



**PROGRAM REGIONALNY**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO



Załącznik nr 1 do Uchwały Nr  
79/997/2012  
Zarządu Województwa  
Podlaskiego z dnia  
24 stycznia 2012 r.

# **Plan komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego na lata 2007-2013**

Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego  
Departament Zarządzania Regionalnym Programem Operacyjnym  
Białystok, styczeń 2012

## Spis treści:

Wprowadzenie .....	2
1. Doświadczenia z realizacji działań informacyjno-promocyjnych Funduszy Europejskich w latach 2004-2006 w województwie podlaskim.....	3
2. Podstawy prawne działań informacyjno-promocyjnych w okresie programowania 2007-2013.....	4
3. Co chcemy osiągnąć? Cele działań informacyjno-promocyjnych .....	4
4. Kto jest odbiorcą przekazu? Grupy docelowe .....	6
5. Planowane działania informacyjno-promocyjne .....	8
6. Działania IZ RPOWP .....	11
6.1 Komunikacja wewnętrzna .....	12
6.2 Współpraca i wymiana informacji z innymi programami operacyjnymi .....	12
7. Polityka szkoleniowa .....	13
8. Stosowanie logotypów.....	13
8.1 Emblemat UE.....	14
8.2 Logo NSS .....	16
8.3 Logo województwa podlaskiego .....	16
9. Raportowanie i ocena realizacji Planu komunikacji RPOWP.....	18
9.1 Monitorowanie .....	18
9.2 Ewaluacja .....	18
10. Harmonogram działań informacyjno-promocyjnych.....	20
<u>11. Budżet działań informacyjno-promocyjnych w ramach Pomocy Technicznej RPOWP .....</u>	<u>21</u>
Zakończenie .....	22
Spis tabel.....	23

## Wprowadzenie

Kiedy 1 maja 2004 roku Polska oficjalnie przystępowała do struktur Unii Europejskiej, wielu obywateli naszego kraju, a w tym mieszkańców województwa podlaskiego z nadzieją, lecz także pewną dozą niepewności obserwowało to historyczne wydarzenie.

Od tamtego momentu minęły cztery lata. Zarówno nasz kraj, jak i region powoli zaczął zmieniać swoje oblicze dzięki uruchomionym w latach 2004-2006 Funduszom Europejskim przeznaczonym na wyrównywanie dysproporcji w rozwoju społeczno-gospodarczym poszczególnych regionów Unii Europejskiej.

Dziś członkostwo w UE postrzegane jest przez ogromną większość społeczeństwa zdecydowanie pozytywnie. Ma to odzwierciedlenie w badaniach opinii publicznej, które wskazują, iż 72% Polaków jest zwolennikami przynależności naszego kraju do Wspólnoty<sup>1</sup>.

Z pewnością to pozytywne nastawienie społeczeństwa jest wynikiem widocznych profitów płynących z korzystania z Funduszy. Województwo podlaskie jest liderem w wykorzystywaniu środków przyznanych w ramach Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego na lata 2004-2006. Dzięki realizacji tego Programu w naszym regionie powstały nowe drogi, obiekty infrastrukturalne, wsparcie inwestycyjne otrzymało ponad 140 przedsiębiorstw.

Proces wykorzystywania unijnych dotacji był prawdziwym sprawdzianem dla mieszkańców regionu. Samorządy, firmy, instytucje okazały się być sprawnymi i aktywnymi beneficjentami Funduszy. Dużą rolę w wykorzystaniu środków unijnych odegrał Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, który wdrażał działania przede wszystkim w ramach ZPORR.

Szansą na dalszy rozwój jest Regionalny Program Operacyjny Województwa Podlaskiego na lata 2007-2013, w ramach którego mamy do wykorzystania środki w wysokości 672,5 mln euro. Aby je efektywnie spożytkować niezbędne jest podjęcie aktywnych działań promocyjnych i informacyjnych, które przyczynią się do upowszechnienia wiedzy o możliwościach aplikowania w ramach Programu, stworzenia silnej i rozpoznawalnej marki RPOWP, a także będą propagować całą ideę Funduszy Europejskich. Plan komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego na lata 2007-2013 ma służyć realizacji tych zadań.

---

<sup>1</sup> Sondaż TNS OBOP, grudzień 2007.

## **1. Doświadczenia z realizacji działań informacyjno-promocyjnych Funduszy Europejskich w latach 2004-2006 w województwie podlaskim**

Podstawą prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych w ramach Zintegrowanego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego 2004-2006 w województwie podlaskim był Regionalny Plan Działów Informacyjno-Promocyjnych. Dokument ten miał na celu wspomaganie procesu wdrażania regionalnego komponentu Programu. Jego zapisy odnosiły się do upowszechnienia informacji o możliwościach pozyskiwania środków na realizację projektów, podniesienia poziomu wiedzy i świadomości mieszkańców o Funduszach Europejskich. Plan działań informacyjno-promocyjnych zakładał również podniesienie poziomu wiedzy i umiejętności beneficjentów w zakresie korzystania z pomocy w ramach ZPORR.

W realizacji Planu brały udział wszystkie instytucje zaangażowane w proces wdrażania Programu (Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego, Podlaski Urząd Wojewódzki, Wojewódzki Urząd Pracy w Białymstoku). Także beneficjenci objęci byli obowiązkiem informowania o realizowanych przez siebie projektach oraz ich promowania.

Dokument zakładał wykorzystanie różnych narzędzi służących upowszechnianiu wiedzy o Funduszach. Były to m.in.: materiały promocyjne, konferencje, seminaria i szkolenia dla beneficjentów ZPORR.

W latach 2004-2006 organizowano różnego rodzaju konferencje i spotkania informacyjne skierowane do podmiotów mogących się ubiegać o dotacje w ramach ZPORR. Ponadto ukazał się szereg dodatków do lokalnych gazet, które zachęcały do korzystania z Funduszy oraz pokazywały stan realizacji Programu w naszym regionie. Były to m.in.: „Zdobądź unijną kasę” (dodatek do „Kuriera Porannego”), „ZPORR na Podlasiu – jak wykorzystaliśmy pieniądze z UE w 2004 roku”, „Eurofundusze” (dodatek do „Gazety Wyborczej”). W TVP Białystok ukazały się audycje i spoty dotyczące zasad ubiegania się o dotacje oraz ukazujące już zrealizowane, najciekawsze podlaskie projekty.

