



Załącznik nr II c do Sprawozdania okresowego z realizacji RPO WSL w I półroczu 2012 roku

Formularz sprawozdawczy dotyczący promocji i informacji

Numer programu (CCI):	2007PL161PO019
Nazwa programu:	Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego na lata 2007-2013
Okres sprawozdawczy:	od: 1 stycznia 2012 do: 30 czerwca 2012

1. Zrealizowane działania w zakresie informacji, promocji i szkoleń

W okresie sprawozdawczym Instytucja Zarządzająca RPO WSL prowadziła działania mające na celu podniesienie poziomu wiedzy oraz świadomości ogółu społeczności regionalnej w zakresie możliwości korzystania z Funduszy Europejskich w ramach RPO WSL, a tym samym ukazujące rolę UE w rozwoju społecznym i gospodarczym regionu. Działania były prowadzone zgodnie z *Planem komunikacji RPO WSL na lata 2007-2013* oraz *Rocznym planem działań informacyjnych i promocyjnych na 2012 rok*. Były one adresowane przede wszystkim do opinii publicznej, potencjalnych beneficjentów, beneficjentów oraz partnerów społecznych i gospodarczych. Koncentrowały się na sześciu głównych obszarach: informacja, promocja, edukacja, Internet, ewaluacja, wymiana doświadczeń. Listę najważniejszych działań oraz ich szczegółowy opis przedstawia tabela poniżej:

Lp.	Nazwa działania	Opis działania
Informacja		
1.	Prowadzenie punktów informacyjnych RPO WSL	Funkcjonowanie: <ul style="list-style-type: none">➤ Regionalnego Punktu Informacyjnego,➤ 3 Lokalnych Punktów Informacyjnych,➤ 1 branżowego Punktu Informacyjnego dla przedsiębiorców. Współpraca z: <ul style="list-style-type: none">➤ innymi sieciami informującymi o FE i środkach pomocowych z UE,➤ Punktem FE (prowadzonym w ramach sieci PIFE).
Promocja		
2.	Współpraca z mediami	W ramach promocji wydania pierwszego numeru biuletynu odbyło się spotkanie Marszałka Województwa Śląskiego z dziennikarzami. Spotkanie miało miejsce w Akademii Techniczno-Humanistycznej w Bielsku-Białej, która jest beneficjentem RPO WSL. IZ RPO WSL oraz IP 2 RPO WSL zamieszczała w prasie publikacje w <i>Gazecie Wyborczej</i> , w tym publikacje promocyjne (np. cykl publikacji na temat Funduszy Pożyczkowych i Poręczeniowych, publikacje na temat konkursu „Polska Pięknieje”.

		<p>publikacja na temat konkursu promocyjnego.) i publikacje informacyjne (głównie ogłoszenia o naborach itp.)</p> <p>Ponadto IP2 RPO WSL publikowała artykuły w <i>Dzienniku Zachodnim</i> oraz w <i>Echu Miasta</i> a także reklamę internetową na stronie Dziennika Zachodniego.</p> <p>Bieżąca współpraca.</p>
3.	Współpraca ze stacjami radiowymi	<ul style="list-style-type: none"> ➤ IP2 RPO WSL wyemitowała spoty promocyjne w Radio Katowice, ➤ bieżąca współpraca.
4.	Produkcja materiałów do emisji w telewizji wraz z emisją	<ul style="list-style-type: none"> ➤ regularna emisja spotów - wizytówek projektowych (16 rodzajów spotów o długości 120-240 sekund, 38 emisji).
5.	Produkcja cyklu programów SŁOWNIK POLSKO-EUROPEJSKICH	<ul style="list-style-type: none"> ➤ całoroczna produkcja cyklu programów pt. „Słownik polsko-europejski” (wyemitowano 12 odcinków, każdy o długości około 15 minut).
6.	Biuletyn Informacyjny SILESIA REGION	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wydano 1 numer biuletynu w nakładzie 2000 egzemplarzy. Biuletyn poświęcony tematyce innowacji i przedsiębiorczości oraz społeczeństwu informacyjnemu. Obszary, w których trwają bądź trwały nabory projektów w 2012 roku
7.	Wydawnictwo albumowe ŚLĄSKIE DO PRZODU cz. III	Realizacja planowana w II półroczu
8.	Materiały promocyjne	IP2 RPO WSL zakupiła materiały niezbędne do prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych:
9.	Udział w targach i imprezach wystawienniczych	<p>IZ RPO WSL oraz IP2 RPO WSL uczestniczyły w następujących imprezach wystawienniczych, w ramach których zorganizowane zostały stoiska informacyjno-promocyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ XIV Ogólnopolskie Targi Edukacyjne „Edukacja 2012”, ➤ V Forum Polityki Gospodarczej 2013+, ➤ Śląskie Forum Kobiet, Forum zainicjowane przez Zarząd Województwa Śląskiego, ➤ Konferencja otwierająca organizowana przez GARR S.A. „Zapewnienie usług z zakresu rozwoju firmy dla przedsiębiorców oraz osób zamierzających rozpocząć działalność gospodarczą w formule one-stop-shops”, ➤ II Forum Nowej Gospodarki.

