



**PROGRAM  
REGIONALNY**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO



Załącznik nr X do Sprawozdania rocznego z realizacji RPO WSL w roku 2012

## Formularz sprawozdawczy dotyczący promocji i informacji

<b>Numer programu (CCD):</b>	2007PL161PO019
<b>Nazwa programu:</b>	Regionalny Program Operacyjny Województwa Śląskiego na lata 2007-2013
<b>Okres sprawozdawczy:</b>	od: 1 stycznia 2012 do: 31 grudnia 2012

### 1. Zrealizowane działania w zakresie informacji, promocji i szkoleń

W okresie sprawozdawczym Instytucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Śląskiego na lata 2007-2013 (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
<b>Informacja</b>		
1.	Prowadzenie punktów informacyjnych RPO WSL	Funkcjonowanie: - Regionalnego Punktu Informacyjnego - 3 Lokalnych Punktów Informacyjnych - 1 branżowego Punktu Informacyjnego dla przedsiębiorców. Współpraca z: - innymi sieciami informującymi o FE i środkach pomocowych z UE - Punktem FE (prowadzonym w ramach sieci MRR).
<b>Promocja</b>		

2.	Współpraca z mediami	<p>Współpraca przy produkcji drugiego cyklu programów pt. „Słownik polsko-europejski” (łącznie 24 odcinków , każdy o długości około 15 minut).</p> <p>Cykl czterech spotkań Marszałka i lokalnych samorządowców z dziennikarzami lokalnych mediów w subregionach. Spotkania towarzyszyły wydaniom poszczególnych numerów biuletynu Silesia Region.</p> <p>Bieżąca współpraca przy realizacji przez media zadań w ramach konkursu dotacji na działania promocyjne.</p> <p>Bieżąca współpraca z mediami poprzez Biuro Prasowe UMWS.</p> <p>W ramach projektu „Ruszaj Po euro” podjęta została współpraca z lokalnymi wydawnictwami prasowymi polegająca na publikacji artykułów o samym projekcie oraz o efektach wdrażania RPO WSL w regionie. Publikacje pojawiły się na łamach Gońca Górnosląskiego, Kroniki Beskidzkiej, Gazety Częstochowskiej, Tygodnika Regionalnego „Nowiny Rybnickie”, Echo-Górnosląskiego Tygodnika Regionalnego, Metro.</p>
3.	Współpraca ze stacjami radiowymi	<p>Kampanie radiowe (Radio Katowice, ANTYRADIO, Radio Jura), w ramach których wyprodukowano i wyemitowano 2 spoty radiowe oraz 15 rozmów radiowych promujących dobre praktyki.</p>
4.	Produkcja materiałów do emisji w telewizji wraz z emisją	<p>Produkcja spotu promocyjnego promującego efekty Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013. Przez cały miesiąc można go było zobaczyć na antenie regionalnej TVP Katowice. W sumie odbyły się 92 emisje spotu. Średnia oglądalność 1 emisji: to 27 986 osób</p> <p>Ponadto, IZ RPO WSL emitowała na antenie TVP Katowice spoty wyprodukowane w 2010 i 2011 roku:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• W sumie odbyły się 103 emisje 34 spotów o różnych parametrach czasowych</li> <li>• Średnia oglądalność 1 emisji to 14 367 osób</li> </ul>

