

Stan: maj 2020

# Strategia komunikacji dla Programu Współpracy INTERREG V A Brandenburgia - Polska 2014-2020

**EUROPÄISCHE UNION**  
Europäischer Fonds für  
regionale Entwicklung



**UNIA EUROPEJSKA**  
Europejski Fundusz  
Rozwoju Regionalnego



**BB-PL**  
**INTERREG V A**  
**2014-2020**

"Barrieren reduzieren - gemeinsame Stärken nutzen" / „Redukować bariery – wspólnie wykorzystywać silne strony”

## Spis treści

1.	Wprowadzenie.....	3
1.1.	Wymagania Unii Europejskiej.....	3
1.2.	Instytucja odpowiedzialna za realizację działań informacyjno-komunikacyjnych.....	4
2.	Sytuacja wyjściowa .....	5
3.	Cele strategii komunikacji.....	7
3.1.	Informacja.....	7
3.2.	Wsparcie.....	8
3.3.	Tworzenie sieci powiązań.....	8
4.	Grupy docelowe .....	10
5.	Działania informacyjno-komunikacyjne oraz określenie odpowiedzialności za ich realizację .....	11
5.1.	Wykorzystanie mediów – strona internetowa programu.....	11
5.2.	Szkolenia i konsultacje.....	14
5.3.	Wydarzenia (zgodnie z załącznikiem XII 2.1.2 Rozporządzenia 1303/2013).....	14
5.4.	Publikacje .....	15
5.5.	Materiały promocyjne .....	15
5.6.	Prezentacja logo Unii w siedzibie Instytucji Zarządzającej.....	16
5.7.	Współpraca z mediami .....	16
5.8.	Logo Programu.....	17
6.	Komunikacja i informacja dla osób z niepełnosprawnościami .....	19
7.	Ocena działań informacyjno-komunikacyjnych.....	19
8.	Corocznie aktualizowane plany działań informacyjnych i komunikacyjnych, które mają być przeprowadzone w kolejnym roku.....	20
9.	Ocena Strategii Komunikacji .....	21
10.	Szacunkowa kwota planowanej alokacji środków – planowany budżet .....	21

## 1. Wprowadzenie

### 1.1. Wymagania Unii Europejskiej

Dnia 21.10.2015 r. Komisja Europejska zatwierdziła Program Współpracy INTERREG V A Brandenburgia – Polska 2014-2020 (dalej: PW). Ministerstwo Finansów i Spraw Europejskich Kraju Związkowego Brandenburgia (MdFE) przejmuje w ramach PW funkcję Instytucji Zarządzającej. Zgodnie z artykułem 116 ustęp 1 rozporządzenia (UE) nr 1303/2013 (dalej: rozporządzenie 1303/2013) właściwa Instytucja Zarządzająca ma za zadanie sformułować dla każdego PW strategię komunikacji (dalej: SK). Zgodnie z tym sporządzono niniejszą SK.

Celem Strategii Komunikacji jest przedstawienie działań informacyjnych i komunikacyjnych, które będą prowadzone przez instytucje zaangażowane we wdrażanie programu. Ich zadaniem jest informowanie o możliwościach uzyskania dofinansowania w ramach PW oraz wspieranie beneficjentów realizujących projekty programu. Działalność informacyjno-komunikacyjna służy także prezentowaniu i rozpowszechnianiu informacji o rezultatach zrealizowanych projektów. W niniejszym dokumencie opisano szczegółowo sposób i zasady przekazywania informacji grupom docelowym. Grupy docelowe to m.in. potencjalni wnioskodawcy, beneficjenci, osoby opiniotwórcze, podmioty współpracy transgranicznej oraz ogół społeczeństwa.

SK powstała w wyniku współpracy Instytucji Zarządzającej (MdFE) z Koordynatorem Krajowym (Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej). Oprócz Instytucji Zarządzającej (dalej: IZ) przepisy nakładają obowiązek prowadzenia działań informacyjno-komunikacyjnych również na beneficjentów. Zgodnie z załącznikiem XII, 2.1.1 do rozporządzenia 1303/2013 IZ, beneficjenci zobowiązani są do prowadzenia działań informacyjno-komunikacyjnych zgodnie z SK.

Ponadto SK stanowi podstawę do przygotowywania szczegółowych corocznych planów działań informacyjno-komunikacyjnych w ramach programu. IZ informuje Komitet Monitorujący program, co najmniej raz w roku o postępach w realizacji SK zgodnie z art. 110 ust. 1 lit. c) rozporządzenia (UE) nr 1303/2013 i o dokonanej przez IZ analizie wyników realizacji tej strategii, jak również o planowanych działaniach informacyjno-komunikacyjnych,

które mają zostać przeprowadzone w roku następnym. Komitet Monitorujący programu, jeżeli uzna to za stosowne, wydaje opinię na temat działań planowanych na następny rok.