10.	Współpraca z partnerami społecznymi i gospodarczymi	<p>IZ RPO WSL brała udział w konferencji „Myślę, więc planuję, w sukces celuję” organizowanej przez Fundację Viribus.</p> <p>KIP IP2 RPO WSL uczestniczyła w działaniach instytucji partnerskich m.in. spotkaniach dla przedsiębiorców organizowanych przez m.in.</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Wydział Gospodarki, Promocji i Współpracy Międzynarodowej Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego – konferencja „Innowacje Blżej Nas” (styczeń 2012), ➤ Siemianowickie Stowarzyszenie Przedsiębiorców – Debata Gospodarcza na temat „Przedsiębiorcy Śląska i Zagłębia łagodzą kryzys gospodarczy” (luty 2012), ➤ Górnośląską Agencją Rozwoju Regionalnego S.A., Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości S.A. z Żorach, Agencją Rozwoju Przedsiębiorczości S.A w Częstochowie, AT GROUP S.A., FRDL Ośrodek Kształcenia samorządu Terytorialnego im. Waleriana Pańki w Katowicach oraz Stowarzyszenie Bielskie Centrum Przedsiębiorczości - Konferencja otwierająca organizowana przez GARR S.A. „Zapewnienie usług z zakresu rozwoju firmy dla przedsiębiorców oraz osób zamierzających rozpocząć działalność gospodarczą w formule one-stop-shops” (marzec 2012), ➤ Uniwersytet Śląski, Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, Politechnika Śląska, Śląski Uniwersytet Medyczny, Urząd Marszałkowski Województwa Małopolskiego, Krajowa Izba Gospodarcza, Euro InnoPark, Akademia Górniczo-Hutnicza, Uniwersytet Jagielloński, Regionalna Izba Gospodarcza w Katowicach, Izba Przemysłowo-Handlowa w Krakowie (kwiecień 2012).
11.	Kampania o szerokim zasięgu	<p>W kampanii wykorzystano szereg instrumentów typu ATL: prasę, telewizję, Internet oraz przedsięwzięcia typu BTL w postaci dedykowanej wysyłki materiałów oraz wydarzenia plenerowego.</p>
12.	Konkursy	<ul style="list-style-type: none"> ➤ konkursy prowadzone na łamach biuletynu informacyjnego Silesia region, ➤ konkurs „Oglądaj filmy – wygrywaj nagrody” prowadzony na platformie facebook, w I połowie roku odbyły się 2 konkursy, w każdym zostały nagrodzone 3 osoby; nagrodami są bilety umożliwiające wstęp do instytucji kultury oraz miejsc atrakcji turystycznych ufundowane przez Beneficjentów, <p>Współorganizacja w przygotowaniu konkursu „W różnorodności rozwój” wraz z Fundacją Viribus Unitis; Konkurs podzielony był na pięć różnych kategorii komiks, film reklamowy, grafika, prezentacja multimedialna oraz spot radiowy</p>