5.	Produkcja cyklu programów Słownik Polsko-Europejski	<p>Przez cały 2012 rok na antenie TVP Katowice wyemitowano cykl 24 audycji pt. „Słownik polsko-europejski” (cykl został zapoczątkowany w 2011 roku i wówczas wyemitowano 17 odcinków).</p> <p>Omawiane pojęcia z zakresu UE i FE (w sumie 72) zostały pogrupowane w większe kategorie tematyczne, tzw. „szufladki”, według porządku: „Pomysł” – „Wniosek” – „Konkurs” – „Realizacja” – „Rozliczenie projektu” – „Trwałość”.</p> <p>W sumie odbyło się 50 emisji (razem z powtórkami), a średnia oglądalność 1 emisji wyniosła 13 732 osób.</p>
6.	Biuletyn Informacyjny SILESIA REGION	<p>IZ we współpracy z IP2 wydała cztery numery biuletynu Informacyjnego Silesia Region, w których prezentowano artykuły ekspertów oraz dobre praktyki wdrażania projektów oraz sam proces wdrażania RPO WSL w 2012 roku. Każdy z numerów nawiązywał do podsumowania wdrażania RPO WSL w poszczególnych subregionach, które to podsumowania były również przedmiotem spotkań z dziennikarzami. Spotkania te towarzyszyły wydaniu każdego numeru biuletynu.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Konkursy prowadzone na łamach biuletynu informacyjnego SilesiaRegion.</li> <li>•</li> <li>• Konkursy prowadzone na platformie face book - fun page województwa śląskiego, które odnosiły do strony promocyjnej RPO WSL.</li> </ul>
7.	Wydawnictwo albumowe ŚLĄSKIE DO PRZODU CZ. III	<p>Opracowano i wydano III część wydawnictwa albumowego pt. „Śląskie do przodu” tworzonego zgodnie z ideą cyklu wydawniczego pokazującego w kolejnych latach efekty wdrażania programu.</p>
8.	Materiały promocyjne	<p>IZ RPO WSL oraz IP2 realizowało zakupy materiałów promocyjnych w celu wzmocnienia działań promocyjnych i informacyjnych. W tym celu materiały były przekazywane podczas spotkań informacyjnych i szkoleniowych, stanowiły nagrody w konkursach prowadzonych na łamach biuletynu informacyjnego oraz w ramach innych konkursów i działań wystawienniczych. Zakupiono między innymi: artykuły piśmiennicze, teczki, USB, foto-stand w ramach projektu „Ruszaj Po eurO”, kalendarze, drobne gadzety.</p>

9.	<p>Udział w targach i imprezach wystawienniczych</p>	<p>IZ oraz IP 2I uczestniczyły w następujących imprezach wystawienniczych, w ramach których zorganizowane zostały stoiska informacyjno-promocyjne:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- IV Salon Funduszy Europejskich – w ramach XIII Ogólnopolskich Targów Edukacja we współpracy z RCIE</li> <li>- stoisko promocyjne w Brukseli ramach wydarzenia Open Days 2012,</li> </ul>
10.	<p>Współpraca z partnerami społecznymi i gospodarczymi</p>	<p>IZ RPO WSL współpracuje z wybranymi stowarzyszeniami branżowymi, organizacjami pozarządowymi, samorządowymi oraz instytucjami otoczenia biznesu.</p> <p>JIZ i IP 2 wzięły udział w czwartym Salonie Funduszy Europejskich, wydarzeniu towarzyszącym Ogólnopolskim Targom „Edukacja 2012” organizowanych przez Fundację na Rzecz Wspierania Edukacji i Rozwoju Samorządności wśród Młodzieży VIRIBUS UNITIS.</p> <p>Współpraca z Biurem Regionalnym w Brukseli oraz Komitetem Regionów w zakresie udziału Województwa Śląskiego w Europejskim Tygodniu Regionów i Miast OPEN DAYS, wraz z 12 partnerami. IZ RPO WSL współorganizowała jeden z warsztatów pt. Be Smart - Think City! How to match smartness, sustainability and inclusion in governing Europe of tomorrow?".</p> <p>Organizacja stoisk informacyjnych w ramach wydarzeń towarzyszących konferencjom organizowanym przez: m.in. Górnośląską Agencję Rozwoju Regionalnego, Agencję Rozwoju Regionalnego w Żorach, Agencję Rozwoju Regionalnego w Częstochowie, Punkt Informacyjny Funduszy Europejskich w Katowicach, Sosnowiecki Park Naukowo – Technologiczny, Park Naukowo – Technologiczny TECHNOPARK w Gliwicach.</p>