Ponadto na stronie Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego [www.wrotapodlasia.pl](http://www.wrotapodlasia.pl) została utworzona specjalna zakładka poświęcona ZPORR, w której umieszczono wszystkie niezbędne dokumenty i informacje dla beneficjentów. Uruchomiono również w siedzibie Urzędu Punkt Informacyjny ZPORR, który informował wszystkich zainteresowanych zarówno osobiście, telefonicznie jak i mailowo o możliwościach ubiegania się o dotacje.

Z pozostałych działań można wymienić: festyny, utworzenie sieci lokalnych liderów oraz przygotowanie i rozpowszechnianie materiałów promocyjnych.

Ogromne zainteresowanie Programem, liczba składanych wniosków i realizowanych projektów oraz wykorzystanie alokacji w ramach ZPORR przeznaczonej dla województwa

podlaskiego to doskonałe potwierdzenie skuteczności prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych w pierwszych latach naszej akcesji do Unii Europejskiej.

## **2. Podstawy prawne działań informacyjno-promocyjnych w okresie programowania 2007-2013**

Podstawami do opracowania Planu komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego były następujące akty prawne i dokumenty:

- Rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006 z dnia 11 lipca 2006 r. ustanawiające przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylające rozporządzenie WE nr 1260/1999;
- Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 r. ustanawiające szczegółowe zasady wykonania rozporządzenia Rady (WE) nr 1083/2006 ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności oraz rozporządzenia (WE) nr 1080/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego;
- Rozporządzenie Komisji (WE) nr 846/2009 z dnia 1 września 2009 r. zmieniające rozporządzenie (WE) nr 1828/2006 ustanawiające szczegółowe zasady wykonywania rozporządzenia Rady (WE) nr 1083/2006 ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności oraz rozporządzenia (WE) nr 1080/2006 Parlamentu Europejskiego i Rady w sprawie Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego;
- Ustawa o zasadach prowadzenia polityki rozwoju z dnia 6 grudnia 2006 r.;
- Wytyczne MRR w zakresie informacji i promocji;
- Strategia komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013.

## **3. Co chcemy osiągnąć? Cele działań informacyjno-promocyjnych**

Promocja to, ogólnie rzecz biorąc, różnego rodzaju środki i zabiegi zmierzające do tego, aby doprowadzić do świadomości ludzi informacje dotyczące określonych produktów lub idei. Cel ten można osiągnąć na różne sposoby: poprzez informowanie, propagowanie, pokazywanie. Efektem działań promocyjnych ma być uczynienie z osób, które zostały nimi objęte klientów lub zwolenników danego produktu czy idei.

W odniesieniu do Funduszy Europejskich, a zwłaszcza do RPOWP, promocja ma na celu wykreowanie pozytywnego obrazu tego Programu. Obrazu, który zachęci

społeczeństwo do ubiegania się o środki pomocowe oraz przyczyni się do ich skutecznego wykorzystywania. Prowadząc działania promocyjne nie można zapomnieć o działaniach informacyjnych. Informacja jest bowiem częścią składową promocji. Dlatego też te dwa elementy muszą tworzyć harmonijną całość.

**Cel strategiczny Planu komunikacji RPOWP 2007-2013:**

**Wsparcie realizacji RPOWP 2007-2013 w maksymalnie efektywnym wykorzystaniu środków unijnych w województwie podlaskim oraz podniesienie świadomości mieszkańców regionu na temat Programu i dostępnego w jego ramach wsparcia, pochodzącego z Funduszy Europejskich. Celem Planu jest również podniesienie świadomości i wiedzy mieszkańców regionu na temat Narodowej Strategii Spójności i korzyści płynących z członkostwa Polski w UE.**

**Cele operacyjne Planu komunikacji RPOWP 2007-2013:**

- Zwiększenie wiedzy i świadomości opinii publicznej w zakresie działań podejmowanych przez Unię Europejską na rzecz rozwoju regionu;
- Wspieranie beneficjentów i potencjalnych beneficjentów poprzez zapewnienie im łatwego i wszechstronnego dostępu do informacji o możliwościach ubiegania się o środki w ramach RPOWP, kryteriach wyboru i oceny projektów, obowiązujących w tym zakresie procedurach, a także rozliczaniu projektów;
- Aktywizacja beneficjentów i potencjalnych beneficjentów w celu zwiększenia liczby składanych projektów w ramach RPOWP;
- Rozwijanie zasady partnerstwa i współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi na rzecz przejrzystego oraz efektywnego wykorzystania pomocy w ramach europejskiej polityki spójności;
- Zapewnienie dostępu do różnego rodzaju materiałów informacyjnych, wniosków aplikacyjnych oraz dokumentów programowych i podręczników;
- Informowanie opinii publicznej o pracach Komitetu Monitorującego RPOWP, realizowanych projektach, inwestycjach powstających dzięki Programowi;
- Promocja efektów realizacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego na lata 2007-2013;
- Inicjowanie, prowadzenie i koordynacja działań promocyjnych.

**Kluczowe komunikaty:**

Prowadzenie spójnej polityki informacyjnej w regionie wymaga określenia podstawowych komunikatów, jakie chcemy przekazać odbiorcom. Są to:

## Plan komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego na lata 2007-2013

1. Podlaskie dzięki dostępnym w latach 2007-2013 Funduszom Europejskim przyspieszy swój rozwój i dorówna kroku innym regionom.
2. Fundusze Europejskie w ramach RPOWP dają regionowi nowe możliwości rozwoju społeczno-gospodarczego, których do tej pory nie posiadał.
3. Środki Unii Europejskiej pozwolą województwu podlaskiemu podnieść konkurencyjność, rozwijać przedsiębiorczość oraz zwiększyć tempo wzrostu gospodarczego.
4. Z inwestycji zrealizowanych w ramach RPOWP będą mogli korzystać wszyscy mieszkańcy regionu.
5. Fundusze Europejskie na lata 2007-2013 sprawią, że województwo podlaskie stanie się bardziej dostępne komunikacyjnie, konkurencyjne gospodarczo, a inwestorzy chętniej będą lokować tutaj swoje inwestycje.

Hasłem wykorzystywanym przy prowadzeniu działań informacyjno-promocyjnych RPOWP będzie „Fundusze Europejskie - dla rozwoju województwa podlaskiego” oraz hasło kampanii promującej program „Razem zmieniamy Podlaskie”.