Edukacja		
13.	Szkolenia dla beneficjentów oraz potencjalnych beneficjentów RPO WSL.	<p>IZ RPO WSL oraz IP2 RPO WSL organizowały szkolenia i warsztaty dla beneficjentów.</p> <p>Szkolenia były prowadzone zarówno przez pracowników instytucji jak i trenerów zewnętrznych. Dotyczyły zakresu merytorycznego ogłaszanych konkursów o dofinansowanie jak i tematyki przekrojowej związanej z procesem realizacji projektu.</p> <p>Część tych szkoleń zorganizowano w Katowicach, pozostałe odbyły się w poszczególnych subregionach województwa.</p>
14.	Działania edukacyjne dla młodzieży	<p>Działania zorganizowane w ramach Pikniku Funduszy Europejskich – konkurs na Facebook , zadania i zabawy w ramach atrakcji plenerowych. Projekt edukacyjny w szkołach w II półroczu.</p>
15.	Eventy o charakterze edukacyjnym, szkoleniowym	<p>Piknik Funduszy Europejskich pod hasłem „Śląskie w sercu Europy”. Razem zmieniamy Śląskie”, przedsięwzięcie plenerowe realizowane wspólnie z IP2 oraz innym wydziałami Urzędu. Wydarzenie w sercu aglomeracji – Wojewódzkim Parku Kultury i Wypoczynku – które zgromadziło kilka tysięcy uczestników.</p> <p>W ramach VII Spotkania Regionalnego Krajowej Sieci Tematycznej ds. partnerstwa, uczestnicy konferencji wzięli udział w wizycie promującej projekt dofinansowany z RPO WSL „Wieczór Promocji Regionu”. Spotkanie odbyło się w siedzibie Muzeum Historii Katowic w zabytkowej dzielnicy Katowic – Nikiszowcu.</p> <p>W ramach Konferencji „Wymiana doświadczeń pomiędzy uczestnikami procesu realizacji NSRO”, uczestnicy wzięli udział w wizytacji projektu dofinansowanego ze środków RPO WSL, „Śladami kulturowych inspiracji Śląska w kontekście wykorzystania funduszy strukturalnych UE–zrewitalizowana Zabytkowa Kopalnia Węgla Kamiennego „Guido”.</p>
Internet		
16.	Prowadzenie i udoskonalenie portalu RPO WSL	<p>Bieżąca obsługa witryny IZ RPO WSL</p> <p>Bieżąca wysyłka newsletterów</p>
17.	Prowadzenie witryny promocyjnej portalu RPO WSL	<p>Współpraca IZ oraz IP2 jak również duże zaangażowanie beneficjentów w tworzenie strony promocyjnej.</p> <p>Stworzono anglojęzyczną wersję strony promocyjnej</p>
18.	Prowadzenie portalu Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości jako IP2 RPO WSL	Bieżąca obsługa witryny
19.	Współpraca z Ministerstwem Rozwoju Regionalnego oraz podmiotami zaangażowanymi we wdrażanie FE	Bieżące przygotowywanie i zamieszczanie informacji na stronie MRR funduszeuropejskie.gov.pl
Ewaluacja		

20.	Badania ewaluacyjne prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych.	Stały monitoring stron za pomocą narzędzia Google Analytics, który pozwala na pozyskiwanie danych służących ewaluacji działań w zakresie stron internetowych. Bieżąca ewaluacja spotkań szkoleniowych i warsztatowych.
Wymiana doświadczeń		
21.	Współpraca w ramach Grupy Sterującej ds. Informacji i Promocji FE	Udział w spotkaniach grupy oraz w szkoleniach i wymianie doświadczeń.
22.	Grupa robocza ds. Informacji i Promocji	Efektywna współpraca pomiędzy Wydziałami Urzędu Marszałkowskiego – Wydział Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego, Terenów Wiejskich oraz innymi instytucjami uczestniczącymi we wdrażaniu w realizacji Programów finansowanych z FE w Województwie Śląskim - Śląskim Centrum Przedsiębiorczości, Wojewódzkim Urzędem Pracy