<p>11.</p>	<p>Kampania o szerokim zasięgu</p>	<p>Wszystkie działania w ramach kampanii były prowadzone w celu zobrazowania hasła RPO WSL Realna odpowiedź na realne potrzeby. Hasłem wspierającym było Śląskie do Przodu! Wykorzystano następujące narzędzia:</p> <p><b>Internet:</b></p> <p>Całoroczny konkurs „Oglądaj filmy - wygrywaj nagrody”, prowadzony na stronie promocyjnej „Śląskie do Przodu!, którego celem była promocja projektów pokazanych na filmowych wizytówkach projektów, które są udostępnione na stronie. Udział w konkursie oraz odpowiedzi na pytanie konkursowe wymagały wejścia na stronę i obejrzenia filmu.</p> <p>3 reklamy w postaci belki ekspandowanej oraz 1 artykuł internetowy na stronie <a href="http://www.dziennikzachodni.pl">www.dziennikzachodni.pl</a>, która prowadziła do podlinkowanej strony promocyjnej Śląskie do Przodu.</p> <p><b>Radio:</b></p> <p>Radio Katowice, ANTYRADIO, Radio Jura), w ramach których wyprodukowano 2 spoty radiowe oraz 15 rozmów radiowych promujących dobre praktyki.</p> <p>Telewizja:</p> <p>Całoroczna emisja odcinków Słownika Polsko-Europejskiego, które nawiązują grafiką i odniesieniem się do strony promocyjnej Śląskie do Przodu. Odcinki poza tłumaczeniem trudnej nomenklatury unijnej zawierały promocję dobrych praktyk poprzez pokazanie zrealizowanych projektów.</p> <p>Emisji odcinków Słownika towarzyszyła również emisja wizytówek filmowych promujących dobre praktyki poprzez pokazanie zrealizowanych projektów dofinansowanych z RPO WSL.</p> <p><b>Prasa:</b></p> <p>Cykl artykułów, które tematem i grafiką nawiązywały do pozostałych prowadzonych działań, a w przedmiocie zawierały promocję dobrych praktyk poprzez pokazanie zrealizowanych projektów.</p>
<p><b>Edukacja</b></p>		

<p>12.</p>	<p>Szkolenia dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów RPO WSL</p>	<p>IZ oraz IP2 organizowały szkolenia i warsztaty dla beneficjentów wykorzystując w tym celu zarówno swoich pracowników, jak i angażując w dużej mierze ekspertów zewnętrznych w różnych dziedzinach tematycznych związanych z realizacją projektów.</p> <p>IZ RPO WSL: Organizacja i prowadzenie szkoleń i warsztatów dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów RPO WSL w następujących tematach:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zasady wsparcia przedsiębiorców telekomunikacyjnych inwestujących w budowę infrastruktury szerokopasmowej w ramach działania 2.1</li> <li>• z zakresu Poddziałania 1.1.1 Infrastruktura rozwoju gospodarczego</li> <li>• Konsultacje Założeń Umowy Ramowej</li> <li>• 8 spotkań warsztatowych w temacie kontroli i rozliczania projektów</li> <li>• Rozliczanie projektów unijnych</li> <li>• Społeczeństwo Informacyjne</li> <li>• Pomoc publiczna</li> <li>• Zamówienia Publiczne</li> <li>• Prawne aspekty umów o dofinansowanie</li> <li>• Kontrola i sprawozdawczość w projektach unijnych</li> <li>• Rozliczanie projektów unijnych</li> <li>• Dotacje unijne a ustawa o finansach publicznych</li> <li>• Prawne aspekty umów o dofinansowanie</li> <li>• Planowanie i zarządzanie strategiczne.</li> </ul> <p>IP2: Organizacja i prowadzenie szkoleń i warsztatów dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów RPO WSL w następujących tematach:</p> <p>9 spotkań informacyjnych w zakresie ogłaszanych konkursów. Spotkania odbywały się w: Jastrzębiu-Zdroju, Bielsku-Białej, Częstochowie i Chorzowie.</p> <p>16 warsztatów informacyjnych nt. podpisywania umów, rozliczania projektów w ramach RPO WSL 2007-2013.</p>
------------	--	--