SK należy zgodnie z Art. 116 ustęp 2 rozporządzenia 1303/2013 przedłożyć Komitetowi Monitorującemu nie później niż 6 miesięcy po zatwierdzeniu PW, którego dotyczy, tzn. najpóźniej do 21 kwietnia 2016 r. W przypadku, gdy IZ dokona zmiany SK podczas okresu programowania, SK jest przedkładana Komitetowi Monitorującemu programu do zatwierdzenia zgodnie z art. 110 ust. 2 lit. d) rozporządzenia 1303/2013. Formalne zatwierdzenie SK przez Komisję Europejską nie jest wymagane w okresie programowania 2014-2020, jednakże SK będzie przekazywana Komisji Europejskiej do wiadomości.

## **1.2. Instytucja odpowiedzialna za realizację działań informacyjno-komunikacyjnych**

Odpowiedzialna za realizację obowiązków informacyjnych i komunikacyjnych zgodnie z SK jest IZ przy wsparciu Wspólnego Sekretariatu (WS) we Frankfurcie nad Odrą:

Ministerstwo der Finanzen und für Europa des Landes Brandenburg (MdFE)  
*[Ministerstwo Ministerstwo Finansów i Spraw Europejskich Kraju Związkowego Brandenburgia*  
Heinrich-Mann-Allee 107  
14473 Poczdam  
Referat 53 Europejska Współpraca Terytorialna – Instytucja Zarządzająca Programu  
Współpracy INTERREG V A Brandenburgia – Polska 2014-2020.

Zgodnie z art. 117 ustęp 3 rozporządzenia 1303/2013 Instytucja Zarządzająca wyznacza osobę odpowiedzialną na poziomie PW za informację i komunikację i podaje jej nazwisko Komisji Europejskiej.

Zadanie to pełni w IZ Pani Martyna Adamczyk.

W realizacji SK oraz zawartych w niej działań uczestniczy oprócz IZ i WS również Regionalny Punkt Kontaktowy (RPK). IZ, WS i RPK ustalają coroczny plan działań komunikacyjnych.

**Wspólny Sekretariat**

Programu Współpracy INTERREG V A Brandenburgia – Polska 2014 – 2020  
przy Ministerstwie Finansów i Spraw Europejskich Kraju Związkowego  
Brandenburgia Kraju Związkowego Brandenburgia  
Bischofstraße 1 a  
D - 15230 Frankfurt n. Odrą

**Regionalny Punkt Kontaktowy**

Programu Współpracy INTERREG V A Brandenburgia – Polska 2014 – 2020  
przy Urzędzie Marszałkowskim Województwa Lubuskiego  
Biuro Współpracy Zagranicznej i Europejskiej Współpracy Terytorialnej ul. Podgórna 7  
65-057 Zielona Góra

Podział kompetencji został opisany bliżej w rozdziale 5.

## 2. Sytuacja wyjściowa

W celu określenia efektywnych działań komunikacyjnych oraz wymaganych w tym celu instrumentów na okres programowania 2014-2020 na potrzeby niniejszej SK uwzględniono ewaluację SK stosowanej w ubiegłym okresie programowania 2007-2013. Właściwa w tym okresie Instytucja Zarządzająca zleciła w tym zakresie zewnętrzne badanie<sup>1</sup> w okresie od lipca do listopada 2015 r. Rezultatem tej oceny jest wniosek, że dotychczasowe wysiłki powinny zostać zintensyfikowane w kolejnym okresie programowania. Podczas gdy informacje i konsultacje dla potencjalnych beneficjentów oraz beneficjentów PW ocenione zostały w znaczącej mierze pozytywnie, w przypadku dalszych grup docelowych jeszcze większy nacisk należy położyć na informowanie o osiągnięciach dofinansowanych przedsięwzięć oraz leżącej u podstaw tej współpracy idei europejskiej. Informacje nie powinny ograniczać się tylko do pozytywnych rezultatów realizacji projektów, ale powinny koncentrować się na ich wpływie na życie mieszkańców regionu oraz na przekazie, że było to możliwe dzięki wsparciu Unii Europejskiej.

---

<sup>1</sup> Raport ewaluacyjny „Efekty realizacji Programu Operacyjnego Współpracy Transgranicznej Polska (Województwo Lubuskie) - Brandenburgia 2007-2013”, Geoprofit Wojciech Dziemianowicz, WYG PSDB Sp. z o.o.

Ewaluacja pokazuje ponadto, iż w mediach w niedostatecznym stopniu informuje się o źródłach i idei finansowania tych projektów z programu INTERREG.

Zgodnie z wynikami ewaluacji, w odniesieniu do wypełniania obowiązku prowadzenia działań informacyjno-komunikacyjnych przez beneficjentów należy zwracać uwagę, aby partnerzy angażowali się na rzecz aktywnych działań promocyjnych w projekcie, ale też wyraźniej niż dotychczas promowali cele Programu Współpracy. Nowa SK ma służyć beneficjentom za wsparcie w realizacji tego zadania.

Słabym punktem było według ewaluacji również to, że przedstawiciele mediów w niewystarczającym stopniu uwzględniali w swoich relacjach obligatoryjne informacje o programie, a nazbyt często koncentrowali się wyłącznie na treści samego projektu. W związku z tym, należy w kontaktach z przedstawicielami mediów wyraźniej niż dotychczas podkreślać, iż zbyt lakoniczne lub wręcz jednostronne przedstawienie projektów jest niewystarczające. Jeżeli informacja dotyczy tylko treści projektu, a kontekst ogólny wsparcia z INTERREG A nie jest dostrzegalny, istnieje zagrożenie nieosiągnięcia zamierzonego efektu promocji programu. Może to także wpłynąć na obniżenie przyszłych szans na uzyskanie dofinansowania lub obniżenie stopy dofinansowania w kolejnym okresie programowania. W związku z tym należy poprzez politykę świadomych partnerstw medialnych na rzecz INTERREG podjąć za pomocą niniejszej SK próbę intensywniejszego wyjaśniania przedstawicielom mediów celów programu.