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

2. Postęp rzeczowy działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych¹

Obszar	Wskaźnik	Jednostka miary	Rok	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015				
			Półrocze	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II			
Sieć Punktów Informacyjnych	Liczba odpowiedzi udzielonych drogą elektroniczną	szt.	Realizacja	0	0	400	1120	1680	2630	4560	6717	8351	10599	12048										
			Wartość docelowa ²⁾	0		1220		1500		1500		1500		1500								5000		
			Wartość bazowa																					
	Liczba odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną	szt.	Realizacja	0	0	3000	6500	14000	17000	24355	30450	34600	40169	43752										
			Wartość docelowa	0		6500		4500		4500		4500		2000									20000	
			Wartość bazowa																					
	Liczba funkcjonujących punktów	szt.	Realizacja	0	0	1	3	4	5	5	5	5	5	5										
			Wartość docelowa	0		4		5		5		5		5									5	
			Wartość bazowa																					

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

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

	Liczba osób odwiedzających punkty	osób	Realizacja	0	0	400	1100	3900	5400	9437	11807	13638	16740	19586								
			Wartość docelowa	0		1200		1200		1200		1200		1500						10000		
			Wartość bazowa																			
Przedsięwzięcia medialne/edukacyjne	Liczba przeprowadzonych przedsięwzięć medialnych/, edukacyjnych	szt.	Realizacja	18	18	19	20	22	23	26	28	32	39									
			Wartość docelowa	0		1		3		4		4		4						20		
			Wartość bazowa																			
Przedsięwzięcia medialne/edukacyjne	Liczba artykułów prasowych, audycji radiowych i telewizyjnych, będących bezpośrednim efektem prowadzonych przedsięwzięć medialnych edukacyjnych	szt.	Realizacja	3	3	3	29	51	62	100	119	122	290									
			Wartość docelowa	0		0		10		10		10		137						100		
			Wartość bazowa																			

Konferencje, seminaria, wykłady, warsztaty, prezentacje	Liczba zorganizowanych szkoleń, seminariów, warsztatów i innych rodzajów spotkań	szt.	Realizacja	0	0	25	42	75	109	138	164	183	218	236							
			Wartość docelowa	0		42		30		25		25		20					175		
			Wartość bazowa																		
Konferencje, seminaria, wykłady, warsztaty, prezentacje	Liczba osób uczestniczących w spotkaniach	osób	Realizacja	1044		3344	4944	7744	9731	11006	12651	13668	15683	16872							
			Wartość docelowa	0		2900		2000		2500		2500		2000					9000		
			Wartość bazowa																		
Biuletyn	Liczba egzemplarzy biuletynu	szt.	Realizacja	0	0	2000	4000	4000	8000	12 000	18 000	21000	3000 0	32000							
			Wartość docelowa	0		0		10000		10 000		10000		12000					40000		
			Wartość bazowa																		
	Liczba wydanych numerów	szt.	Realizacja	0	0	1	2	2	4	6	9	10	13	14							
			Wartość docelowa	0		0		2		5		5		4					20		
			Wartość bazowa																		