13.	Działania edukacyjne dla młodzieży	<p>Zrealizowano kolejną edycję cyklu zajęć edukacyjnych w oparciu o grę „Ruszał Po euro”. Odbiorcami działań była młodzież z 20 szkół ponadgimnazjalnych w regionie. W ramach projektu w każdej szkole przeprowadzono zajęcia edukacyjne w oparciu o scenariusz lekcyjny, które obejmowały 2 godziny lekcyjne. Po zrealizowaniu całego cyklu w szkołach zorganizowany został <b>Wielki Finał, który miał miejsce</b> w Katowicach przy okazji Targów Funduszy Europejskich, w nowo otwartym Centrum Informacji Naukowej i Bibliotece Akademickiej. Przed uczestnikami Finału postawiono zadanie <b>stworzenia autorskiego fotoreportażu</b> w formie prezentacji multimedialnej, przedstawiającego jeden lub kilka projektów zrealizowanych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013.</p>
14.	Eventy i duże wydarzenia o charakterze edukacyjnym.	<p>Piknik Funduszy Europejskich w ramach Dni Województwa Śląskiego pod hasłem „Śląskie w sercu Europy”. Impreza plenerowa realizowana wspólnie z IP2 oraz instytucjami wdrażającymi EFS, PROW, PO Ryby, KSOW. Wydarzenie w sercu aglomeracji – Wojewódzkim Parku Kultury i Wypoczynku – które zgromadziło kilkanaście tysięcy uczestników.</p> <p>VII edycja Targów Funduszy Europejskich. spotkania były poświęcone tematyce <b>polityki miejskiej i partnerstwa</b>. Podobnie jak w roku ubiegłym, skoncentrowaliśmy się też na prezentacji projektów już zakończonych. Konferencje odbywały się <b>we wszystkich subregionach</b>, tj. w Katowicach, Częstochowie, Rybniku i Bielsku-Białej. Co warto podkreślić, w miejscach, które powstały lub zostały odnowione przy wsparciu pochodzącym z unijnych środków.</p> <p>TFE były włączone do wydarzeń lokalnych w ramach Europejskiego Tygodnia Regionów i Miast OPEN DAYS, odbywającego się w Brukseli, gdzie Województwo śląskie wraz z 12 partnerami tworzącymi konsorcjum na rzecz rozwoju inteligentnych miast było współorganizatorem jednego z warsztatów pt. Be Smart - Think City! How to match smartness, sustainability and inclusion in governing Europe of tomorrow?"</p>
<b>Internet</b>		
15.	Prowadzenie i udoskonalenie portalu RPO WSL	Bieżąca obsługa witryny IZ RPO WSL. Bieżąca wysyłka newsletterów.

16.	Prowadzenie witryny promocyjnej portalu RPO WSL	Współpraca IZ RPO WSL oraz IP2 jak również duże zaangażowanie beneficjentów w tworzenie strony promocyjnej.  Stworzenie i bieżące aktualizowanie wersji angielskojęzycznej strony promocyjnej.
17.	Prowadzenie portalu Śląskiego Centrum Przedsiębiorczości jako IP 2 RPO WSL.	Bieżące prowadzenie i aktualizowanie strony internetowej: scp-slask.pl, którą zarządza Śląskie Centrum Przedsiębiorczości. Bieżąca wysyłka newsletterów.
18.	Współpraca z MRR oraz podmiotami zaangażowanymi we wdrażanie FE	Na bieżąco realizowana jest współpraca redaktorów w zakresie wprowadzania informacji na stronę funduszeuropejskie.gov.pl (92 zamieszczonych informacji na stronie)
<b>Ewaluacja</b>		
19.	Badania ewaluacyjne prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych poprzez stronę internetową	Zlecenie wykonania ekspertyzy w zakresie WEB usability dla trzech stron internetowych: <ul style="list-style-type: none"> <li>• rpo.slaskie.pl</li> <li>• rpo-promocja.slaskie.pl</li> <li>• scp-slask.pl</li> </ul> <p>Prowadzony na bieżąco stały monitoring stron za pomocą narzędzia Google Analytics, który pozwala na pozyskiwanie danych służących ewaluacji działań w zakresie stron internetowych.</p>
<b>Wymiana doświadczeń</b>		
20.	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
21.	Współpraca w ramach Grupy Sterującej ds. Informacji i Promocji FE	Udział w spotkaniach grupy oraz w szkoleniach i wymianie doświadczeń