### 4. Kto jest odbiorcą przekazu? Grupy docelowe

Aby zmaksymalizować pozytywne efekty przekazu, działania informacyjno-promocyjne będą kierowane do różnych grup odbiorców, inaczej mówiąc, grup docelowych. Są nimi:

▪ **Beneficjenci i potencjalni beneficjenci RPOWP** – grupa ta dzieli się na dwie części – **potencjalnych beneficjentów**, czyli podmioty, które mogą aplikować o wsparcie w ramach Programu oraz **beneficjentów**, czyli tych, którzy już realizują projekty dofinansowane ze środków unijnych. Beneficjenci są dokładnie określani w RPOWP i są to m.in.

- jednostki samorządu terytorialnego szczebla gminnego, powiatowego i wojewódzkiego;
- podmioty będące jednostkami podległymi samorządowi terytorialnemu/podmioty realizujące zadania jst;
- przedsiębiorcy z sektora MSP;
- uczelnie wyższe;
- organizacje pozarządowe;
- kościoły i związki wyznaniowe;
- administracja rządowa;
- inne podmioty wskazane w Szczegółowym opisie osi priorytetowych RPOWP.

Działania skierowane do nich mają na celu zachęcenie do ubiegania się o dotacje w ramach Programu poprzez dostarczenie zrozumiałych i rzetelnych informacji

o możliwościach korzystania z Funduszy, procedurach aplikowania itd. Ponadto wobec beneficjentów będą prowadzone działania, których zadaniem jest uświadomienie, jakie korzyści mogą przynieść środki unijne. Grupa ta będzie informowana przez IZ RPOWP o obowiązkach, jakie spoczywają na niej w zakresie informacji i promocji realizowanych projektów. Będzie też zachęcana do tego, aby jak najszerzej rozpropagować całą ideę i markę funduszy strukturalnych w regionie, a przez to zmotywować innych do korzystania z Programu. Dodatkowo beneficjenci mogą tworzyć potencjał referencyjny Funduszy Europejskich, tj. rekomendować środki unijne jako pieniądze, o które warto zabiegać.

- **Społeczeństwo** – to mieszkańcy województwa podlaskiego, czyli społeczeństwo regionu. Grupa ta w zasadniczy sposób decyduje o tym jak jest postrzegany Program oraz Fundusze Europejskie. Decyduje o pozytywnym lub negatywnym nastawieniu do środków unijnych i samej Unii Europejskiej. Dlatego też działania informacyjno-promocyjne powinny dotrzeć do społeczeństwa województwa podlaskiego możliwie jak najszerzej.

Działania skierowane do społeczeństwa mają zmierzać do podniesienia jego wiedzy i świadomości w zakresie RPOWP oraz dostępnego w jego ramach wsparcia z Funduszy Europejskich. Mają przede wszystkim ukazać pozytywne efekty korzystania ze środków przyznanych regionowi przez Unię Europejską oraz kreować jej pozytywny wizerunek wśród mieszkańców województwa.

W tej grupie mieszczą się również uczestnicy i potencjalni uczestnicy projektów realizowanych przez beneficjentów.

- **Regionalne i lokalne media** – stanowią potężne narzędzie oddziaływania na społeczeństwo, ponieważ wyrabiają jego opinię o danej sprawie. Za pośrednictwem mediów można kształtować świadomość mieszkańców województwa podlaskiego oraz dotrzeć z informacjami i wiedzą na temat Funduszy Europejskich i RPOWP. Działania informacyjne i promocyjne skierowane do tej grupy docelowej mogą przynieść efekty w postaci zwiększenia świadomości mieszkańców regionu w zakresie Funduszy oraz zaktywizowania lokalnych społeczności do podejmowania działań związanych z wykorzystaniem środków UE.

Współpraca z tą grupą docelową jest kluczowym elementem przy realizacji Planu komunikacji. Z uwagi na wielkość i siłę oddziaływania mediów będą one włączone w tworzenie i przekazywanie jasnych i kompetentnych informacji na temat RPOWP i Funduszy Europejskich. Współdziałanie z nimi ma na celu upowszechnienie Programu oraz zachęcanie do ubiegania się o środki unijne.

- **Instytucja Zarządzająca RPOWP** – kadry zajmujące się wdrażaniem Programu, a co za tym idzie Funduszy Europejskich są głównym i podstawowym łącznikiem pomiędzy instytucją a beneficjentami. Działania, zachowanie, sposób komunikacji pracowników IZ



RPOWP wpływają na opinie wnioskodawców, mediów oraz innych podmiotów o RPOWP i unijnym wsparciu.

Działania skierowane do pracowników IZ RPOWP będą miały na celu zapoznanie ich z celami Programu i sposobem realizacji. Będą również zmierzać do wykreowania wśród nich pozytywnego wizerunku RPOWP.

- **Młodzież** – to grupa przyszłych wnioskodawców, partnerów społecznych, pracowników instytucji, odbiorców rezultatów. Od nich będzie zależeć przyszłość Funduszy Europejskich w naszym kraju. Młodzież w bardzo dużym stopniu kształtuje sposób ich postrzegania przez ogół społeczeństwa. Dlatego też należy dotrzeć do tej grupy z jak najszerzą informacją, jednak podaną w przystępny sposób.
- **Inne podmioty:** partnerzy społeczno-gospodarczy, władze regionalne i lokalne, organizacje pozarządowe, centra informacji europejskiej, przedstawicielstwo Komisji Europejskiej, podmioty na poziomie europejskim, a w szczególności Komisja Europejska i Parlament Europejski – są to grupy, które również mogą przyczynić się do budowy potencjału referencyjnego Funduszy Europejskich oraz kształtować pozytywny wizerunek UE poprzez działalność i wpływ jaki wywierają na swoich członków, mieszkańców regionu itp. Zadaniem działań podejmowanych wobec nich jest przekazanie informacji dotyczących nie tylko możliwości korzystania ze środków unijnych w ramach RPOWP, lecz także stworzenie pozytywnego obrazu Programu, w taki sposób aby te podmioty zaangażowały się w jego rozpowszechnianie i motywowały do korzystania z Funduszy.

W zakresie kontroli oraz utrzymywania wysokiej jakości kontaktów z powyższymi grupami będą prowadzone analizy i zbierane informacje zwrotne dotyczące prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych oraz ich jakości. Otrzymane informacje będą gromadzone wraz z dokumentacją działań informacyjno-promocyjnych i poddawane analizie. Na ich podstawie IZ RPOWP przygotuje zbiorczą informację, która będzie służyć poprawie tych działań, następnie będą one przedstawiane i analizowane podczas spotkań Grupy Roboczej ds. Informacji i Promocji.

