

**Roczny plan działań informacyjno – promocyjnych  
na rok 2011 w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego  
Województwa Mazowieckiego 2007-2013**

grudzień 2010 r.



**PROGRAM  
REGIONALNY**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

**Mazowsze.**  
serce Polski

**UNIA EUROPEJSKA**  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO



## Spis treści:

1. Wstęp.....	3
2. Podstawy opracowania Roczego planu działań .....	3
3. Cele działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych.....	3
4. Zakres działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych.....	4
5. Harmonogram działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych .....	10
6. Budżet działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych.....	12
Załączniki: .....	13

## 1. Wstęp

Roczny plan działań informacyjno - promocyjnych, (zwany dalej *Rocznym planem działań*), jest dokumentem o charakterze operacyjnym, przygotowanym przez Instytucję Pośredniczącą II stopnia Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013 (Mazowiecką Jednostkę Wdrażania Programów Unijnych – MJWPU) we współpracy z Instytucją Zarządzającą RPO WM, na potrzeby realizacji w 2011 r. zapisów Planu komunikacji RPO WM 2007 - 2013.

Dokument określa podstawy i sposoby realizacji zadań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych służących wdrożeniu Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013, wymienia i opisuje najważniejsze działania komunikacyjne prowadzone przez Mazowiecką Jednostkę Wdrażania Programów Unijnych, ich cele, ramy czasowe oraz szacunkowy budżet.

Podmiotem odpowiedzialnym za realizację działań przedstawionych w niniejszym *Rocznym planie działań* jest na poziomie IZ RPO WM Departament Strategii i Rozwoju Regionalnego, na poziomie IP II Wydział Informacji i Szkoleń Beneficjentów MJWPU. Działania te będą realizowane zarówno samodzielnie, jak i we współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi, bądź też przez podmioty zewnętrzne zgodnie z przepisami ustawy prawo zamówień publicznych lub ustawy o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie.

## 2. Podstawy opracowania Roczno planu działań

Roczny plan działań powstał w oparciu o następujące dokumenty:

- Rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006 r. z dnia 11 lipca 2006 r. ustanawiającego przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylającego rozporządzenie (WE) nr 1260/1999;
- Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1828/2006 z dnia 8 grudnia 2006 r. ustanawiającego 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,
- Strategię komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013;
- Wytyczne Ministra Rozwoju Regionalnego z dnia 10 czerwca 2010 r. w zakresie informacji i promocji;
- Plan komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007 – 2013.

## 3. Cele działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych

Opracowanie i pełne wykonanie niniejszego *Roczno planu działań* służy realizacji w perspektywie jednorocznej celu strategicznego określonego w Planie komunikacji RPO WM 2007 – 2013, którym jest zapewnienie maksymalnego i efektywnego wykorzystania środków pochodzących z Unii Europejskiej w województwie mazowieckim, w okresie programowania 2007-2013. Działania komunikacyjne mają służyć także promowaniu obszarów interwencji Unii Europejskiej, a tym samym propagowaniu korzyści płynących z członkostwa Polski we Wspólnocie.

Celem strategicznym przeprowadzenia działań określonych w Rocznym Planie na rok 2011 jest kontynuacja wsparcia realizacji celów określonych w Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Mazowieckiego 2007-2013, w szczególności poprzez zachęcanie potencjalnych beneficjentów do korzystania z Funduszy Europejskich na poziomie regionalnym.

Powyższe działania polegać będą m.in. na przekazaniu beneficjentom informacji niezbędnych do ubiegania się o środki unijne, promocję dobrych praktyk, a także kształtowaniu świadomości społeczeństwa w zakresie postępów realizacji RPO WM oraz efektów wykorzystania funduszy unijnych na Mazowszu.

Cele działań komunikacyjnych określone w niniejszym *Rocznym planie działań*, mają wspierać realizację celów zdefiniowanych w RPO WM 2007-2013, zorientowanych na rozwój regionu, takich, jak:

- rozwój gospodarki regionu, w tym gospodarki opartej na wiedzy (Priorytet I: *Tworzenie warunków dla rozwoju potencjału innowacyjnego i przedsiębiorczości na Mazowszu* oraz Priorytet II: *Przyspieszenie e-Rozwoju Mazowsza*);
- poprawa i uzupełnienie istniejącej infrastruktury technicznej (Priorytet III: *Regionalny system transportowy*, Priorytet IV: *Środowisko, zapobieganie zagrożeniom i energetyka*);

- aktywizacja miast oraz obszarów atrakcyjnych turystycznie (Priorytet V: *Wzmacnianie roli miast w rozwoju regionu* oraz Priorytet VI: *Wykorzystanie walorów naturalnych i kulturowych dla rozwoju turystyki i rekreacji*);
- poprawa infrastruktury społecznej warunkującej rozwój kapitału ludzkiego w regionie (Priorytet VII: *Tworzenie i poprawa warunków dla rozwoju kapitału ludzkiego*).

Realizacja celów szczegółowych służyć ma zarówno podnoszeniu jakości realizowanych projektów, jak również jakości procesu wdrażania Programu przez IP II.

#### **Celami szczegółowymi Rocznego planu działań są:**

- informowanie społeczeństwa na temat Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013, w tym stopnia wdrażania;
- upowszechnianie korzyści, w tym „dobrych praktyk” płynących z wykorzystywania Funduszy Europejskich w ramach RPO WM, jako narzędzia stymulującego rozwój Mazowsza;
- wsparcie potencjalnych beneficjentów w procesie aplikowania o środki w ramach RPO WM;
- usprawnienie procesu związanego z realizacją i rozliczaniem projektów tak, aby wykorzystanie środków w ramach RPO WM było jak najbardziej efektywne;
- upowszechnianie mechanizmów współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi, środowiskami opiniotwórczymi oraz pobudzanie dialogu instytucji zaangażowanych w proces wdrażania Funduszy Europejskich, w tym w szczególności RPO WM.

W 2011 r. IP II w zakresie informacji i promocji położy szczególny nacisk na realizację dwóch najważniejszych na tym etapie wdrażania RPO WM celów szczegółowych, związanych ze wsparciem beneficjentów w procesie pozyskiwania środków z RPO WM oraz promocją „dobrych praktyk”.