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 szkoleniowych<sup>1</sup>

Obszar	Wskaźnik	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	Realizacja	0	0	400	1120	1680	2630	4560	6717	8351	10599	12048	12810						
		Wartość docelowa <sup>2)</sup>	0		1220		1500		1500		1500		1500						5000	
		Wartość bazowa																		
	Liczba odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną	Realizacja	0	0	3000	6500	14000	17000	24355	30450	34600	40169	43752	45950						
		Wartość docelowa	0		6500		4500		4500		4500		2000						20000	
		Wartość bazowa																		
	Liczba funkcjonujących punktów	Realizacja	0	0	1	3	4	5	5	5	5	5	5	5						
		Wartość docelowa	0		4		5		5		5		5						5	
		Wartość bazowa																		

<sup>1)</sup> 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”).

<sup>2)</sup> 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	<b>Realizacja</b>	0	0	400	1100	3900	5400	9437	11807	13638	16740	19586	21291						
		<b>Wartość docelowa</b>	0		1200		1200		1200		1200		1500				10000			
		<b>Wartość bazowa</b>																		
Przedsięwzięcia medialne/edukacyjne	Liczba przeprowadzonych przedsięwzięć medialnych/, edukacyjnych	<b>Realizacja</b>	18	18	19	20	22	23	26	28	32	39	48							
		<b>Wartość docelowa</b>	0	1		3		4		4		4				20				
		<b>Wartość bazowa</b>																		
Przedsięwzięcia medialne/edukacyjne	Liczba artykułów prasowych, audycji radiowych i telewizyjnych, będących bezpośrednim efektem prowadzonych przedsięwzięć medialnych edukacyjnych	<b>Realizacja</b>	3	3	3	29	51	62	100	119	122	290	409							
		<b>Wartość docelowa</b>	0	0		10		10		10		137				100				
		<b>Wartość bazowa</b>																		

Konferencje, seminaria, wykłady, warsztaty, prezentacje	Liczba zorganizowanych szkoleń, seminariów, warsztatów i innych rodzajów spotkań	<b>Realizacja</b>	0	0	25	42	75	109	138	164	183	218	236	264																
		<b>Wartość docelowa</b>	0		42		30		25		25		20					175												
		<b>Wartość bazowa</b>																												
Konferencje, seminaria, wykłady, warsztaty, prezentacje	Liczba osób uczestniczących w spotkaniach	<b>Realizacja</b>	1044		3344		4944		7744		9731		11006		12651		13668		15683		16872		18575							
		<b>Wartość docelowa</b>	0		2900		2000		2500		2500		2000					9000												
		<b>Wartość bazowa</b>																												
Biuletyn	Liczba egzemplarzy biuletynu	<b>Realizacja</b>			2000	4000	4000	8000	12 000	18 000	210 00	300 00	320 00	40 000																
		<b>Wartość docelowa</b>					10000		10 000		10000		12000					40000												
		<b>Wartość bazowa</b>																												
	Liczba wydanych numerów	<b>Realizacja</b>			1	2	2	4	6	9	10	13	14	17																
		<b>Wartość docelowa</b>					2		5		5		4					20												
	<b>Wartość bazowa</b>																													