## 5. Planowane działania informacyjno-promocyjne

Realizacji polityki informacyjnej i promocyjnej służyć będą instrumenty takie jak:

- 1) **Konferencje, seminaria, wykłady, warsztaty, prezentacje, wizyty studyjne** - propagujące informacje o możliwościach wykorzystania środków unijnych i rezultatach wsparcia UE. Instrumenty te służyć mogą zarówno przekazywaniu ogólnych informacji, jak również będą wykorzystywane do przekazywania szczegółowej wiedzy skierowanej do wąskich grup docelowych. Powyższe metody stanowią też skuteczny sposób

rozpowszechniania pozytywnych przykładów (tzw. „dobrych praktyk”) wykorzystywania środków pomocowych w kontekście przygotowywania i realizacji projektów.

2) **Informowanie o projektach oraz ich promocja przez beneficjentów** – najczęściej przyjmuje ono postać tablic informacyjnych stawianych w trakcie realizacji projektu oraz tablic pamiątkowych umieszczanych po jej zakończeniu. Beneficjenci są bowiem zobowiązani do informowania społeczeństwa o dofinansowaniu projektu ze środków UE. Forma, treść tablic, oznaczenia powinny być zgodne z zapisami znajdującymi się w Rozporządzeniu Komisji (WE) nr 1828/2006 oraz Rozporządzeniu Komisji WE nr 846/2009 zasadami stosowania znaków zawartymi w Księdze identyfikacji wizualnej Narodowej Strategii Spójności oraz z Wytycznymi IZ dla beneficjentów RPOWP w zakresie informacji i promocji, które są dostępne na stronie [www.rpowp.wrotapodlasia.pl](http://www.rpowp.wrotapodlasia.pl).

3) **Serwis internetowy** – uruchomiono portal [www.rpowp.wrotapodlasia.pl](http://www.rpowp.wrotapodlasia.pl) redagowany przez Instytucję Zarządzającą RPOWP, który jest szybkim i ogólnodostępnym źródłem informacji dla potencjalnych beneficjentów o aktualnych możliwościach skorzystania z pakietu pomocowego RPOWP na lata 2007-2013 oraz obowiązujących procedurach i wymogach związanych z projektami. Na stronie znajdują się lub będą zamieszczone:

- linki do portalu Ministerstwa Rozwoju Regionalnego, Komisji Europejskiej, serwisu poświęconego Fundusze Europejskie i poszczególnym programom operacyjnym oraz do serwisu poświęconego Programowi Operacyjnemu Kapitał Ludzki prowadzonemu przez Instytucję Pośredniczącą POKL;
- dokumenty programowe, akty prawne oraz rejestr i opis zmian w dokumentach;
- dokumenty aplikacyjne: wzory wniosków, instrukcje;
- informacje na temat RPOWP (w szczególności z uwzględnieniem listy typów beneficjentów, rodzajów projektów oraz kategorii działań);
- informacje o planowanych konkursach;
- aktualne informacje o terminach naborów wniosków wraz z danymi teleadresowymi IZ;
- sprawozdania okresowe, roczne i końcowe z realizacji RPO;
- bieżące dane dotyczące wysokości dostępnych środków i stanu realizacji RPO;
- uproszczone opisy aplikowania o środki w ramach schematów konkursowych RPO;
- wykaz beneficjentów, którzy uzyskali dofinansowanie wraz z opisem działań i rezultatów projektów oraz informacje nt. aktualnie realizowanych projektów;
- aktualizowane listy teleadresowe punktów udzielających informacji i porad;
- wymagania dotyczące informacji i promocji projektów przez beneficjentów;
- odpowiedzi na najczęściej zadawane pytania (FAQ);
- możliwość zadawania pytań drogą mailową;

4) **Newsletter** – narzędzie dostępne w ramach portalu [www.rpowp.wrotapodlasia.pl](http://www.rpowp.wrotapodlasia.pl). Dostarcza potencjalnym beneficjentom i wszystkim osobom zainteresowanym Programem

najnowsze informacje odnośnie postępów jego realizacji. Każdy kto chce otrzymywać informacje o RPOWP może bezpłatnie zapisać się do bazy adresowej.

5) **Mapa Projektów RPOWP** – to aplikacja internetowa, która przedstawia informacje dotyczące projektów realizowanych w województwie podlaskim w ramach RPOWP oraz umożliwia sprawne i szybkie wyszukanie informacji o projektach, beneficjentach, wartościach dofinansowania.

6) **Infolinia** – została uruchomiona pod numerem **08013 08013**. Ma przyczynić się do umożliwienia wszystkim zainteresowanym osobom uzyskania szybkiej informacji na temat dotacji w ramach RPOWP.

7) **Punkty informacyjne** – główny punkt informacyjny znajduje się w siedzibie IZ RPOWP w Białymstoku. Planowane jest uruchomienie dwóch punktów regionalnych – w Łomży i Suwałkach. Potencjalni beneficjenci i beneficjenci będą mogli w nich uzyskać wszelkie informacje dotyczące RPOWP.

8) **Publikacje, broszury informacyjne, ulotki, plakaty, materiały audio-wizualne** – umożliwiają w atrakcyjnej, przystępnej i łatwo rozpoznawalnej formie przybliżyć wiedzę na temat dostępnej pomocy UE, możliwości jej uzyskania, roli podlaskich instytucji w zarządzaniu pomocą oraz roli UE w tym procesie. Wydawnictwa te stanowią również dodatkowe źródło wiedzy, która jest niezbędna do skutecznego aplikowania o środki unijne.

9) **Konkursy** – będą poświęcone RPOWP i Funduszom Europejskim. Ich odbiorcami będą zwłaszcza dzieci i młodzież.

10) **Współpraca z mediami** – działania wykorzystujące współpracę z prasą, radiem, telewizją o zasięgu regionalnym będą kluczowym elementem przy realizacji Planu działań informacyjnych i promocyjnych w szczególności w odniesieniu do opinii publicznej. Działania podejmowane za pośrednictwem mediów będą miały formę artykułów i relacji prasowych, audycji radiowych i telewizyjnych, reklam i ogłoszeń. Wszelka informacja o zasadach i procedurach związanych z wykorzystaniem Funduszy Europejskich będzie przekazywana w zwięzły, przystępny i interesujący sposób. Działania te będą informowały o możliwościach ubiegania się o dotacje oraz postępach w realizacji RPOWP.