Dzięki niniejszej SK ma zostać podniesiona świadomość tego, jak realizacja poszczególnych projektów służy idei europejskiej i jakie pozytywne efekty dla regionów i ich mieszkańców przynosi ich przynależność do Unii Europejskiej. Dlatego wdrażanie SK nie może pozostać zadaniem abstrakcyjnym, lecz wymaga szeregu instrumentów, za pomocą których można trafniej dotrzeć z informacjami do mieszkańców obszaru wsparcia. W związku z tym, w przyszłości należy również wybierać instrumenty płatnych ogłoszeń oraz wkładek w mediach drukowanych, co dotyczy w szczególności działań IZ.

Ewaluacja szczególnie podkreśla jeden aspekt, na który niniejsza SK powinna zwrócić uwagę. Instytucja Zarządzająca będzie musiała mocniej niż dotychczas koncentrować się na propagowaniu w działaniach komunikacyjnych pozytywnego wizerunku współpracy polsko-niemieckiej. To nadrzędne zadanie nie powinno w przyszłości być powierzone tylko WS, lecz wiodącą rolę w jej realizacji powinna pełnić IZ. WS wspiera w tym zadaniu wspólnie z RPK

Instytucję Zarządzającą jako drogowskaz dla beneficjentów, pomagając im w realizacji działań informacyjno-komunikacyjnych.

### **3. Cele strategii komunikacji**

Nadrzędnym celem realizowanych działań informacyjno-komunikacyjnych PW jest wzrost widoczności pozytywnych zmian zachodzących w obszarze wsparcia dzięki wykorzystaniu środków INTERREG oraz stopnia rozpoznawalności programu we wszystkich grupach docelowych. W tym celu zastosować należy różne instrumenty informacyjne i kanały komunikacji, aby pokazać grupom docelowym osiągnięcia PW oraz jego rolę w rozwoju wspólnego polsko-brandenburskiego obszaru wsparcia.

Ten główny cel zgodny jest z ogólną „Strategią komunikacji Kraju Związkowego Brandenburgia Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (EFRR) na okres programowania 2014-2020”, przy czym INTERREG postrzegany jest jako integralna część EFRR. Za pomocą niniejszej strategii mogą zostać zdefiniowane następujące cele szczegółowe:

#### **3.1. Informacja**

Zwiększenie stopnia poinformowania o możliwościach uzyskania dofinansowania w ramach programu oraz jednoczesne promowanie udziału w projektach współpracy transgranicznej.

W wyniku powyższego ma zostać uzyskane:

- podwyższenie ogólnej przejrzystości warunków dofinansowania w ramach PW poprzez rozpowszechnianie informacji o INTERREG V A BB-PL 2014-2020. (Informacja o zaproszeniach do składania wniosków (informacja o naborach), możliwościach dofinansowania, warunkach udzielania dofinansowania, procedurach dofinansowania łącznie z obowiązkami ciążącymi na beneficjentach (na przykład w obszarze informacji i komunikacji) oraz wyznaczanie kluczowych osób przewidzianych do kontaktów).
- utrwalenie i wzmocnienie pozytywnego wizerunku Unii Europejskiej, większa świadomość społeczna roli Unii Europejskiej i transgranicznej współpracy, dzięki której możliwa jest realizacja projektów w regionie.

### 3.2. Wsparcie

Wspieranie beneficjentów w zakresie efektywnej, skutecznej i płynnej realizacji projektów zgodnie z wymogami PW oraz w realizacji działań dotyczących komunikacji.

W wyniku powyższego ma zostać uzyskane:

- wspieranie beneficjentów w wypełnianiu ich obowiązków związanych z promocją
- włączenie partnerów w generowanie sukcesu PW.

### 3.3. Tworzenie sieci powiązań

- Rozpowszechnianie informacji o rezultatach realizowanych projektów oraz wynikach realizacji programu.
- Współpraca z siecią mediów z jak najwyższą skutecznością stosowanych działań informacyjno-komunikacyjnych.
- Powiązanie z działaniami informacyjnymi i komunikacyjnymi innych programów europejskich funduszy strukturalnych i inwestycyjnych.

W wyniku powyższego ma zostać uzyskane:

- stworzenie sieci współpracy PW po stronie polskiej i niemieckiej, a także z innymi PW
- utrwalanie pozytywnego wizerunku polityki spójności realizowanej przez Unię Europejską

Realizując te cele Instytucja Zarządzająca stawia na przestrzeganie trzech **podstawowych zasad**:

#### a) **Przejrzystość**

Przejrzystość jest zapewniana przede wszystkim poprzez stronę internetową programu. Ponadto na zapytania każdej grupy docelowej będą udzielane, jeżeli nie stoi to w sprzeczności z ochroną danych, jak najbardziej wyczerpujące odpowiedzi.