Pierwszy z nich ma ścisły związek z coraz szybszym tempem wykorzystania środków unijnych. Rok 2011 będzie prawdopodobnie ostatnim, kiedy potencjalni beneficjenci będą mogli na szeroką skalę aplikować o środki w ramach RPO WM. W związku z powyższym MJWPU skupi się na „**wspierciu beneficjentów w procesie aplikowania o środki RPO WM**”. Narzędziami wspierającymi niniejsze działanie, będą przede wszystkim środki masowego przekazu, które służyć będą informowaniu potencjalnych beneficjentów o naborach w ramach RPO w 2011 r.

Ponadto biorąc pod uwagę przekroczenie połowy okresu wdrażania RPO WM konieczne jest zwiększenie nacisku na „**upowszechnianie korzyści, w tym „dobrych praktyk” płynących z wykorzystywania Funduszy Europejskich w ramach RPO WM, jako narzędzia stymulującego rozwój Mazowsza**”. Służyć będzie temu realizacja drugiego z celów, który osiągnięty zostanie poprzez prezentację „dobrych praktyk” przy wykorzystaniu różnorodnych narzędzi informacyjno-promocyjnych, tj. wystawy, publikacje, targi, konferencje. Niniejsza forma służyć ma również zachęceniu beneficjentów do maksymalnego wykorzystania dostępnych środków unijnych w ramach RPO WM w 2011 r.

Wyżej wymienione cele są ze sobą komplementarne, umożliwiając zapewnienie maksymalnego i efektywnego wykorzystania środków pochodzących RPO WM.

#### **4. Zakres działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych**

Działania komunikacyjne, zaplanowane w *Rocznym planie działań*, koncentrują się na pięciu podstawowych obszarach:

- a) Informacja
- b) Promocja
- c) Edukacja
- d) Internet
- e) Wymiana doświadczeń.

Szczegółowy opis obszarów oraz poszczególnych działań przedstawia tabela nr 1.

**Tabela 1 Szczegółowy opis działań podejmowanych w ramach RPO WM w roku 2011**

Działanie	Opis/elementy działania	Grupy docelowe
<b>Informacja</b>		
Prowadzenie Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich na terenie województwa mazowieckiego	Działanie obejmuje: - prowadzenie Głównego Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich w Warszawie, - prowadzenie Lokalnych Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich w regionach: Ciechanów, Ostrołęka, Płock, Radom, Siedlce, - koordynację Sieci Punktów Informacyjnych, - pomoc dla beneficjentów w rozliczaniu projektów.	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, młodzież, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Publikacja ogłoszeń RPO WM, artykuły sponsorowane	Działanie obejmuje publikację: - <i>ogłoszeń w prasie</i> m.in. nt. naborów, akcji, wydarzeń organizowanych przez MJWPU w zakresie RPO WM, - <i>artykułów sponsorowanych</i> w każdym z tygodników lokalnych kolportowanych w Ciechanowie, Ostrołęce, Płocku, Radomiu, Siedlcach.	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Publikacja, dystrybucja materiałów informacyjnych o programie RPO WM	Działanie obejmuje wydanie/dystrybucję: - albumu promującego dobre praktyki (wersja anglojęzyczna), - albumu promującego dobre praktyki, zawierającego zdjęcia z konkursu fotograficznego na Mazowszu (wersja polsko – i anglojęzyczna), - albumu promującego wybrany projekt kluczowy w ramach RPO WM (wersja anglojęzyczna albumu o Kościele Św. Krzyża w Warszawie, wydane w 2010 r.), - biuletynu informacyjnego RPO WM „Fundusze Europejskie dla Mazowsza”, - dodatków specjalnych.; - udział i organizacja stoiska wystawienniczego RPO WM przez MJWPU w Open Days 2011 - „miasteczko polskie” w Brukseli - zgodnie z uchwałą Zarządu Województwa Mazowieckiego nr 431/24/11 z dnia 08 marca 2011 r. W ramach wydarzenia MJWPU zaprezentuje w Brukseli projekty realizowane w ramach RPO WM. Ze względu na fakt, iż Polska sprawuje prezydencję oraz jest największym beneficjentem polityki spójności w UE w okresie 2007-2013 – uczestnictwo w w/w wydarzeniu jest znaczące i niezbędne.	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza oraz obszar wspólnoty europejskiej
<b>Promocja</b>		
Konferencje, duże wydarzenia	W 2011 r. planowana/y jest: - organizacja dwudniowej konferencji Open Days, - organizacja dwudniowego II Mazowieckiego Forum dobrych praktyk dla rozwoju Mazowsza.	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza

	<p>Konferencja zostanie przeprowadzona w Warszawie, we wrześniu 2011 r. Celem organizacji konferencji jest przede wszystkim podsumowanie 2011 r. w zakresie dotychczasowego wdrażania RPO na Mazowszu. Impreza towarzysząca konferencji to Europejski Tydzień Regionów i Miast.</p> <p>II Mazowieckie Forum dobrych praktyk dla rozwoju Mazowsza to wydarzenie targowo-konferencyjne dedykowane głównie beneficjentom Mazowsza. Organizacja przedsięwzięcia planowana jest na przełomie III i IV kwartału 2011 r.</p>	
Kampania promocyjna o szerokim zasięgu	<p>W 2011 r. planowane jest:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej;</li> <li>– emisja odcinków pokazujących efekty wdrażania RPO WM przygotowanych w ramach odcinków telewizyjnych „Nowsze Mazowsze” w 2010r;</li> <li>– zorganizowanie turnieju regionów i emisja materiału filmowego na antenie telewizji regionalnej;</li> <li>– przygotowanie, produkcja oraz emisja serialu telewizyjnego;</li> <li>– przygotowanie gry komputerowej;</li> <li>– organizacja 4 spotkań prasowych w regionie;</li> <li>– organizacja wystawy mobilnej ze zdjęciami wielkoformatowymi prezentującymi dobre praktyki.</li> </ul>	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Przygotowanie i dystrybucja materiałów promocyjnych	<p>Postępowanie na materiały promocyjne (przetarg w trakcie) zostało podzielone na 3 części:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– materiały promocyjne (gadżety),</li> <li>– materiały szkoleniowo-informacyjne,</li> <li>– kalendarze.</li> </ul> <p>Materiały promocyjne zostały dobrane w taki sposób, by mogły wspomagać działania informacyjne i promocyjne, jakie będzie organizować MJWPU (np. II Forum Dobrych Praktyk na Mazowszu, konferencje, spotkania informacyjne, seminaria i szkolenia, Dni Otwarte w Oddziałach Zamiejscowych), a także na innych masowych imprezach, w których będziemy uczestniczyć na zaproszenie innych podmiotów np. IV Forum Funduszy Europejskich, Parada Schumanna czy w miasteczku polskim w Brukseli podczas Open Days. W oparciu o doświadczenia lat ubiegłych, również w 2011 roku MJWPU będzie uczestniczyć w licznych szkoleniach, konferencjach, wystawach, targach i spotkaniach organizowanych przez inne podmioty np. jst, NGO.</p> <p>Materiały szkoleniowo-informacyjne będą wykorzystane podczas konferencji oraz prawie trzystu szkoleń i seminariów dla ponad 3 600 uczestników. Materiały promocyjne i szkoleniowe będą dystrybuowane także podczas uroczystych inauguracyjnych otwarć obiektów czy przedsięwzięć, które były współfinansowane z RPO WM oraz podczas briefingów i śniadań prasowych związanych powyższymi działaniami. Kalendarze (wydawane w minimum trzech językach, ilustrowane zdjęciami zrealizowanych już projektów z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego na Mazowszu) oraz gadżety przeznaczone są głównie do dystrybucji w miasteczku polskim w Brukseli podczas Open Days .</p> <p>Przy wyborze rodzajów materiałów promocyjnych kierowano się trwałością i przydatnością produktu oraz rozwiązaniami ekologicznymi np. drewniane pendrive z nagrany materiałami</p>	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza, środowiska opiniotwórcze (np. media)

	promującymi dobre praktyki z RPO WM w zestawie z ręcznie robionymi drobnymi wyrobami artystycznymi beneficjentów (głównie do dystrybucji podczas Open Days w Brukseli)..	
Materiały promocyjne GPI i LPI	Działanie obejmuje m.in.: przygotowanie i dystrybucję materiałów promocyjnych (np. materiały konferencyjne, gadżety promocyjne).	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Udział w wydarzeniach promocyjnych	Działanie obejmuje promowanie Funduszy Europejskich, udział w różnego rodzaju imprezach plenerowych, targach, wystawach, piknikach, itp. w regionach.	ogół społeczeństwa, dzieci, młodzież, potencjalni beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Spotkania informacyjne dla ogółu społeczeństwa	Działanie obejmuje udział w imprezach organizowanych przez inne podmioty lub przekazywanie materiałów informacyjno-promocyjnych do dystrybucji w czasie tych imprez. Udział w IV Forum Funduszy Europejskich, organizowanym przez MRR.	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Zlecenie tłumaczenia, przygotowania opracowań, ekspertyz	Działanie obejmuje: - monitoring mediów, - tłumaczenie publikacji.	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Kontakt z mediami	Działanie obejmuje m.in.: - publikację komunikatów, informacji prasowych na stronie <a href="http://www.mazowia.eu">www.mazowia.eu</a> m.in. dotyczących uruchamianych naborów, wydarzeń, organizowanych konferencji, - mailing do dziennikarzy (komunikaty, informacje prasowe, sprostowania, polemiki), - organizację konferencji, briefingów, spotkań, - udzielanie wywiadów, - udzielanie odpowiedzi na zapytania dziennikarzy (mailowo i telefonicznie) m.in. na podstawie danych z komórek merytorycznych.	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
<b>Edukacja</b>		
Spotkania informacyjne organizowane przez GPI	Działanie obejmuje organizację spotkań informacyjnych na wybrane tematy dotyczące Funduszy Europejskich. Planowane jest przede wszystkim zorganizowanie spotkań: - dla potencjalnych beneficjentów, - dla beneficjentów.	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, młodzież, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Szkolenia	Działanie obejmuje: - szkolenia podstawowe (z elementami warsztatów) organizowane w Warszawie, - szkolenia podstawowe organizowane na terenie Oddziałów Zamiejscowych, - szkolenia organizowane na terenie Mazowsza, na zaproszenie np. poszczególnych gmin, starostw i innych podmiotów, - szkolenia specjalistyczne w zakresie m.in. prawa zamówień publicznych, zarządzania projektami, biznes planu, aspektów finansowo księgowych, informacji i promocji, audytu i kontroli,	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza

	<p>- szkolenia celowe (wdrożeńowe) z elementami warsztatów w zakresie zarządzania projektem, monitoringu, rozliczania wniosków o płatność, sprawozdawczości projektów oraz informacji i promocji realizowanych projektów,</p> <p>- cykl szkoleń dla konsultantów funduszy strukturalnych w jednostkach samorządu terytorialnego na terenie województwa mazowieckiego.</p> <p>W 2011 r. planowane jest przeprowadzenie około 289 szkoleń.</p> <p>Szkolenia planowane są dla grup od 20 do 30 osób w zależności od rodzaju szkolenia (podstawowe, specjalistyczne, celowe). Każdorazowo szkolenie przeprowadzane jest przy minimum 50% ilości uczestników w odniesieniu planowanej maksymalnej ilości miejsc na dane szkolenie.</p>	
Spotkania informacyjne	<p>Działanie obejmuje organizację spotkań z potencjalnymi beneficjentami i beneficjentami, które mają charakter wymiany informacji. Wielkość grupy uzależniona będzie od tematyki i charakteru problemu, jaki ma być przedmiotem spotkania.</p> <p>Organizacja spotkań informacyjnych podczas Dni Otwartych w Oddziałach Zamiejscowych. W 2011 r. planowane jest przeprowadzenie około 5 spotkań.</p>	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Seminaria	<p>Działanie obejmuje organizację seminariów w Warszawie.</p> <p>W 2011 r. planowane jest przeprowadzenie około 5 seminariów.</p> <p>Każdorazowo seminarium przeprowadzane jest przy minimum 50% ilości uczestników w odniesieniu planowanej maksymalnej ilości miejsc na seminarium.</p> <p>Seminaria planowane są dla grup 50-osobowych. Tematyka związana jest z zagadnieniami, które sprawiają największe problemy podczas pisania i realizacji projektu. Często są to tematy, które łączą w sobie zagadnienia z różnych dziedzin, np. prawo zamówień publicznych w nawiązaniu do kontroli projektów. Seminaia prowadzone są w formie wykładu kończącego się panelem dyskusyjnym lub indywidualnymi konsultacjami.</p>	potencjalni beneficjenci, beneficjenci, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
<b>Internet</b>		
Prowadzenie strony <a href="http://www.mazowia.eu">www.mazowia.eu</a> (Podstrona RPO WM) oraz opracowanie i prowadzenie strony IZ RPO WM	<p>Działanie obejmuje:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- bieżącą aktualizację strony <a href="http://www.mazowia.eu">www.mazowia.eu</a>,</li> <li>- rozwój i rozbudowę strony MJWPU.</li> <li>- opracowanie i obsługa nowej strony IZ RPO WM.</li> </ul>	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, młodzież, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Mapa dotacji UE na Mazowszu	Działanie obejmuje bieżącą aktualizację serwisu.	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, młodzież, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Portal MRR	Przekazywanie informacji do portalu nt. Funduszy Europejskich tworzonego przez MRR.	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, młodzież, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
Baza wiedzy	Przekazywanie informacji do Bazy Wiedzy tworzonej przez MRR.	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, młodzież, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza



Mailing informacji	Działanie obejmuje wysyłanie informacji m.in. o naborach RPO WM, konferencjach, szkoleniach itp.	ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, młodzież, zainteresowani mieszkańcy Mazowsza
<b>Wymiana doświadczeń</b>		
Spotkania robocze	Spotkania robocze pomiędzy: - pracownikami MJWPU a pracownikami UM WM, - pracownikami MJWPU a pracownikami MRR, - pracownikami MJWPU a pracownikami innych instytucji zajmujących się wdrażaniem Funduszy Europejskich, - pracownikami MJWPU a pracownikami innych województw, którzy zajmują się wdrażaniem Funduszy Europejskich, - pracownikami IZ RPO WM, a pracownikami innych instytucji uczestniczących w zarządzaniu i wdrażaniu Funduszy Europejskich, a także innymi przedstawicielami zainteresowanych stron (zależne od tematyki spotkania).	Instytucje uczestniczące w zarządzaniu i wdrażaniu programów.
Uczestnictwo w spotkaniach na poziomie krajowym i europejskim	Uczestnictwo i reprezentacja w czasie spotkań organizowanych zarówno w kraju, jak i zagranicą.	Instytucje uczestniczące w zarządzaniu i wdrażaniu programów, ogół społeczeństwa.
Organizacja grup roboczych	Organizacja 4 grup roboczych na szczeblu ogólnopolskim dla instytucji zaangażowanych we wdrażanie i wydatkowanie środków finansowych w ramach EFRR. Spotkania w formie warsztatów. Cele: wymiana doświadczeń, nawiązanie kontaktów i współpracy. Tematy zostaną ustalone przez MJWPU i będą związane bezpośrednio z RPO. Uczestnictwo w grupach na podstawie zaproszeń. Tematyka grup roboczych* : kontrola w aspekcie zamówień publicznych, kontrola w aspekcie finansowania działań z pomocy technicznej, kontrola beneficjenta w zakresie promocji projektów, planowanie działań informacyjno-promocyjnych. *Zakres tematyczny grup roboczych będzie dostosowywany do bieżących potrzeb uczestników (konsultacje z innymi województwami).	Instytucje uczestniczące w realizacji RPO WM zaangażowane w finansowanie i wdrażanie projektów realizowanych w ramach EFRR.



Portal MRR													
Baza wiedzy													
Mailing informacji													
<b>Wymiana doświadczeń</b>													
Spotkania robocze													
Uczestnictwo w spotkaniach na poziomie krajowym i europejskim													
Organizacja grup roboczych przez IPII													

## 6. Budżet działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych

Szacunkowa wartość budżetu na działania informacyjne, promocyjne i szkoleniowe podejmowane w ramach RPO WM w 2011 r. wynosi **9 310 764,71 zł (2 300 317,40 EURO\*)**. Działania informacyjno-promocyjne i szkoleniowe są finansowane z Priorytetu VIII Pomoc Techniczna RPO WM 2007-2013 (działanie 8.2 RPO WM). Wartość szacunkową poszczególnych działań prezentuje tabela nr 3.

**Tabela 3 Szacunkowy budżet działań podejmowanych w ramach RPO WM w roku 2011**

Działanie	Elementy działania	Szacunkowy budżet (PLN)
<b>Informacja</b>		
Prowadzenie Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich na terenie województwa mazowieckiego		1 280 510,00 zł** ***
Publikacja ogłoszeń RPO WM, artykuły sponsorowane		120 000,00 zł
Publikacja, dystrybucja materiałów informacyjnych o programie		910 000,00 zł
Udział MJWPU w przygotowaniu „polskiego miasteczka”		90 000,00 zł
<b>Promocja</b>		
Konferencje, duże wydarzenia		815 000,00zł
Kampania promocyjna o szerokim zasięgu		2 800 764,71 zł
Przygotowanie i dystrybucja materiałów promocyjnych		800 000,00 zł
Materiały promocyjne GPI i LPI		0,00 zł**
Udział w wydarzeniach promocyjnych		0,00 zł
Spotkania informacyjne dla ogółu społeczeństwa		0,00 zł
Zlecenie tłumaczenia, przygotowania opracowań, ekspertyz		45 000,00 zł
Kontakt z mediami		0,00 zł
<b>Edukacja</b>		
Spotkania informacyjne organizowane przez GPI		00,00 zł
Szkolenia		2 940 000,00 zł
Spotkania informacyjne		10 000,00 zł
Seminaria		90 000,00 zł
<b>Internet</b>		
Prowadzenie strony IP II RPO WM <a href="http://www.mazowia.eu">www.mazowia.eu</a> (Podstrona RPO WM)		350 000,00 zł
Opracowanie i prowadzenie strony internetowej IZ RPO WM		15 000,00 zł
Mapa dotacji UE na Mazowszu		0,00 zł
Portal MRR		0,00 zł**
Baza wiedzy		0,00 zł**
Mailing informacji		0,00 zł
<b>Wymiana doświadczeń</b>		
Spotkania robocze IZ		85 000,00 zł
Uczestnictwo w spotkaniach na poziomie krajowym i europejskim		0,00 zł
Organizacja grup roboczych przez IP II		200 000,00 zł
<b>SUMA W PLN</b>		<b>9 310 764,71</b>
SUMA W EUR		<b>2 300 317,40</b>