11) **Raportowanie** – przygotowanie informacji na temat działań informacyjno-promocyjnych okresowo, rocznie i na zakończenie realizacji Programu.

*W ramach kampanii informacyjnej związanej z rozpoczęciem realizacji RPOWP zaplanowano zorganizowanie konferencji inauguracyjnej. Konferencja, na którą zostaną zaproszeni potencjalni beneficjenci programu, przedstawiciele lokalnych i regionalnych władz, partnerzy społeczno-gospodarczy itp., będzie poprzedzona wydaniem specjalnego dodatku informacyjnego w prasie o zasięgu regionalnym poświęconego RPOWP. Ponadto IZ RPOWP, w ramach kampanii, zaplanowała druk materiałów informacyjno-promocyjnych,*

*a także cykl audycji radiowych poświęconych zagadnieniom programu. Kampania zakłada również zorganizowane szeregu spotkań informacyjno-promocyjnych skierowanych do potencjalnych beneficjentów oraz wszystkich osób zainteresowanych uzyskaniem wiedzy o programie.*

## **6. Działania IZ RPOWP**

Funkcję Instytucji Zarządzającej Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Podlaskiego pełni Zarząd Województwa Podlaskiego. Na mocy wewnętrznego regulaminu Zarząd przekazał swoje kompetencje Departamentowi Zarządzania Regionalnym Programem Operacyjnym. W ramach RPOWP nie wyznaczono żadnej Instytucji Pośredniczącej oraz partnerów zaangażowanych w prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych.

Zakres zadań IZ RPOWP w obszarze informacji i promocji obejmuje:

- wykonywanie obowiązków wynikających z Rozporządzenia Komisji (WE) nr 1828/2006 tj.:
- przeprowadzenia kampanii informacyjnej poświęconej uruchomieniu RPO
- przynajmniej raz w roku, przeprowadzenia kampanii informacyjnej o szerokim zasięgu – zgodnie ze strategią komunikacji – poświęconej efektom RPO i dużych projektów;
- umieszczenia przed siedzibą każdej instytucji zarządzającej flagi Unii Europejskiej na okres jednego tygodnia od dnia 9 maja ;
- ogłoszenia w formie elektronicznej, lub innej, wykazu beneficjentów, tytułów operacji i przyznanych im kwot finansowania publicznego;
- zapewnienie szerokiego i łatwego dostępu do informacji o możliwościach dofinansowania projektów ze środków dostępnych w ramach RPOWP;
- prowadzenie głównego punktu Informacyjnego RPOWP;
- informowanie o zasadach przyznawania dotacji, kryteriach oceny i wyboru projektów, zapewnienie dostępu do dokumentów aplikacyjnych;
- nadzorowanie przestrzegania przez beneficjentów zasad dotyczących informacji i promocji w odniesieniu do realizowanych przez nich projektów;
- informowanie o konkursach;
- informowanie społeczeństwa regionu o postępach w realizacji Programu, osiągnięć RPOWP;
- współpracę z Instytucją Koordynującą RPO w dziedzinie informacji i promocji.

W Departamencie Zarządzania RPO zostały wyznaczone osoby, które są odpowiedzialne za informację i promocję RPOWP oraz udzielanie wszelkich informacji

związanych z Programem. Dane kontaktowe są dostępne na stronie internetowej oraz w materiałach informacyjno-promocyjnych.

### **6.1 Komunikacja wewnętrzna**

Stale zwiększająca się liczba zadań związanych z zarządzaniem Programem, wzrost liczby zatrudnionych pracowników oraz coraz większa ilość informacji przepływających pomiędzy komórkami IZ wywołują potrzebę stworzenia sprawnego systemu komunikacji wewnętrznej. System ten zakłada, że pracownicy IZ RPOWP powinni być powiadamiani o: celach i zadaniach, jakie stoją przed Instytucją, planowanych działaniach, oficjalnych stanowiskach kadry kierowniczej, wszelkich pojawiających się trudnościach związanych z funkcjonowaniem IZ, kwestiach personalnych (np. dotyczących zatrudnienia nowych pracowników czy też zmian na stanowiskach).

W tym celu IZ RPOWP będzie posługiwać się narzędziami komunikacji wewnętrznej, takimi jak:

- poczta elektroniczna (zapewnia szybką wymianę informacji pomiędzy dużą liczbą osób);
- intranet – portal wewnętrzny IZ RPOWP (zapewnia szybką wymianę informacji pomiędzy pracownikami całego Departamentu Zarządzania RPO);
- pisma, broszury;
- spotkania, dyskusje i narady (zapewniają wymianę informacji pomiędzy pracownikami danego referatu, pomiędzy referatami oraz referatami a kierownictwem);
- kursy i szkolenia (zwłaszcza wewnętrzne, które umożliwiają zdobycie najnowszej wiedzy na dany temat oraz umożliwiają przepływ wiadomości pomiędzy komórkami);
- spotkania nieformalne (dają możliwość wymiany informacji pomiędzy pracownikami w sposób niesformalizowany).

### **6.2 Współpraca i wymiana informacji z innymi programami operacyjnymi**

Aby zapewnić właściwą współpracę i wymianę informacji z innymi programami operacyjnymi na lata 2007-2013 przedstawiciele IZ RPOWP uczestniczą w pracach Grupy Sterującej ds. Informacji i Promocji, Regionalnej Informacyjnej Grupy Roboczej Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki i Sieci Informacji o Funduszach Europejskich.

W celu skoordynowania działań informacyjno-promocyjnych w regionie, IZ RPOWP zamierza powołać Grupę Roboczą ds. Informacji i Promocji. W jej skład wejdą przedstawiciele instytucji zaangażowanych we wdrażanie Funduszu Spójności i Funduszy Europejskich w ramach różnych programów: RPOWP, POKL, PROW, EWT, ENP.

## 7. Polityka szkoleniowa

Prowadzenie przez IZ właściwej polityki szkoleniowej może przynieść wiele pozytywnych efektów w postaci zachowań i postaw ich odbiorców.