**b) Równość szans/ niedyskryminacja**

Zasada wspierania równości szans i unikania jakiejkolwiek dyskryminacji ze względu na płeć, rasę lub pochodzenie etniczne, religię lub światopogląd, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną powinna być uwzględniona również we wdrażaniu SK i będzie w związku z tym stosowana na poszczególnych etapach wdrażania SK. Obowiązuje to w szczególności w odniesieniu do istotnych w danym przypadku grup docelowych ((potencjalnych) beneficjentów, osób opiniotwórczych lub ogółu społeczeństwa) IZ przykłada dużą wagę do tego, aby treści informacyjne i komunikacyjne dostępne były także w formie streszczenia sformułowanego przystępnym językiem oraz, aby strona internetowa programu była w znacznym stopniu dostępna dla osób z niepełnosprawnościami.

**c) Zrównoważony rozwój**

W odniesieniu do art. 8 rozporządzenia (UE) 1303/2013 mówiącego o celu przekrojowym zrównoważony rozwój, IZ przykłada wagę do tego, aby jej własne działania promocyjne opierały się na zasadach udzielania zamówień z poszanowaniem zasad zrównoważonego rozwoju. IZ dokonuje wyboru procedur planowania i udzielania zamówień w oparciu o kryteria socjalno-ekologiczne, i czyni te procedury przejrzystymi. W ten sposób IZ przyczynia się do zwiększenia zapotrzebowania na produkty ekologiczne.

Decyzje o udzieleniu zamówień poprzedzone będą analizą służącą określeniu rzeczywistego zapotrzebowania. Opis zakresu zamawianej usługi będzie zawierał kryteria, jak koszty cyklu życia, znaki jakości i ekologiczne (w oparciu o art. 43 ust. 1 dyrektywy w sprawie zamówień publicznych 2014/24/UE) jak i ekologiczne procedury produkcji. Wymagania te obowiązują w szczególności w ramach udzielania zamówień na usługi organizacji wydarzeń, cateringu, publikacji jak i innych materiałów drukowanych (np. kalendarze, plakaty).

Odnosnie zobowiązań w zakresie działań publicystycznych, IZ zwraca w odpowiedni sposób (np. w ramach szkoleń) uwagę beneficjentów na realizację celu przekrojowego zrównoważony rozwój także w ramach działalności publicystycznej, a także na udzielanie zamówień z poszanowaniem zasad zrównoważonego rozwoju, jeżeli wydaje się to w odniesieniu do konkretnego projektu odpowiednie i sensowne.

Przykłady najlepszych praktyk w zakresie udzielania zamówień z poszanowaniem zasad zrównoważonego rozwoju będą publikowane przez IZ na stronie internetowej programu.

#### **4. Grupy docelowe**

Zgodnie z załącznikiem XII do rozporządzenia 1303/2013 IZ zapewnia, aby potencjalni beneficjenci i wszystkie inne zainteresowane strony były informowane o strategii programu, jego celach i oferowanych możliwościach dofinansowania.

Działania informacyjno-komunikacyjne zależne są zarówno od danego etapu wdrażania programu oraz realizowanych w jego ramach projektów jak i od grupy docelowej, do której są kierowane. Odbiorców tych działań informacyjno-komunikacyjnych podzielić można na trzy niżej wymienione główne grupy docelowe.

##### **Grupa docelowa 1: potencjalni beneficjenci**

- potencjalni beneficjenci osi priorytetowych PW

##### **Grupa docelowa 2: Beneficjenci oraz wewnętrzne podmioty uczestniczące w PW**

- Beneficjenci osi priorytetowych PW oraz
- wewnętrzne podmioty uczestniczące w realizacji PW oraz partnerzy programowi (m.in. grupy robocze, Lubuski Urząd Wojewódzki, Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego, ILB i Komitet Monitorujący program i jego członkowie)

##### **Grupa docelowa 3: uczestnicy projektów i dalsze podmioty uczestniczące w realizacji PW**

- adresaci/ uczestnicy projektów w osiach priorytetowych PW oraz
- rozszerzona grupa podmiotów uczestniczących w realizacji programu (np. Komisja Europejska, decydenci polityczni oraz powiaty i miasta na prawach powiatu, zrzeszenia i izby, organizacje pozarządowe, placówki edukacyjne i badawcze).
- przedstawiciele mediów lokalnych, regionalnych i ewentualnie ponadregionalnych
- społeczności (lokalne, regionalne i ewentualnie ponadregionalne)

## 5. Działania informacyjno-komunikacyjne oraz określenie odpowiedzialności za ich realizację

### 5.1. Wykorzystanie mediów – strona internetowa programu

Nowa, dwujęzyczna strona internetowa programu w <https://interregva-bb-pl.eu> pełni rolę centralnego instrumentu informacyjno-komunikacyjnego dla wszystkich grup docelowych PW i jest stale aktualizowana i doskonalona.