\* jako przelicznik zastosowano kurs wymiany EUR/PLN z przedostatniego dnia pracy Komisji Europejskiej miesiąca poprzedzającego miesiąc dokonywania przeliczenia, czyli z dnia 30 grudnia 2010 r., o wartości 1 EUR = 4,0476 PLN

\*\* działania finansowane z innych źródeł lub w ramach innych budżetów

\*\*\* kwota z wniosku przesłanego do MRR o przyznanie dotacji celowej na 2011 rok ze stycznia 2011 r. (luty 2011 r. – brak stanowiska MRR)

## Załączniki:

1. Wskaźniki dla działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych
2. Szczegółowy opis działania „kampania promocyjna o szerokim zasięgu”
3. Szczegółowy opis innego przykładowego działania

### Załącznik 1.

**Tabela 4 Minimalne wskaźniki dla wybranych działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych podejmowanych w ramach RPO WM w roku 2011**

Obszar/działanie	Nazwa wskaźnika	Wartość docelowa
Prowadzenie Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich na terenie województwa mazowieckiego	Liczba zorganizowanych Punktów Informacyjnych	6
	Liczba konsultacji udzielonych w Punktach Informacyjnych	9 800
	Liczba odbytych rozmów telefonicznych	23 000
	Liczba udzielonych odpowiedzi drogą mailową	5 000
Publikacja ogłoszeń RPO WM, artykuły sponsorowane	Liczba ogłoszeń w prasie	30
Publikacja, dystrybucja materiałów informacyjnych o programie	Liczba egzemplarzy wydrukowanych publikacji informacyjnych	50 000
	Liczba wydanych publikacji informacyjnych (tytuły, rodzaje)	4
	Liczba egzemplarzy wydrukowanych periodyków	40 000
	Liczba wydanych publikacji informacyjnych (tytuły, rodzaje)	4
Materiały promocyjne GPI i LPI	Liczba egzemplarzy zakupionych i rozdanych gadżetów	15 000
	Liczba egzemplarzy zakupionych i rozdanych gadżetów (pod względem rodzaju)	3
Konferencje, duże wydarzenia	Liczba zorganizowanych konferencji	2
	Liczba uczestników konferencji	500
Kampania promocyjna o szerokim zasięgu	Liczba kampanii	3
	Liczba emisji spotów radiowych	500
	Liczba emisji spotów telewizyjnych	200
Przygotowanie i dystrybucja materiałów promocyjnych	Liczba egzemplarzy zakupionych i rozdanych gadżetów	30 000
	Liczba egzemplarzy zakupionych i rozdanych gadżetów (pod względem rodzaju)	15
Udział w wydarzeniach promocyjnych	Liczba wydarzeń	3
Spotkania informacyjne dla ogółu społeczeństwa	Liczba zorganizowanych spotkań	6
	Liczba uczestników spotkań	500
Kontakt z mediami	Liczba artykułów w prasie i mediach	150
Spotkania informacyjne organizowane przez GPI	Liczba zorganizowanych spotkań	12
Szkolenia	Liczba zorganizowanych szkoleń	289
	Liczba uczestników szkoleń	3 568

	Procent uczestników zadowolonych ze szkolenia, biorący udział w badaniu ankietowym (minimalna ocena 3)	60
Spotkania informacyjne	Liczba zorganizowanych spotkań informacyjnych	5
	Liczba uczestników spotkań	125
	Procent uczestników zadowolonych ze spotkania informacyjnego, biorący udział w badaniu ankietowym (minimalna ocena 3)	60
Seminaria (IP II)	Liczba zorganizowanych seminariów	5
	Liczba uczestników seminariów	125
	Procent uczestników zadowolonych z seminarium, biorący udział w badaniu ankietowym (minimalna ocena 3)	60
Prowadzenie strony (Podstrona RPO WM)	Liczba wejść na stronę	600 000
	Liczba osób odwiedzających stronę	400 000
Opracowanie i prowadzenie strony IZ RPO WM	Liczba wejść na stronę	10 000
	Liczba osób odwiedzających stronę	6 000
Spotkania robocze (IP II RPO WM)	Liczba zorganizowanych spotkań roboczych	4
Spotkania robocze (IZ RPO WM)	Liczba zorganizowanych spotkań roboczych	4
Uczestnictwo w spotkaniach na poziomie krajowym i europejskim	Liczba spotkań na poziomie krajowym i europejskim	4

## Załącznik 2.

Tabela 5 Szczegółowy opis działania „kampania promocyjna o szerokim zasięgu”