Polityka szkoleniowa IZ RPOWP zakłada prowadzenie działań skierowanych do:

- **Beneficjentów i potencjalnych beneficjentów RPOWP** – działania skierowane do tej grupy mają na celu podniesienie poziomu wiedzy o Programie i możliwościach wykorzystania środków dostępnych w jego ramach, a co za tym idzie zwiększenia liczby i jakości składanych wniosków.
- **Osób/podmiotów pośrednio biorących udział w realizacji Programu** – do grupy tej należą np. różnego rodzaju organizacje, instytucje czy władze samorządowe. Zapoznanie ich z celami Programu, zasadami ubiegania się o dotacje, zasadami realizacji projektów przyczyni się do rozpropagowania RPOWP w ich środowiskach.
- **Pracowników IZ RPOWP** – kadry zajmujące się realizacją Programu (w tym również pracownicy punktów informacyjnych) będą uczestniczyć w szkoleniach, które podniosą ich wiedzę w zakresie zarządzania Funduszami Europejskimi. Pracownicy będą także szkoleni z wszelkich aspektów związanych z wykorzystaniem środków unijnych, obowiązujących przepisów prawa, obsługi klienta. Polityka szkoleniowa ma być również ukierunkowana na rozwój osobisty i zawodowy urzędników, podniesienie standardu i profesjonalizację świadczonych usług.

## 8. Stosowanie logotypów

Wymogi stawiane beneficjentom odnośnie sposobu oznaczania działań informacyjnych i promocyjnych są zawarte w Rozporządzeniu Komisji (WE) nr 1828/2006, Rozporządzeniu Komisji (WE) nr 846/2009, Strategii komunikacji Funduszy Europejskich, Księdze identyfikacji wizualnej Narodowej Strategii Spójności oraz Wytycznych IZ dla beneficjentów RPOWP w zakresie informacji i promocji, które są dostępne na stronie internetowej [www.rpowp.wrotapodlasia.pl](http://www.rpowp.wrotapodlasia.pl).

Zgodnie z nimi wszystkie małe materiały informacyjne i promocyjne poświęcone RPOWP i skierowane do beneficjentów, potencjalnych beneficjentów i opinii publicznej muszą zawierać przynajmniej:

- a) logo Programu Regionalnego
- b) logo Województwa Podlaskiego
- c) emblemat Unii Europejskiej oraz odniesienie do Unii Europejskiej;

Z kolei wszystkie duże materiały informacyjne i promocyjne poświęcone RPOWP i skierowane do beneficjentów, potencjalnych beneficjentów i opinii publicznej muszą zawierać przynajmniej:

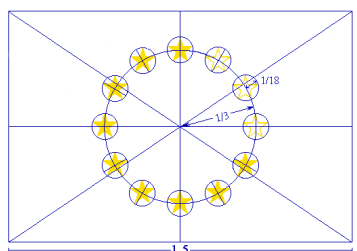
- a) logo Programu Regionalnego
- b) logo Województwa Podlaskiego
- c) emblemat Unii Europejskiej;
- d) hasło RPOWP o treści: „Fundusze Europejskie - dla rozwoju województwa podlaskiego”;
- e) opis: „Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego na lata 2007-2013”;
- f) odniesienie do Instytucji Zarządzającej RPOWP – Urzędu Marszałkowskiego Województwa Podlaskiego: Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego – Instytucja Zarządzająca RPOWP.

Szczegółowe zasady zestawiania obowiązkowych znaków graficznych oraz oznaczania działań informacyjnych i promocyjnych określone są w Księdze identyfikacji wizualnej Narodowej Strategii Spójności oraz Wytycznych IZ dla beneficjentów RPOWP w zakresie informacji i promocji.

### **8.1 Emblemat UE**

Na wszystkich materiałach związanych z realizacją projektów współfinansowanych z Funduszy Europejskich należy umieszczać emblemat Unii Europejskiej oraz informację o współfinansowaniu projektu przez Unię Europejską.

#### **OPIS GEOMETRYCZNY SYMBOLU UE**



źródło: [http://europa.eu.int/abc/symbols/emblem/graphics1\\_pl.htm](http://europa.eu.int/abc/symbols/emblem/graphics1_pl.htm)

Symbol UE składa się z 12 gwiazd. Emblemat UE ma kształt niebieskiej prostokątnej flagi, której długość stanowi 1 i 1/2 szerokości.

Gwiazdy są umieszczone w równych odległościach od siebie w taki sposób, że formują niewidzialny okrąg, którego środek tworzy się poprzez przecięcie się przekątnych prostokąta. Promień okręgu stanowi 1/3 wysokości prostokątnej flagi. Każda gwiazda ma 5

## Plan komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego na lata 2007-2013

punktów, które umieszczone są na obwodzie „niewidocznego” okręgu, którego promień wynosi  $\frac{1}{18}$  wysokości prostokątnej flagi. Gwiazdy są usytuowane pionowo tzn. jedno ramię (wierzchołek) gwiazdy jest pionowe a dwa przylegające do niego ramiona powinny być usytuowane w linii prostej oraz pod kątem prostym do „masztu” flagi. Gwiazdy powinny być rozmieszczone na okręgu w pozycjach „pełnych” godzin zegarowych.

Regulacja kolorów:



Emblemat ma następujące kolory:

Niebieski Pantone reflex - powierzchnia prostokąta

Żółty Pantone- powierzchnia gwiazd

Żółty Pantone jest uzyskiwany poprzez użycie 100% „process yellow”. Natomiast poprzez wymieszanie 100%-ego „process cyan” i 80%-ego „process magenta” uzyskuje się odcień bardzo zbliżony do „pantone reflex blue”).

Flaga Unii Europejskiej powinna być umieszczana wraz z tekstem: „Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego na lata 2007-2013”.

Nie jest obowiązkowe stosowanie oznaczeń w kolorze, tam gdzie nie jest to technicznie możliwe. Należy jednak podkreślić fakt, że zmiana kolorów emblematu dopuszczalna jest tylko w uzasadnionych przypadkach. Jeżeli materiały są przygotowywane w postaci czarno-białej należy używać flagę Unii Europejskiej w wersji przedstawionej poniżej:





## 8.2 Logo NSS

Znak graficzny NSS (dla programu regionalnego) jest zbudowany z układu połączonych gwiazd na tle trapezu. Symbolika gwiazd nawiązuje do flagi Unii Europejskiej poprzez kolor jednej z gwiazd, jak również niebieski kolor tła. Nawiązuje również do symboliki flagi Polski – kolory pozostałych dwóch gwiazd.