Na stronie internetowej programu udostępniane będą następujące informacje:

- a) Informacje ogólne dotyczące Europejskiej Współpracy Terytorialnej, strategii programu, obowiązujących podstaw prawnych oraz dokumentów programowych – łącznie z funkcją pobrania. Podmiotom uczestniczącym w realizacji programu udostępniane są w obszarze chronionym hasłem dostępu także wewnętrzne dokumenty programu.
- b) **Potencjalnym beneficjentom** udostępniane będą przy wykorzystaniu różnych środków komunikacji zgodnie z załącznikiem XII ustęp 3.1. Rozporządzenia 1303/2013 następujące informacje:
  - forma składania wniosków (łącznie z instrukcją i zlinkowaniem z systemem informatycznym – portalem ILB do elektronicznego składania wniosków) i możliwości finansowania
  - warunki kwalifikowalności wydatków,
  - opis procedury i terminów oceny wniosków o dofinansowanie,
  - kryteria wyboru projektów, które będą dofinansowane,
  - lista osób przewidzianych do kontaktów na poziomie krajowym, regionalnym lub lokalnym, które są w stanie dostarczyć informacji na temat Programu Współpracy,
  - obowiązki promocyjne (potencjalnych) beneficjentów ze wskazaniem na materiały informacyjne i komunikacyjne, których należy użyć,
  - na stronie internetowej programu publikowany jest wykaz projektów zgodny z wymaganiami technicznymi i dotyczącymi minimalnego zakresu informacji sformułowanymi w art. 115 ustęp 2 oraz w załączniku XII rozporządzenia 1303/2013, wykaz ten będzie aktualizowany minimum co sześć miesięcy. Lista przygotowana zostanie przez ILB.

**Minimalny zakres informacji dot. wykazu projektów powinien obejmować następujące elementy:**

- nazwa beneficjenta (jedynie osoby prawne; nie osoby fizyczne)
- nazwa projektu
- skrócony opis treści i celów projektu
- data rozpoczęcia projektu
- (przewidywana) data zakończenia projektu
- całkowite wydatki kwalifikowalne projektu
- stopa dofinansowania EFRR na oś priorytetową
- stosowne dane określające lokalizację (np. kod pocztowy)
- państwo/ kraj związkowy
- nazwa kategorii interwencji dla projektu zgodnie z art. 96 ust. 2 lit. b) pkt (VI) rozporządzenia 1303/2013
- data ostatniej aktualizacji wykazu projektów.

- możliwości finansowania z Programu Współpracy oraz terminy naborów wniosków o dofinansowanie
- procedury oceny wniosków o dofinansowanie i odnośne terminy, kryteria oceny projektów
- dane osób i instytucji przewidzianych do kontaktów
- lista często zadawanych pytań (FAQ) z odpowiedziami
- link do stron internetowych poświęconych funduszom EFSI na poziomie narodowym i europejskim

**c) Wsparcie beneficjentów zgodnie z załącznikiem XII ustęp 3.2 Rozporządzenia 1303/2013 w realizacji ich obowiązków promocyjnych**

Beneficjenci są zobowiązani do informowania opinii publicznej o projekcie oraz o wsparciu z EFRR.

- IZ informuje o tym, że przyjmując dofinansowanie beneficjenci wyrażają zgodę na ich ujęcie w wykazie projektów publikowanym zgodnie z art. 115 ustęp 2 rozporządzenia 1303/2013.

- IZ informuje poprzez ILB beneficjentów o przepisach dotyczących informacji i komunikacji w umowie o dofinansowanie zgodnie z załącznikiem XII ustęp 2.2 Rozporządzenia 1303/2013. Na stronie internetowej programu udostępniona jest dla beneficjentów instrukcja/informacja dla beneficjenta w sprawie obowiązków dotyczących przepisów informacji i komunikacji, których należy przestrzegać. Loga, których powinni używać beneficjenci, są im udostępniane w formie plików do pobrania. Na stronie internetowej programu znajduje się informacja o wymogach technicznych przy stosowaniu logo Unii przez beneficjentów zgodnie z art. 3 i 5 rozporządzenia wykonawczego (UE) nr 821/2014.
- IZ udostępnia w razie potrzeby beneficjentom przy działaniach oddziałujących na opinię publiczną wspierające publikacje lub materiały komunikacyjno-informacyjne PW.
- IZ oraz WS będą pilnować, aby nałożone na beneficjentów obowiązki w zakresie promocji były rzeczywiście realizowane. W przypadku ich nieprzestrzegania beneficjent będzie musiał liczyć się ze zmniejszeniem dofinansowania zgodnie z zapisami Podręcznika Beneficjenta stanowiącego podstawę umowy o dofinansowanie.

d) Wyrażna prezentacja przykładów w ramach realizacji PW

**Dodatkowa oferta komunikacyjna: strona internetowa MdFE na temat programów INTERREG oraz sieci społecznościowe**

IZ prezentuje na stronie internetowej MdFE <https://mdfe.brandenburg.de/sixcms/detail.php/942723> ogólne informacje na temat wdrażania PW, w celu informowania wszystkich grup docelowych (por. str. 10, pkt.4)

W ramach pierwszej oceny wpływu (2018/2019) badane będzie wykorzystanie portali społecznościowych, a w przypadku stwierdzenia faktycznych korzyści oraz możliwości kadrowych, rozważane będzie wykorzystanie ich do wsparcia SK.