<b>1. Organizator</b>	MJWPU	
<b>2. Przedmiot działania</b>	RPO WM	
<b>3. Typ działania</b>	DZIAŁANIE 1 Przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej 1.1 Emisja 12 odcinków nt. dobrych praktyk RPO WM, zrealizowanych w ramach kampanii 2010 „Nowsze Mazowsze” wraz z produkcją i emisją spotów promujących przedmiotowy materiał. 1.2 Przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej w formie serialu TV. 1.3 Przeprowadzenie kampanii w formie show emitowanego w telewizji w formule turnieju regionów.	
	DZIAŁANIE 2. Przygotowanie gry komputerowej	
	DZIAŁANIE 3. Organizacja 4 spotkań prasowych w regionie	
	DZIAŁANIE 4. Organizacja wystawy mobilnej ze zdjęciami wielkoformatowymi prezentującymi dobre praktyki	
<b>4. Cel działania</b>	DZIAŁANIE 1. Celem kampanii jest promocja RPO WM oraz promocja dobrych praktyk przez upowszechnianie korzyści płynących z korzystania z Funduszy Europejskich.	
	DZIAŁANIE 2. Gra komputerowa jako interaktywna forma rozrywki to interesująca forma edukacji w zakresie RPO WM oraz promocja dobrych praktyk.	
	DZIAŁANIE 3. Zwiększenie świadomości dziennikarzy o RPO WM, dotarcie do nich z rzetelną, aktualną informacją o RPO WM, promocja dobrych praktyk, nawiązanie bliższej współpracy.	
	DZIAŁANIE 4. Promocja dobrych praktyk, upowszechnianie korzyści płynących z wykorzystania funduszy europejskich.	
<b>5. Opis działania</b>	DZIAŁANIE 1.1	
	Co?	Emisja 12 odcinków nt. dobrych praktyk RPO WM, zrealizowanych w ramach kampanii 2010 „Nowsze Mazowsze” wraz z produkcją i emisją spotów promujących przedmiotowy materiał.
	Do kogo?	Ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów
	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny (co najmniej pasmo regionalne TVP INFO/ TVP Warszawa)
	Jak?	Kampania informacyjno-promocyjna zostanie przeprowadzona, przy użyciu takich mediów jak: TV. W skład kampanii będzie wchodzić: ✓ reklama telewizyjna (spot zapowiadający/promujący odcinki) ✓ emisja odcinków „Nowszego Mazowsza” na antenie telewizji regionalnej, w paśmie PRIME
	Jak intensywnie?	Emisja profosów/spotów zapowiadających od 05.03 do 15.04.2011 (łącznie 120 emisji). Emisja odcinków „Nowsze Mazowsze” od 09.03 do 15.04.2011 w każdą środę i piątek o godz. 19.40, czyli w paśmie <i>PRIME TIME</i>
	Kluczowe elementy	Kampania pozwoli odbiorcy zrozumieć, że: - Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego jest ofertą

	<p>umożliwiająca pomoc finansową dla różnych grup beneficjentów,</p> <p>- całe społeczeństwo korzysta w sposób bezpośredni lub pośredni z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dzięki rozwojowi województwa, poprawie infrastruktury technicznej, aktywizacji miast i obszarów turystycznych czy poprawie infrastruktury społecznej,</p> <p>- dzięki środkom Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dokonano się wiele zmian w województwie, o czym świadczą „dobre praktyki”,</p> <p>Program daje widzom możliwość zobaczenia unijnych projektów „ludzkim okiem”. Przekonania się, że inwestycje te pomagają w codziennym życiu każdemu, zarówno tym znanym jak i zwykłym ludziom. Udział gwiazd zwiększa zaś dodatkowo atrakcyjność programu, a co za tym idzie oglądalność i zasięg dotarcia</p>
Koszt:	362 850,00 zł
<b>DZIAŁANIE 1.2</b>	
Co?	Przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej – serial TV
Do kogo?	Ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów
Gdzie?	Zasięg działania: regionalny (co najmniej pasmo regionalne TVP INFO/ TVP Warszawa)
Jak?	<p>Kampania informacyjno-promocyjna zostanie przeprowadzona, przy użyciu takich mediów jak: TV, radio, Internet, outdoor.</p> <p>W skład kampanii będzie wchodzić:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ reklama telewizyjna (spot zapowiadający/promujący serial)</li> <li>✓ reklama radiowa</li> <li>✓ reklama na nośnikach outdoorowych, wsparcie działaniami PR</li> <li>✓ emisja odcinków serialu na antenie telewizji regionalnej, w paśmie PRIME</li> </ul>
Jak intensywnie?	6 m-cy. Kampania będzie składała się z 2 etapów: I etap: 2 m-ce działania PR; kolejne 4 m-ce promocja serialu (spoty radio, spoty TV + outdoor), emisja serialu w TV, III-IV kwartał.
Kluczowe elementy	<p>Serial pozwoli odbiorcy zrozumieć, że:</p> <p>- Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego jest ofertą umożliwiającą pomoc finansową dla różnych grup beneficjentów, poprzez realizację na Mazowszu RPO WM,</p> <p>- całe społeczeństwo korzysta w sposób bezpośredni lub pośredni z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dzięki rozwojowi województwa, poprawie infrastruktury technicznej, aktywizacji miast i obszarów turystycznych czy poprawie infrastruktury społecznej,</p> <p>- dzięki środkom Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dokonano się wiele zmian w województwie, o czym świadczą „dobre praktyki”,</p> <p>- szczegółowych informacji na temat RPO WM powinien szukać na stronie: <a href="http://www.mazowia.eu">www.mazowia.eu</a></p> <p>To narzędzie ma założenie „popularyzacji” działań związanych z inwestycjami w ramach RPO WM. Ponieważ akcja serialu będzie rozgrywała się dosłownie na całym</p>