Forma podstawowa i uzupełniająca znaku marki jest zbudowana z zestawienia znaku graficznego z logotypem w ściśle określonych proporcjach.

Kolorystyka znaku jest istotnym czynnikiem kształtującym tożsamość i sposób postrzegania marki. Kolory znaku oraz elementów systemu identyfikacji powinny być jak najbardziej zbliżone do kolorów określonych w CMYK, niezależnie od techniki reprodukcji.



Źródło: <http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/>

Warianty kolorystyczne znaku mają zastosowanie w tych obszarach komunikacji, gdzie wykorzystanie wersji pełnokolorowej jest niemożliwe ze względów technologicznych (na przykład tłoczenie, grawerunek itp.). System identyfikacji wizualnej dopuszcza stosowanie znaku w wariantach jednobarwnych – monochromatycznych, ale tylko obrębie przedstawionej w manualu kolorystyki.

Dokładne informacje dot. kolorystyki oraz oznaczeń jednobarwnych znajdują się w Księdze identyfikacji wizualnej Narodowej Strategii Spójności zawartej na stronie <http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/>

## 8.3 Logo województwa podlaskiego

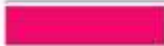

























Logo województwa podlaskiego stanowi element identyfikacji wizualnej regionu.



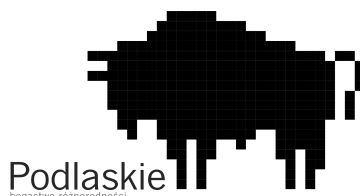
Logo składa się z logotypu (napisu) Podlaskie bogactwo różnorodności oraz znaku graficznego. Układ i wzajemne proporcje logotypu i znaku zostały starannie dopasowane i nie powinny być zmieniane.

Plan komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego  
na lata 2007-2013

Podstawowa wersja znaku występuje w następujących kolorach:

	Pantone C/U	CMYK	RGB
	213 C/U	0 100 30 0	255 0 90
	485 C/U	0 100 100 0	255 0 0
	187 C/U	0 100 100 20	204 0 0
	173 C/U	0 75 100 0	255 65 0
	172 C/U	0 65 100 0	255 89 0
	1585 C/U	0 55 100 0	255 115 0
	137 C/U	0 35 100 0	255 166 0
	123 C/U	0 20 100 0	255 204 0
	116 C/U	0 10 100 0	255 230 0
	102 C/U	0 0 90 0	255 255 0
	389 C/U	15 0 100 0	217 255 0
	382 C/U	34 0 100 0	168 214 19
	354 C/U	90 0 100 0	26 148 49
	355 C/U	100 0 100 0	0 135 55
	356 C/U	100 0 100 30	0 95 39
	Process Cyan C/U	100 0 0 0	0 160 198
	3005 C/U	90 42 0 0	33 99 170
	2935 C/U	100 55 0 0	11 73 157
	286 C/U	100 60 0 0	12 65 154
	2735 C/U	100 100 0 0	19 0 124
	2602 C/U	60 100 0 0	107 0 125
	248 C/U	40 100 0 0	152 0 126
	240 C/U	20 100 0 0	196 0 126
	Process Magenta C/U	0 100 0 0	255 0 127
	218 C/U	0 60 0 0	255 104 178
	Cool Gray 11 C/U	0 0 0 70	77 77 77

Jeżeli materiały są przygotowywane w postaci czarno-białej należy używać logo województwa podlaskiego w wersji przedstawionej poniżej:



## **9. Raportowanie i ocena realizacji Planu Komunikacji RPOWP**

### **9.1 Monitorowanie**

Instytucja Zarządzająca RPOWP wdrażająca Plan komunikacji RPOWP będzie regularnie przekazywała informacje o realizowanych działaniach informacyjnych i promocyjnych. Będą one miały formę raportów:

- okresowych;
- rocznych;
- końcowego.

Monitorowanie będzie odbywać się za pomocą:

- statystyk dotyczących liczby odwiedzin na stronie [www.rpowp.wrotapodlasia.pl](http://www.rpowp.wrotapodlasia.pl);
- statystyk dotyczących rozesłanych informacji (Newsletter);
- statystyk dotyczących liczby złożonych projektów;
- statystyk dotyczących udziału w konferencjach, seminariach, szkoleniach, warsztatach, prezentacjach (na podstawie list obecności);
- statystyk dotyczących punktów informacyjnych (udzielonych informacji);
- statystyk dotyczących liczby przygotowanych materiałów informacyjnych;
- statystyk dotyczących zorganizowanych konkursów o RPOWP
- monitoring mediów;
- sprawozdań z kontroli.

### **9.2 Ewaluacja**

Ewaluacja to obiektywna ocena planu na wszystkich jego etapach tj. planowania, realizacji i mierzenia rezultatów. Celem ewaluacji jest dostarczenie rzetelnych i przydatnych informacji, które pozwolą wykorzystać zdobytą w ten sposób wiedzę w procesie podejmowania decyzji.

**Plan komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego  
na lata 2007-2013**

Działania podejmowane w ramach Planu komunikacji będą poddawane ewaluacji m.in. poprzez:

- ankiety/kwestionariusze – dotyczące m.in. skuteczności, ilości i jakości przekazywanej informacji;
- analizę częstotliwości ukazywania się artykułów i publikacji;
- analizę jakości i rzetelności ukazujących się artykułów i informacji medialnych;
- analizę liczby składanych i spełniających wymagania wniosków;
- ocenę systemu informacji i promocji IZ RPOWP.

Raport roczny z wykonania zapisów dokumentu zostanie przedstawiony do zatwierdzenia przez Komitet Monitorujący i stanowić będzie część raportu rocznego z realizacji RPOWP na lata 2007-2013.

Zapisy Planu komunikacji RPOWP będą aktualizowane i uzupełniane w zależności od zaistniałych potrzeb grup docelowych.