IZ, poprzez Wspólny Sekretariat, będzie w razie szczególnej potrzeby redagować i rozsyłać pocztą elektroniczną newsflash z aktualnymi informacjami (zamiast regularnego newslettera).

**Realizacja: utworzenie strony internetowej – IZ**  
**aktualizacja strony internetowej – IZ i WS**

## 5.2. Szkolenia i konsultacje

- indywidualne **konsultacje** dla (potencjalnych) beneficjentów w miejscach łatwodostępnych – stała oferta WS i RPK, aby przekazywać informacje pomocne przy sporządzaniu wniosków o dofinansowanie i realizacji projektów (np. w zakresie działań promocyjnych)
- **szkolenia** dla (potencjalnych) beneficjentów – obejmują szczegółowe informacje w zakresie składania wniosków, kwalifikowalności kosztów, działań informacyjno-komunikacyjnych
- **warsztaty** – obejmują praktyczny instruktaż wypełniania formularzy wniosków i dokumentów wykorzystywanych w programie dla (potencjalnych) beneficjentów

### Realizacja: WS i RPK

## 5.3 Wydarzenia (zgodnie z załącznikiem XII 2.1.2 Rozporządzenia 1303/2013)

- Większe wydarzenie informacyjne zostało przeprowadzone jako konferencja inauguracyjna w dniu 03.11.2015 w Cottbus w związku z rozpoczęciem Programu Współpracy.
- Planowane są dodatkowo kolejne większe przedsięwzięcia informacyjne w celu przekazywania informacji na temat Programu Współpracy, możliwości ubiegania się o środki, strategii wsparcia i realizacji PW, dotychczasowych osiągnięć, zaawansowania wdrażania, przygotowywanych naborów, informacji na temat składania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowanie oraz prezentacji przykładów projektów, a także większych projektów.
- Aby uzyskać szczególnie duże zainteresowanie corocznym wydarzeniem, IZ pracuje nad skutecznie oddziaływującym na opinię publiczną, powtarzalnym formatem tej imprezy, np. polsko-niemiecka nagroda dla szczególnie wyróżniających się projektów w osiach priorytetowych. Planowane jest przyznawane co roku z okazji Dnia Europejskiej Współpracy Terytorialnej (EC-Days) nagrody dla Projektu Roku w obrębie poszczególnych osi priorytetowych. IZ zamierza tym wydarzeniem osiągnąć następujące efekty: zwiększenie zainteresowania zarówno w marketingu wewnętrznym ((potencjalni) beneficjenci oraz instytucje europejskie, krajowe i regionalne) jak i marketingu

zewnątrznym (regionalne i ponadregionalne (jako temat europejski) zainteresowanie i obecność w mediach dzięki wsparciu osób pełniących ważne funkcje polityczne).

**Realizacja: IZ**

#### **5.4. Publikacje**

- PW udostępniany jest wszystkim zainteresowanym na stronie internetowej programu w formie pliku do pobrania. Z uwagi na obszerność PW będzie udostępniany w formie drukowanej tylko uczestniczącym w realizacji programu instytucjom i podmiotom.
- Dla wszelkich innych zainteresowanych przygotowana po zatwierdzeniu PW ogólna broszura (z istotnymi treściami programu, osobami przewidzianymi do kontaktów oraz warunkami wsparcia) będzie zaktualizowana, biorąc pod uwagę grupę docelową preferującą formę drukowaną. Aby minimalizować powstające koszty i podnieść efektywność oddziaływania oraz chronić środowisko (przyjazność środowisku), broszura ta będzie również dostępna w formie pliku do pobrania.
- Dla (potencjalnych) beneficjentów sporządzone zostaną obok Podręcznika Beneficjenta także kompleksowe instrukcje w sprawie pojedynczych tematów (Informacja i Komunikacja, MŚP, Zamówienia publiczne), które również będą dostępne w formie pliku do pobrania.

W zależności od tematów i okazji Instytucja Zarządzająca wybierać będzie odpowiednie nośniki publikacji, aby poprzez ulotki, broszury, plakaty itp. spełniać swe obowiązki związane z promocją, w skuteczny sposób docierając do opinii publicznej.

**Realizacja: IZ przy wsparciu WS**

#### **5.5. Materiały promocyjne**

- W celu profesjonalnej prezentacji PW zaprojektowane zostaną ścianki i rollupy. W celu promocji i zwiększenia zainteresowania użytkowników i podmiotów uczestniczących w realizacji programu należy znaleźć takie produkty reklamowe dla PW, które odzwierciedlają ambitne atrybuty integrującego się regionu z jego procesami społecznymi i gospodarczymi, w duchu zrównoważonego rozwoju, np. stojaki z logo programu i Unii Europejskiej, ścianki i rollupy, itp. W razie potrzeby elementy te mogą być także wypożyczane opiniotwórczym podmiotom/osobom lub podmiotom

realizującym projekty do prowadzenia działań w skuteczny sposób docierających do opinii publicznej. Równoległe przygotowywane są projekty graficzne poświęcone specjalnym tematom do plakatów, kart pocztowych lub innych nośników informacji.

- Instytucja Zarządzająca zleci zaprojektowanie nowoczesnych gadżetów promocyjnych jako produktów promujących PW, które zostaną wybrane zgodnie z zasadami jak najbardziej zrównoważonej i wysokojakościowej produkcji, jednocześnie po umiarkowanych kosztach.