Wizytacje projektów, ekspozycje projektów	Liczba zorganizowanych wizytacji projektów oraz ekspozycji projektów	szt.	Realizacja	0	0	0	0	0	2	3	5	7	11	14							
			Wartość docelowa	0		0		2		2		1		4						4	
			Wartość bazowa																		
	Liczba osób uczestniczących w wizytacjach projektów oraz ekspozycjach projektów	osób	Realizacja	0	0	0	0	0	99	199	234	239	529	679							
			Wartość docelowa	0		0		20		20		20		60						70	
			Wartość bazowa																		
Druki i materiały audiowizualne	Liczba tytułów, rodzajów wydanych publikacji, broszur informacyjnych, ulotek, reklam, plakatów, materiałów audiowizualnych	szt.	Realizacja	3	8	13	23	29	29	53	63	77	79								
			Wartość docelowa	0	10		4		4		4		10						20		
			Wartość bazowa																		
	Liczba egzemplarzy wydrukowanych/wydanych publikacji, broszur informacyjnych, ulotek, reklam, plakatów, materiałów audio-wizualnych	szt.	Realizacja	0	0	8000	13000	13000	17280	17280	34292	34500	47015	49027							
			Wartość docelowa	0	13000		10000		10 000		10000		14000						500 000		
			Wartość bazowa																		

Serwisy Internetowe, newsletter	Liczba serwisów	szt.	Realizacja	0	0	2	2	2	2	2	3	3	3	3							
			Wartość docelowa	0		2		2		2		2		2							
			Wartość bazowa																		
	Liczba odwiedzin serwisów	szt.	Realizacja	0	0	5000	1100	44200	10153	15013	19070	225	260	294							
			Wartość docelowa	0		6000		0		800 000		500000		30000						800 000	
			Wartość bazowa																		
	Liczba zarejestrowanych podmiotów, które otrzymują komunikaty poprzez newsletter	szt.	Realizacja	0	0	3100	3400	3500	3500	5102	4756	429	448	459							
			Wartość docelowa	0		3400		3000		3 000		3000		3000						4000	
			Wartość bazowa																		
	Liczba rozesłanych informacji newsletterem ³	szt.	Realizacja	0	0	50	110	155	185	255	338	396	463	536							
			Wartość docelowa	0		110		50		100		100		100						450	
			Wartość bazowa																		
Raportowanie	Liczba sporządzonych raportów	szt.	Realizacja	0	0	0	0	1	2	3	4	5	6	7							
			Wartość docelowa	0		0		0		2		2		2						14	
			Wartość bazowa																		

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

³ strony rpo.slaskie.pl oraz rpo-promocja.slaskie.pl mają wspólny newsletter

3. Informacja nt. udostępnienia listy beneficjentów

W okresie sprawozdawczym lista beneficjentów była aktualizowana za pomocą systemu informatycznego SIWIZ i wszelkie zmiany w tej liście następowały automatycznie w chwili wystąpienia następujących zdarzeń:

- zamknięcia naboru projektów,
- zakończenia poszczególnych etapów oceny projektów,
- podjęcia decyzji o wyborze do dofinansowania oraz podpisania umowy z beneficjentem.

Listy beneficjentów zawierające informacje o dofinansowaniu były aktualizowane na bieżąco.

Aktualizacja listy beneficjentów 81razy .

** niepotrzebne skreślić*

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

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

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

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

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

- | | |
|---|------------------------------|
| <input checked="" type="checkbox"/> Tak - ankiety szkoleniowe, ankiety dla osób korzystających z usług punktów informacyjnych | <input type="checkbox"/> Nie |
|---|------------------------------|

5.2. W wyniku przeprowadzonej oceny działań lub analizy informacji zwrotnych Instytucja Zarządzająca podjęła następujące działania usprawniające:

Współpraca z IP2 RPO WSL oraz pozostałymi referatami wydziału przy organizacji i przeprowadzaniu szkoleń dla Beneficjentów, realizacja warsztatów dla Beneficjentów.

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

Tak Nie

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

- A. Tak w zakresie aktualizacji wskaźników.
- B. Doprecyzowanie zakładanych efektów planowanych działań informacyjno-promocyjnych.
- C. Urealnienie wskaźników przyjętych w Planie Komunikacji.

