeb informacyjnych)
3. Harmonogram działań informacyjnych i promocyjnych
4. Harmonogram realizacji głównych narzędzi komunikacji w ramach PO KL
5. Wskaźniki dla działań komunikacyjnych i metody ich badań

Spis rysunków:

1. System komunikacji w ramach NSRO i PO KL
2. Przepływ informacji w komunikacji wertykalnej

Załącznik: Wytyczne dotyczące oznaczania projektów w ramach PO KL