Wizytacje projektów, ekspozycje projektów	Liczba zorganizowanych wizytacji projektów oraz ekspozycji projektów	<b>Realizacja</b>	0	0	0	0	0	2	3	5	7	11	14	17						
		<b>Wartość docelowa</b>	0		0		2		2		1		4						4	
		<b>Wartość bazowa</b>																		
	Liczba osób uczestniczących w wizytacjach projektów oraz ekspozycjach projektów	<b>Realizacja</b>	0	0	0	0	0	99	199	234	239	529	679	745						
		<b>Wartość docelowa</b>	0		0		20		20		20		60						70	
		<b>Wartość bazowa</b>																		
Druki i materiały audiowizualne	Liczba tytułów, rodzajów wydanych publikacji, broszur informacyjnych, ulotek, reklam, plakatów, materiałów audiowizualnych	<b>Realizacja</b>	3	8	13	23	29	29	53	63	77	79	84							
		<b>Wartość docelowa</b>	0	10		4		4		4		10						20		
		<b>Wartość bazowa</b>																		
	Liczba egzemplarzy wydrukowanych/wydanych publikacji, broszur informacyjnych, ulotek, reklam, plakatów, materiałów audiowizualnych	<b>Realizacja</b>	0	0	8000	13000	13000	17280	17280	34292	34500	47015	49027	61527						
		<b>Wartość docelowa</b>	0	13000		10000		10 000		10000		14000						500 000		
		<b>Wartość bazowa</b>																		

<b>Serwisy Internetowe, newsletter</b>	Liczba serwisów	<b>Realizacja</b>	0	0	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3						
		<b>Wartość docelowa</b>	0		2		2		2		2		2							
		<b>Wartość bazowa</b>																		
	Liczba odwiedzin serwisów	<b>Realizacja</b>	0	0	5000 0	1100 0	44200 00	10153 49	15013 37	19070 21	225 205 3	260 520 9	294 407 2	32384 39						
		<b>Wartość docelowa</b>	0		6000		0		800 000		500000		30000							800 000
		<b>Wartość bazowa</b>																		
	Liczba zarejestrowanych podmiotów, które otrzymują komunikaty poprzez newsletter	<b>Realizacja</b>	0	0	3100	3400	3500	3500	5102	4756	429 0	448 3	459 4	4710						
		<b>Wartość docelowa</b>	0		3400		3000		3 000		3000		3000							4000
		<b>Wartość bazowa</b>																		
	Liczba rozesłanych informacji newsletterem	<b>Realizacja</b>	0	0	50	110	155	185	255	338	396	463	536	598						
		<b>Wartość docelowa</b>	0		110		50		100		100		100							450
		<b>Wartość bazowa</b>																		
<b>Raportowanie</b>	Liczba sporządzonych raportów	<b>Realizacja</b>	0	0	0	0	1	2	3	4	5	6	7	8						
		<b>Wartość docelowa</b>	0		0		0		2		2		2							14
		<b>Wartość bazowa</b>																		

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

## 2. Informacja nt. udostępnienia listy beneficjentów

Institucja Zarządzająca opublikowała listę beneficjentów programu, zawierającą nazwy beneficjentów, tytuły operacji oraz wielkość wkładu publicznego / wkładu publicznego w części odpowiadającej KE i budżetowi państwa\* w Internecie pod adresem/adresami: [www.rpo.slaskie.pl](http://www.rpo.slaskie.pl) oraz [www.scp-slask.pl](http://www.scp-slask.pl).

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.

W okresie sprawozdawczym lista beneficjentów była aktualizowana 124 razy.

## 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 checked="" type="checkbox"/> Przedstawicielstwo KE w Polsce                              | <input checked="" type="checkbox"/> Instytucje oświatowe               |

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

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

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

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

Intensyfikacja współpracy z IP2 RPO WSL oraz pozostałymi pracownikami wydziału przy organizacji i przeprowadzaniu szkoleń dla Beneficjentów.