5.5. Planowane modyfikacje wynikają z następujących przyczyn:

- A. Znaczącego wzrostu zainteresowania portalem internetowym oraz punktami.
- B. Duży poziom ogólności zakładanych efektów planowanych działań promocyjno – informacyjnych.
- C. Rozbieżność pomiędzy zakładanymi wskaźnikami a realnym ich osiągnięciem

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

Tak Nie

5.7. Zidentyfikowane istotne zagrożenia dotyczą:

Przesunięcia w czasie względem przyjętego harmonogramu realizacji poszczególnych działań na skutek przedłużających się procedur zamówień publicznych.

6. Informacje dodatkowe

Działania edukacyjne dla młodzieży:

W ramach *Pikniku Funduszy Europejskich* zorganizowano konkurs, w którym nagrodą było tygodniowe stypendium o wartości 600 zł na Międzynarodową Konferencję Tańca Współczesnego i Festiwal Sztuki Tanecznej ufundowane przez Śląski Teatr Tańca w Bytomiu beneficjenta projektu dofinansowanego z RPO WSL.

Ponadto w trakcie trwania *Pikniku* dzieci i młodzież brały udział w licznych konkursach dotyczących wiedzy o funduszach unijnych oraz miały możliwość sprawdzenia swoich umiejętności i wiedzy w trakcie gry „Ruszaj po EURO”.

Szkolenia dla beneficjentów oraz potencjalnych beneficjentów RPO WSL:

W I półroczu br. w szkoleniach organizowanych przez Wydział Rozwoju Regionalnego udział wzięło łącznie 117 osób. W warsztatach udział wzięło 337 osób

Liczba przeprowadzonych przedsięwzięć medialnych/, edukacyjnych

W I półroczu br. IZ RPO WSL oraz IP2 RPO WSL przeprowadziły 7 przedsięwzięć medialnych/edukacyjnych:

- 2 cykle publikacji nt konkursów,
- cykl artykułów nt. funduszy pożyczkowych i poręczeniowych,
- publikacja dotycząca informacji o pozostałych do wykorzystania środkach finansowych,
- emisja wizytówek projektowych,
- cykl programów „Słownik polsko-europejski”,
- Piknik Funduszy Europejskich.

W ramach w/w przedsięwzięć medialnych/edukacyjnych zrealizowano:

IZ RPO WSL :

- Piknik Funduszy Europejskich,
- wyemitowano 12 odcinków „Słownika polsko-europejskiego”,
- wyemitowano 38 wizytówek projektów,
- powstało 8 publikacji nt konkursów,
- opublikowano 2 artykuły nt. funduszy pożyczkowych i poręczeniowych.

IP2 RPO WSL

- 100 spotów w czerwcu w dwóch turach,
- 4 artykuły (w Dzienniku Zachodnim i Echu Miasta),
- 2 ogłoszenia o konkursach,
- 2 emisje belki ekspandowanej na stronie *Dziennika Zachodniego*.

Prowadzenie i obsługa stron internetowych:

Strona główna www.rpo.slaskie.pl – w porównaniu z II kwartałem 2011 r. wskaźniki wzrosły o 2-4%, zanotowano 165 034 odwiedzin, strona posiada 60 690 użytkowników. Strona promocyjna bardzo szybko się rozwija, dane liczbowe są o ok. 45% wyższe w porównaniu z II kwartałem 2011r. Zanotowano 15 054 odwiedzin, strona posiada 10 277 użytkowników. Ponadto od 13 lutego br. funkcjonuje anglojęzyczna wersja strony dostępna pod adresem <http://rpo-promocja.slaskie.pl/en/>, w I półroczu 2012 r. zanotowano 986 odsłon. Strona www.scp-slask.pl odnotowała w I półroczu 2012 r. 158 789 odwiedzin.

Współpraca z Ministerstwem Rozwoju Regionalnego oraz podmiotami zaangażowanymi we wdrażanie FE:

W I półroczu 2012 roku zamieściliśmy na Portalu Funduszy Europejskich, prowadzonym przez MRR, łącznie 59 informacji dotyczących najważniejszych, bieżących wydarzeń z zakresu RPO WSL.