		Mazowszu, widz zobaczy jak niezwykły jest to region, będzie mógł zachwycić się m. in. jego piękną przyrodą i zabytkami, odrestaurowanymi dzięki RPO. Głównym bohaterem będą pomagające fundusze unijne. Będą to ludzie, którzy są z różnych grup wiekowych i zawodowych, z różnych instytucji, firm, tak, aby pokazać, że nikogo RPO WM nie wyklucza, że każdy podmiot ma szansę na to, aby działać i się rozwijać.
	<b>DZIAŁANIE 1.3</b>	
	Co?	Zorganizowanie teleturnieju regionów i jego emisja na antenie telewizji regionalnej.
	Do kogo?	Ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów, młodzież
	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny (co najmniej pasmo regionalne TVP INFO/ TVP Warszawa)
	Jak?	Kampania zostanie przeprowadzona, przy użyciu takich mediów jak: TV, radio, Internet, W skład kampanii będzie wchodzić: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ reklama telewizyjna</li> <li>✓ reklama radiowa</li> <li>✓ reklama na nośnikach outdoorowych</li> <li>✓ emisja turnieju na antenie telewizji regionalnej, w paśmie PRIME</li> </ul>
	Jak intensywnie?	3 m-ce: Kampania będzie składała się z 3 etapów: I etap: 2 m-ce działania PR, przygotowania subregionów, II etap organizacja przedsięwzięcia i przeprowadzenie turnieju, 1 m-c przed emisją promo turnieju, III etap: emisja teleturnieju w TV, III-IV kwartał br.
	Kluczowe elementy	Teleturniej pozwoli odbiorcy zrozumieć, że: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego jest ofertą umożliwiającą pomoc finansową dla różnych grup beneficjentów, poprzez realizację na Mazowszu RPO WM,</li> <li>- całe społeczeństwo korzysta w sposób bezpośredni lub pośredni z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dzięki rozwojowi województwa, poprawie infrastruktury technicznej, aktywizacji miast i obszarów turystycznych czy poprawie infrastruktury społecznej,</li> <li>- dzięki środkom Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dokonano się wiele zmian w województwie, o czym świadczą „dobre praktyki”,</li> <li>- szczegółowych informacji na temat RPO WM powinien szukać na stronie: <a href="http://www.mazowia.eu">www.mazowia.eu</a></li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• W sposób miły i przyjemny przekazemy wiedzę z zakresu Funduszy Unijnych (ściślej RPO WM) w programie, który można oglądać całą rodziną. Teleturniej będący dużym show edukacyjnym przyciągnie widza również jego formą. Celem tej kampanii jest również aktywizacja lokalnej społeczności mazowieckich subregionów, których przedstawiciele wezmą udział w programie. Turniej łączy naukę o programie z zabawą. To nowatorskie show telewizyjne z udziałem beneficjentów RPO WM i mieszkańców województwa w lekki, zaskakujący sposób pozwoli zapoznać widza nie tylko z programem RPO (pytania do uczestników turnieju), lecz także pokaże efekty zrealizowanych inwestycji ze środków EFRR;</li> </ul>

<p><b>DZIAŁANIE 2</b> Przygotowanie gry komputerowej</p>	
Co?	<p>1) Przygotowanie gry komputerowej on-line – koncepcja, opracowanie oraz przygotowanie wersji produkcyjnej przygodowej gry komputerowej o walorach edukacyjnych, promującej tzw. „dobre praktyki” w ramach RPO WM 2007-2013;</p> <p>2) Emisja w Internecie oraz promocja gry</p>
Do kogo?	Ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów, młodzież.
Jak?	<p>- Gra będzie dostępna w sieci (z możliwością rejestracji użytkowników – monitoring statystyk),</p> <p>- dodatkowo przygotowywana jest wersja na płytę CD/DVD do dystrybucji.</p> <p>- system promocyjny gry opracuje firma, która będzie ją emitowała i zaproponuje najbardziej optymalne kanały promocji i dystrybucji np. forum dyskusyjne, portale społecznościowe, działania PR etc.</p>
Gdzie?	Zasięg działania: Internet, użytkownicy PC, notebooków.
Jak intensywnie?	<p>I etap: koncepcja, scenariusz, opracowanie, przygotowanie, testowanie komputerowej gry przygodowej – do 31 sierpnia br.;</p> <p>Rozpoczęcie działań promocyjnych przed emisją gry w Internecie;</p> <p>II i III etap: emisja i dystrybucja gry – od 1 września br. do 30 listopada br.;</p> <p>Kontynuacja działań promocyjnych w ciągu emisji gry.</p>
Kluczowe elementy	<p>Dzięki grze odbiorca ma zrozumieć, że:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego jest ofertą umożliwiającą pomoc finansową dla różnych grup beneficjentów, poprzez realizację na Mazowszu RPO WM,</li> <li>- całe społeczeństwo korzysta w sposób bezpośredni lub pośredni z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dzięki rozwojowi województwa, poprawie infrastruktury technicznej, aktywizacji miast i obszarów turystycznych czy poprawie infrastruktury społecznej,</li> <li>- dzięki środkom Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dokonano się wiele zmian w województwie, o czym świadczą „dobre praktyki”,</li> <li>- szczegółowych informacji na temat RPO WM powinien szukać na stronie: <a href="http://www.mazowia.eu">www.mazowia.eu</a></li> </ul> <p>Na potrzeby emisji i promocji tego produktu powstanie specjalna strona internetowa – adres strony www będzie tak skonstruowany, aby użytkownicy w łatwy sposób skojarzyli ją z programem RPO WM np. <a href="http://www.dobrepraktykirpwm.eu">www.dobrepraktykirpwm.eu</a>,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- formuła gry będzie atrakcyjna i ciekawa, co zachęci potencjalnych użytkowników do udziału w niej – autorski scenariusz, rysunki, animacja, nietuzinkowa akcja etc.</li> <li>- fabuła gry będzie zawierała/pokazywała projekty realizowane/zrealizowane w ramach RPO WM, zatem przybliży i pozwoli poznać tzw. „dobre praktyki” realizowane na Mazowszu.</li> <li>- zaplanowany zostanie szereg działań promocyjnych uwzględniających nowoczesne kanały informacji np. tzw. „marketing szeptany” na forach dyskusyjnych nt. gier komputerowych.</li> </ul>