**Tabela 1 Działania podejmowane w ramach planu Komunikacji RPOWP i ich wskaźniki na lata 2007-2013\***

<b>Działania</b>	<b>Wskaźniki</b>	<b>Szacowana wartość wskaźnika</b>
Konferencje, seminaria, szkolenia, warsztaty, prezentacje dla beneficjentów RPOWP	Liczba zorganizowanych konferencji, seminariów, warsztatów, szkoleń, prezentacji	100
	Liczba uczestników konferencji, seminariów, warsztatów, szkoleń, prezentacji	4900
	Liczba przeszkolonych beneficjentów	500
Udział w szkoleniach pracowników UMWP	Liczba przeszkolonych pracowników	120
	Liczba zorganizowanych szkoleń	150
Przygotowanie, dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych	Liczba wykonanych i rozpowszechnionych materiałów (tytułów)	120
	Liczba egzemplarzy	130 000
Organizacja konkursów o RPOWP i Funduszach Europejskich	Liczba konkursów	8
Utworzenie i administrowanie stroną internetową <a href="http://www.rpowp.wrotapodlasia.pl">www.rpowp.wrotapodlasia.pl</a>	Liczba odwiedzin strony internetowej	1 000 000
Newsletter	Liczba rozesłanych informacji	250
	Liczba subskrybentów	1600

**Plan komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego  
na lata 2007-2013**

Utworzenie i działalność punktów informacyjnych (główny punkt informacyjny i punkty regionalne)	<b>Główny punkt informacji w Białymstoku:</b>	
	Liczba osób, którym udzielono informacji telefonicznie (infolinia 08013 08013)	17 000
	Liczba osób, którym udzielono odpowiedzi osobiście	3500
	Liczba osób, którym udzielono odpowiedzi drogą elektroniczną	1000
	<b>Punkty informacyjne w Łomży i Suwałkach:</b>	
	Liczba osób, którym udzielono informacji telefonicznie	1690
Liczba punktów informacyjnych	Liczba osób, którym udzielono odpowiedzi osobiście	1050
	Liczba osób, którym udzielono odpowiedzi drogą elektroniczną	370
Współpraca z mediami (zamieszczanie informacji, artykułów, ogłoszeń, audycji w prasie, radiu i telewizji)	Liczba ogłoszeń prasowych	85
	Liczba artykułów prasowych o RPOWP	50
	Liczba spotów TV i informacji TV	20
	Liczba spotów w radiu i informacji w radiu	40

*\* Dane dotyczą całego okresu programowania 2007-2013*

Działania informacyjno-promocyjne będą dokumentowane za pomocą:

- fotografii;
- materiałów multimedialnych (prezentacje, audycje radiowe i telewizyjne);
- list obecności (konferencje, szkolenia, warsztaty, prezentacje);
- informacji, artykułów zamieszczanych w prasie;
- bazy danych o podejmowanych działaniach.

## 10. Harmonogram działań informacyjno-promocyjnych

**Tabela 2 Harmonogram działań informacyjno-promocyjnych na lata 2007-2013**

Rok	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Działanie</b>							
Powiadomienie beneficjentów i opinii publicznej o uruchomieniu realizacji RPOWP oraz jego realizacja							
Konferencje, seminaria, szkolenia, warsztaty, prezentacje dla beneficjentów RPOWP							

**Plan komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego  
na lata 2007-2013**

Przygotowanie, dystrybucja materiałów informacyjno-promocyjnych (RPOWP, podręcznik beneficjenta, ulotki, plakaty, gadżety itp.)							
Utworzenie i administrowanie stroną internetową <a href="http://www.rpowp.wrotapodlasia.pl">www.rpowp.wrotapodlasia.pl</a>							
Utworzenie i administrowanie Mapą Projektów RPOWP							
Utworzenie i działalność głównego punktu informacyjnego w siedzibie IZ RPOWP							
Utworzenie i działalność regionalnych punktów informacyjnych w Łomży i Suwałkach							
Uruchomienie i działalność mobilnych punktów informacji RPOWP							
Uruchomienie i funkcjonowanie infolinii 08013 08013							
Współpraca z mediami (zamieszczanie informacji, artykułów, ogłoszeń, audycji w prasie, radiu i telewizji)							
Wsparcie procesu aplikowania o środki							
Pomoc beneficjentom w realizacji projektów i rozliczaniu oraz propagowaniu ich efektów zgodnie z wymogami UE							
Komunikacja wewnętrzna							
Prezentowanie efektów wdrażania RPOWP							
Monitoring i weryfikacja							

## **11. Budżet działań informacyjno-promocyjnych w ramach Pomocy Technicznej RPOWP**

Finansowanie poszczególnych działań podejmowanych w ramach Planu Komunikacji oparte będzie o środki własne Instytucji Zarządzającej oraz w oparciu o dostępne środki w ramach Pomocy Technicznej RPOWP.

**Tabela 3 Budżet Pomocy Technicznej RPOWP na lata 2007-2013**

Rok	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Kwota w euro	15 899	87 087	228 422	612 296	198 807	1 337 368	1 337 368
<b>Razem</b>	<b>3 817 247</b>						

## **Zakończenie**

Plan komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Podlaskiego na lata 2007-2013 to dokument, który określa sposób prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych związanych z wykorzystywaniem funduszy strukturalnych Unii Europejskiej dostępnych w ramach tego Programu. Jest dokumentem wieloletnim, dlatego też proces jego wdrażania wymaga stałego monitorowania. W toku realizacji Plan będzie podlegał różnego rodzaju modyfikacjom, tak aby skutecznie osiągać założone w nim cele. Ponadto będzie uzupełniany przez Roczne Plany Działań Informacyjno-Promocyjnych, które w sposób szczegółowy będą przedstawiać działania informacyjno-promocyjne przewidziane na dany rok.

**Spis tabel**

Tabela 1 Działania podejmowane w ramach planu Komunikacji RPOWP i ich wskaźniki na lata 2007-2013

Tabela 2 Harmonogram działań informacyjno-promocyjnych na lata 2007-2013

Tabela 3 Budżet Pomocy Technicznej RPOWP na lata 2007-2013



**Dane kontaktowe Instytucji Zarządzającej RPOWP  
Urząd Marszałkowski Województwa Podlaskiego  
Departament Zarządzania Regionalnym Programem Operacyjnym**

ul. Poleska 89  
15-874 Białystok  
tel. 085 65 48 399  
fax. 085 65 48 204

**Infolinia: 0 8013 08013**

**[www.rpowp.wrotapodlasia.pl](http://www.rpowp.wrotapodlasia.pl)**  
**[www.podlaskiedotacje.pl](http://www.podlaskiedotacje.pl)**

**Punkt Informacyjny RPOWP**

ul. Poleska 89  
15-874 Białystok  
Infolinia: 08013 08013  
e-mail: [informacja@rpowp.wrotapodlasia.pl](mailto:informacja@rpowp.wrotapodlasia.pl)