#### **Realizacja: IZ przy wsparciu WS**

### **5.6. Prezentacja logo Unii w siedzibie Instytucji Zarządzającej**

W siedzibie Instytucji Zarządzającej zainstalowana jest na stałe flaga europejska. Poza tym w strefie wejścia na wielkoformatowym schemacie organizacyjnym ministerstwa Instytucja Zarządzająca Programu EWT jest wyróżniona emblematem Unii Europejskiej. Wsparcie dla projektu z Unii Europejskiej powinno być widoczne zarówno dla beneficjentów jak i bezpośrednio dla otoczenia projektu.

#### **Realizacja: IZ**

### **5.7 Współpraca z mediami**

Sukces PW w opinii publicznej zależeć będzie obok realizacji szczególnie zasługujących na wsparcie projektów oraz administracyjno-technicznego sterowania programem, w dużej mierze także od jak najlepszego relacjonowania o nim w mediach krajowych, regionalnych i lokalnych. Dążeniem IZ oraz WS i w razie potrzeby RPK jest w związku z tym stała współpraca z mediami poprzez komunikaty prasowe, ogłoszenia komercyjne oraz bezpośrednie spotkania z mediami – w uzgodnieniu z odpowiedzialnym za współpracę z mediami Referatem Prasowym Ministerstwa Finansów i Spraw Europejskich Kraju Związkowego Brandenburgia (MdFE). W przypadku płatnych ogłoszeń oraz wkładek w mediach drukowanych przeprowadzona zostanie przez IZ analiza kosztów i korzyści, mająca na celu ocenę stopnia dotarcia do odpowiedniej grupy docelowej w stosunku do oszacowanych kosztów.



W celu poszerzenia zasięgu informacji prasowych, Jednostka Kontraktująca – Wyplacająca – ILB – może zostać w razie potrzeby włączona np. w rozpowszechnienie informacji o naborach. Poza nawiązaniem i utrzymywaniem bezpośrednich partnerstw z przedstawicielami mediów na obszarze wsparcia i poza nim, organizowane powinny być – poprzez MdFE we współpracy z IZ, WS oraz Koordynatorem Krajowym, a także euroregionami oraz Urzędem Marszałkowskim Województwa Lubuskiego - coroczne prasowe wyjazdy studyjne. Szczególną rolę w rozpowszechnianiu informacji w Województwie Lubuskim odgrywa RPK. Do zadań RPK związanych z działaniami informacyjno-komunikacyjnymi należą:

- informacja i promocja rezultatów realizacji Programu, promocja dobrych praktyk,
- pomoc w poszukiwaniu partnerów krajowych i zagranicznych udzielana potencjalnym beneficjentom zainteresowanym udziałem w projektach z PL-BB,
- przekazywanie informacji do portali informacyjnych samorządu województwa,
- spotkania informacyjne,
- udział w wydarzeniach krajowych, regionalnych (np. Przystanek Woodstock), subregionalnych,
- doradztwo w formie mobilnego Punktu Kontaktowego,
- konkursy radiowe nt. Programu

### **5.8 Logo Programu**

Dla PW opracowano jego własny system identyfikacji wizualnej, który stanowi podstawę prezentacji dla wszystkich działań informacyjno-komunikacyjnych.

Do komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej opracowane zostaną wzorce prezentacji w formatach Word i PowerPoint, aby uzyskać jednolitą prezentację programu także bez profesjonalnych programów graficznych.

Najważniejszymi cechami rozpoznawczymi prezentacji programu są:

- (1.) Podstawowa struktura nowego logo programu została świadomie przejęta z poprzedniego okresu wsparcia INTERREG IV A 2007-2013, aby obok rozpoznawalności symbolizować także ciągłość programu. Dwukolorowy, biało-czerwony projekt ma zaletę

nowoczesnego, jasno zarysowanego i przyciągającego wzroku elementu z dużym potencjałem rozpoznawalności. Napis po prawej stronie logo uzupełnia stylizowane elementy tworząc znak słowno-graficzny. Uzupełniony napis w porównaniu do dotychczasowego logo podaje obok partnerów programu i okresu wsparcia dodatkowo instrument wsparcia.

(2.) Podmioty trzecie, przed użyciem logo muszą zwrócić się (w drodze korespondencji elektronicznej), do Instytucji Zarządzającej o pisemną zgodę.



**Nowe logo składa się ze znaku słowno-graficznego, który charakteryzuje się pod względem graficznym przejętym ze starego logo abstrakcyjnie przedstawionym obszarem wsparcia z przecinającym go w środku nurtem rzek Odry i Nisy Łużyckiej. Odnośnie kolorystyki IZ zależało na tym, aby obaj partnerzy programu mogli rozpoznać się w białoczerwonej kolorystyce ich krajów.**

(3.) Jako powtarzający się element wizualny dla geograficznego umiejscowienia PW używana jest w działaniach informacyjno-komunikacyjnych mapa obszaru wsparcia.