Modernizacja stron internetowych w celu zwiększenia ich użyteczności.

**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  Nie dotyczy

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

A.....  
B.....  
C.....

**5.5.** Planowane modyfikacje wynikają z następujących przyczyn:

A.....  
B.....  
C.....

**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

### *Ewaluacja*

Mając na względzie skuteczne i nowoczesne zarządzanie prowadzonymi portalami internetowymi, IZ RPO WSL zleciła firmie EDISONDA Sp. z o.o. przeprowadzenie w okresie październik-grudzień 2012 roku usługi wykonania ekspertyzy w zakresie *Web usability* 3 stron internetowych poświęconych Regionalnemu Programowi Operacyjnemu Województwa Śląskiego na lata 2007-2013. Ekspertyzie zostały poddane: strona główna

programu prowadzona przez Urząd Marszałkowski <http://www.rpo.slaskie.pl>, strona promocyjna projektów <http://rpo-promocja.slaskie.pl> oraz strona programu prowadzona przez Śląskie Centrum Przedsiębiorczości <http://www.scp-slask.pl>

Ekspertyza została przeprowadzona przy wykorzystaniu 3 metod badawczych: testów użyteczności, audytu eksperckiego użyteczności oraz analizy statystyk (za pomocą Google Analytics).

Efektem ekspertyzy było zdiagnozowanie użyteczności wspomnianych stron internetowych, tzn. ich efektywności, funkcjonalności, intuicyjności oraz satysfakcji użytkownika z korzystania ze stron internetowych poświęconych RPO WSL. Wnioski z ekspertyzy zostały spisane w postaci raportu wraz z rekomendacjami do wdrożenia.

### **„Słownik polsko-europejski” – II edycja**

W związku z pozytywnym odbiorem zainicjowanej w 2011 roku audycji pt. „Słownik polsko-europejski”, w 2012 roku kontynuowano cykl na antenie TVP Katowice. Łącznie wyprodukowano i wyemitowano 24 odcinki w okresie styczeń-grudzień 2012 r.

Czas trwania każdego z odcinków wyniósł około 15 minut. Nowością było dedykowanie stałej pory w paśmie popołudniowym, tj. środa co 2 tygodnie, o godz. 19.25.

Tegorocznym pomysłem było również pogrupowanie omawianych pojęć w większe kategorie tematyczne, tzw. „szufladki”, które nie tylko ułatwiły zrozumienie poszczególnych pojęć, ale także pokazały cykl życia projektu, według porządku: „Pomysł” – „Wniosek” – „Konkurs” – „Realizacja” – „Rozliczenie projektu” – „Trwałość”.

Punktem wyjścia każdej audycji były sondy uliczne na temat wyjaśnianych pojęć. Następnie przy pomocy zaproszonych gości: ekspertów z zakresu Funduszy Europejskich, dziennikarzy z różnych mediów, językoznawców przybliżono i wyjaśniono wybrane „słówka”. W każdej audycji zaprezentowano 3 pojęcia, a w całym cyklu 72 terminy z zakresu Funduszy Europejskich. Programy nagrywane były w miejscach inwestycji dofinansowanych z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013.

W sumie odbyło się 50 emisji (razem z powtórkami), a średnia oglądalność 1 emisji wyniosła 13 732 osób.

### **Spot „Dostrzec - docenić - zobaczyć więcej”**

Produkcja spotu promocyjnego promującego efekty Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Śląskiego na lata 2007-2013. Przez cały miesiąc można go było zobaczyć na antenie regionalnej TVP Katowice. Bohaterem i narratorem spotu jest „Kowalski” – zwykły mieszkaniec województwa śląskiego, który niejako w monologu wewnętrznym komentuje otaczającą go rzeczywistość i snuje refleksje na temat dostrzeganych zmian. Perspektywa konkretnej osoby pokazuje, że przemiany te dzieją się wokół nas, w naszym najbliższym



otoczeniu, a sam przekaz staje się bardziej bliski, emocjonalny i autentyczny. Zdjęcia zostały nakręcone w miejscach realizacji inwestycji dofinansowanych ze środków RPO WSL i pokazują następujące projekty:

- Rozbudowa Centrum Edukacji Przyrodniczej i Ekologicznej Śląskiego Ogrodu Botanicznego w Mikołowie,
- Budowa bytomskiego odcinka Obwodnicy Północnej Aglomeracji Górnośląskiej – etap III,
- Budowa nowej siedziby Muzeum Śląskiego w Katowicach,
- Centrum Informacji Naukowej i Biblioteka Akademicka,
- Dostawa Elektrycznych Zespołów Trakcyjnych do wykonywania pasażerskich przewozów regionalnych

Spot wyemitowano w TVP Katowice. W sumie odbyły się 92 emisje spotu. Średnia oglądalność 1 emisji: to 27 986 osób. Emisji spotu towarzyszył cykl publikacji w Dzienniku Zachodnim (czytelnictwo przeciętnego wydania: 222 280 osób).

#### **Informacje uzupełniające do przekroczenia niektórych wskaźników w sprawozdaniu:**

Ponieważ planowanie działań w RPD odbywa się na podstawie szacunkowego rozeznania cen rynkowych prowadzonego w czasie przygotowywania projektu budżetu (czyli ok. sierpnia poprzedniego roku) natomiast realizacja tych zadań niemalże w 100 % następuje w drodze przetargów, w których wygrywają oferty ze znacznie niższymi kwotami niż szacowane, to pozwala na realizację większej liczby działań promocyjnych lub informacyjnych niż przewidziano w ramach tych samych zaplanowanych środków. Oszczędności są niejednokrotnie widoczne dopiero w II półroczu, kiedy większość przetargów znajduje swój finał, ponieważ procedury ZP trwają dosyć długo, dlatego nie zawsze jest możliwość dokonywania aktualizacji RPD w wyznaczonym terminie. (tj. do 30.09).

RPD jest planem działań, więc wskaźniki w nim zawarte traktujemy jako minimalne. Niewątpliwie istotnym jest dla nas przestrzeganie budżetu, tak aby nie przekroczyć zaplanowanych środków oraz sprawnie je wydatkować, jak również, aby osiągać założone wskaźniki, co najmniej na założonym poziomie.

W tych obszarach, w których pojawiła się możliwość zaangażowania środków w dodatkowe działania braliśmy to pod uwagę i dokonując bieżącej oceny potrzeb, angażowaliśmy wolne środki w działania dodatkowe. W szczególności w szkolenia, warsztaty, bieżące publikacje. Stąd w wykazanych wskaźnikach pojawiły się przekroczenia zakładanych wartości.

W kontekście przedsięwzięć medialnych informuję, że realizowaliśmy w ciągu całego roku cykl audycji oraz cykl emisji spotów w TVP Katowice. W konsekwencji otrzymaliśmy dość wysokie rabaty na tę usługę, które pozwoliły na zawarcie dodatkowej umowy na emisję większej ilości spotów. Stąd nastąpiło dość duże przekroczenie pierwotnie zakładanych wskaźników.

W zakresie wizytacji na projektach oraz liczby osób w nich uczestniczących, przekroczenie wskaźnika wynika z faktu ujęcia w sprawozdaniu spotkań których nie sposób było zaplanować w RPD, ponieważ inne instytucje zwróciły się do nas o zorganizowanie wizyt

w regionie i zaprezentowaniu dobrych praktyk. Takim wydarzeniem była wizyta członków Krajowej Sieci Tematycznej ds. Partnerstwa, działającej przy MRR oraz wizyta przedstawicieli wszystkich IPOC w kraju w ramach spotkania z cyklu: *Wymiana doświadczeń pomiędzy uczestnikami procesu realizacji NSRO w 2012 r.* organizowana przez IPOC w Katowicach.