## 6. Komunikacja i informacja dla osób z niepełnosprawnościami

Instytucja Zarządzająca przywiązuje wagę do tego, aby istotne narzędzia, jak strona internetowa, były w miarę możliwości tak zaprojektowane, aby między innymi także osoby z niepełnosprawnościami miały dostęp do ich treści. Konkretnie formaty dostępne dla osób z niepełnosprawnościami obejmują np. teksty sformułowane w prostym języku.

## 7. Ocena działań informacyjno-komunikacyjnych

IZ składa corocznie Komitetowi Monitorującemu sprawozdanie dotyczące wszystkich działań informacyjno-komunikacyjnych służących wypełnianiu celów SK. Sprawozdanie obejmuje zarówno ocenę ogólnego zaawansowania realizacji SK, jak również działania informacyjno-komunikacyjne planowane na kolejny rok.

## 8. Corocznie aktualizowane plany działań informacyjnych i komunikacyjnych, które mają być przeprowadzone w kolejnym roku

Przeprowadzone w roku poprzednim działania informacyjno-komunikacyjne PW oraz ogólne zaawansowanie realizacji SK powinny być oceniane corocznie na bazie poniższych wskaźników. Należy ustalić odpowiednią wartość roczną oraz wartość łączną uzyskaną do momentu składania sprawozdania.

Planowane działania	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Strona internetowa programu (jednorazowe utworzenie, bieżąca aktualizacja)		X					
Wykaz projektów		X					
Broszury, podręczniki, sprawozdania	600	600	wm.p.	wm.p.	wm.p.	wm.p.	
Broszura o PW (i nowe wydania)	x	wm.p.	wm.p.	wm.p.	wm.p.	wm.p.	
Komunikaty prasowe	10	6	4	4	4	4	3
Wydarzenia	1*						
Coroczne działanie informacyjne	1*	1	1	1	1	1	1
Referaty/prezentacje na wydarzeniach zewnętrznych	1	1	1	1	1	1	wm.p.
Konferencje prasowe			1	1	1	1	
Prezentacja logo UE							
Materiały promocyjne							
Gadżety (rodzaje i ilość gadżetów będą zatwierdzone w planach działań na rok kolejny)							
Konsultacje i szkolenia dla beneficjentów							
Konsultacje i szkolenia dla wnioskodawców							
Warsztaty	1	2					
Konsultacje w ramach projektów w sprawie wymaganych działań promocyjnych							
Instrukcje/informacje dla beneficjentów		7					
Udostępnione loga do pobrania		x					

<i>Planowane działania</i>	<i>2015</i>	<i>2016</i>	<i>2017</i>	<i>2018</i>	<i>2019</i>	<i>2020</i>	<i>2021</i>
Udostępnione materiały do działań promocyjnych		wm.p.	wm.p.	wm.p.	wm.p.	wm.p.	wm.p.
Informacja dla Komitetu Monitorującego		1	1	1	1	1	1

\* konferencja inauguracyjna 03.11.2015

Oznaczone na szaro – działania ciągłe

X – działanie jednorazowe

wm.p. – w miarę potrzeb

- Uszczegółowienie następuje na początku każdego roku, bilans wykonanych wskaźników na końcu roku
- I na żądanie

## 9. Ocena Strategii Komunikacji

Oceny realizacji SK dokonuje Komitet Monitorujący.

Zgodnie z art. 110 rozporządzenia 1303/2013 Komitet Monitorujący programu rozpatruje realizację SK. IZ składa zgodnie z art. 116 ust. 3 rozporządzenia 1303/2013 raz w roku informację o postępkach w realizacji SK oraz o planowanych działaniach informacyjnych i komunikacyjnych na kolejny rok. Ewaluacja SK zostanie objęta przewidzianą analizą skuteczności.

Rezultaty przeprowadzonych działań informacyjno-komunikacyjnych stanowią część informacji, jakie zgodnie z zapisami rozporządzenia 1299/2013, muszą zostać zawarte w raportach rocznych dla Komisji Europejskiej w latach 2017 i 2019. Sprawozdania roczne w 2017 i 2019 r. z realizacji programu obejmują ocenę realizacji SK. Na koniec okresu programowania IZ informuje nt. wdrażania SK w ramach rocznych raportów dotyczących wdrażania programu i ewentualnie o wnioskach dla przyszłego okresu programowania.

## 10. Szacunkowa kwota planowanej alokacji środków – planowany budżet

Łącznie z kosztami osobowymi i rzeczowymi planuje się przeznaczyć na realizację Strategii Komunikacji kwotę 326.800,00 euro (środki EFRR: 277.780,00 euro). Wymagany budżet jest częścią środków pomocy technicznej programu.

(Patrz: Planowana alokacja w euro)

Kategoria kosztów	Środki EFRR	Wkład krajowy	Finansowanie ogółem	Stopa dofinansowania
Koszty osobowe	107.780,00	19.020,00	126.800,00	85 %
Koszty ekspertów/ usług zewnętrznych (spotkania informacyjne, konferencje programu, strona internetowa, broszura nt. Programu, gadżety, itd.)	170.000,00	30.000,00	200.000,00	85 %
Łącznie w euro	277.780,00	49.020,00	326.800,00	85 %

Niniejszy indykatywny budżet może zostać dopasowany do wymogów realizacji programu. Corocznie sporządzany plan działań komunikacyjnych zawierać będzie konkretny budżet na dany rok.