	<p>DZIAŁANIE 3.</p> <p>Organizacja 4 spotkań prasowych w regionie</p> <table border="1"> <tr> <td>Co?</td> <td>Organizacja 4 spotkań prasowych w regionie</td> </tr> <tr> <td>Do kogo?</td> <td>Środowisko dziennikarskie</td> </tr> <tr> <td>Gdzie?</td> <td>Zasięg działania: regionalny</td> </tr> <tr> <td>Jak?</td> <td>Organizacja 4 spotkań prasowych (tematycznych) z udziałem dziennikarzy (mini debata)</td> </tr> <tr> <td>Jak intensywnie?</td> <td>Cyklicznie</td> </tr> <tr> <td>Kluczowe elementy</td> <td>Dzięki środkom Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dokonano się wiele zmian w województwie, o czym świadczą „dobre praktyki”, Organizacja spotkań prasowych w regionie będzie służyć pokazaniu efektów wdrażanych środków, zaprezentowaniu inwestycji, które zrealizowano ze środków RPO WM</td> </tr> </table>	Co?	Organizacja 4 spotkań prasowych w regionie	Do kogo?	Środowisko dziennikarskie	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny	Jak?	Organizacja 4 spotkań prasowych (tematycznych) z udziałem dziennikarzy (mini debata)	Jak intensywnie?	Cyklicznie	Kluczowe elementy	Dzięki środkom Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dokonano się wiele zmian w województwie, o czym świadczą „dobre praktyki”, Organizacja spotkań prasowych w regionie będzie służyć pokazaniu efektów wdrażanych środków, zaprezentowaniu inwestycji, które zrealizowano ze środków RPO WM
Co?	Organizacja 4 spotkań prasowych w regionie												
Do kogo?	Środowisko dziennikarskie												
Gdzie?	Zasięg działania: regionalny												
Jak?	Organizacja 4 spotkań prasowych (tematycznych) z udziałem dziennikarzy (mini debata)												
Jak intensywnie?	Cyklicznie												
Kluczowe elementy	Dzięki środkom Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dokonano się wiele zmian w województwie, o czym świadczą „dobre praktyki”, Organizacja spotkań prasowych w regionie będzie służyć pokazaniu efektów wdrażanych środków, zaprezentowaniu inwestycji, które zrealizowano ze środków RPO WM												
	<p>DZIAŁANIE 4.</p> <p>Organizacja wystawy mobilnej ze zdjęciami wielkoformatowymi prezentującymi dobre praktyki</p> <table border="1"> <tr> <td>Co?</td> <td>Organizacja wystawy mobilnej ze zdjęciami wielkoformatowymi prezentującymi dobre praktyki</td> </tr> <tr> <td>Do kogo?</td> <td>Ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów</td> </tr> <tr> <td>Gdzie?</td> <td>Miejsca ekspozycji wystawy m.in. w Płocku, Ciechanowie, Ostrołęce, Siedlcach, Radomiu, Wyszkowie, Płońsku, Sierpcu, Białobrzegach, Mławie, Przysusze, Łosicach i innych miejscowości w województwie mazowieckim.</td> </tr> <tr> <td>Jak?</td> <td>W ramach mobilnej wystawy MJWPU odwiedzi różne regiony Mazowsza.</td> </tr> <tr> <td>Jak intensywnie?</td> <td>W podróż wystawa (23 obustronne stelaże) wyruszy w sezonie wiosenno-letnim. Przez ok. 5 miesięcy objędzie aż 20-25 miejscowości. W każdej gościć ma tydzień.</td> </tr> <tr> <td>Kluczowe elementy</td> <td>Dzięki wystawie odbiorca ma zrozumieć, że: - całe społeczeństwo korzysta w sposób bezpośredni lub pośredni z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dzięki rozwojowi województwa, poprawie infrastruktury technicznej, aktywizacji miast i obszarów turystycznych czy poprawie infrastruktury społecznej, - dzięki środkom Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dokonano się wiele zmian w województwie, o czym świadczą „dobre praktyki”, Wystawa ma charakter plenerowy, rozstawiana będzie np.: przed ratuszami, podczas lokalnych imprez, na stadionach i innych placach. Wystawa jest wizytówką działań RPO w regionie. Tą kampanią chcemy poinformować, jakie inwestycje na Mazowszu powstają dzięki dofinansowaniu ze środków Unii Europejskiej w ramach programu RPO WM.</td> </tr> </table>	Co?	Organizacja wystawy mobilnej ze zdjęciami wielkoformatowymi prezentującymi dobre praktyki	Do kogo?	Ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów	Gdzie?	Miejsca ekspozycji wystawy m.in. w Płocku, Ciechanowie, Ostrołęce, Siedlcach, Radomiu, Wyszkowie, Płońsku, Sierpcu, Białobrzegach, Mławie, Przysusze, Łosicach i innych miejscowości w województwie mazowieckim.	Jak?	W ramach mobilnej wystawy MJWPU odwiedzi różne regiony Mazowsza.	Jak intensywnie?	W podróż wystawa (23 obustronne stelaże) wyruszy w sezonie wiosenno-letnim. Przez ok. 5 miesięcy objędzie aż 20-25 miejscowości. W każdej gościć ma tydzień.	Kluczowe elementy	Dzięki wystawie odbiorca ma zrozumieć, że: - całe społeczeństwo korzysta w sposób bezpośredni lub pośredni z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dzięki rozwojowi województwa, poprawie infrastruktury technicznej, aktywizacji miast i obszarów turystycznych czy poprawie infrastruktury społecznej, - dzięki środkom Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dokonano się wiele zmian w województwie, o czym świadczą „dobre praktyki”, Wystawa ma charakter plenerowy, rozstawiana będzie np.: przed ratuszami, podczas lokalnych imprez, na stadionach i innych placach. Wystawa jest wizytówką działań RPO w regionie. Tą kampanią chcemy poinformować, jakie inwestycje na Mazowszu powstają dzięki dofinansowaniu ze środków Unii Europejskiej w ramach programu RPO WM.
Co?	Organizacja wystawy mobilnej ze zdjęciami wielkoformatowymi prezentującymi dobre praktyki												
Do kogo?	Ogół społeczeństwa, potencjalni beneficjenci, beneficjenci, odbiorcy rezultatów												
Gdzie?	Miejsca ekspozycji wystawy m.in. w Płocku, Ciechanowie, Ostrołęce, Siedlcach, Radomiu, Wyszkowie, Płońsku, Sierpcu, Białobrzegach, Mławie, Przysusze, Łosicach i innych miejscowości w województwie mazowieckim.												
Jak?	W ramach mobilnej wystawy MJWPU odwiedzi różne regiony Mazowsza.												
Jak intensywnie?	W podróż wystawa (23 obustronne stelaże) wyruszy w sezonie wiosenno-letnim. Przez ok. 5 miesięcy objędzie aż 20-25 miejscowości. W każdej gościć ma tydzień.												
Kluczowe elementy	Dzięki wystawie odbiorca ma zrozumieć, że: - całe społeczeństwo korzysta w sposób bezpośredni lub pośredni z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dzięki rozwojowi województwa, poprawie infrastruktury technicznej, aktywizacji miast i obszarów turystycznych czy poprawie infrastruktury społecznej, - dzięki środkom Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dokonano się wiele zmian w województwie, o czym świadczą „dobre praktyki”, Wystawa ma charakter plenerowy, rozstawiana będzie np.: przed ratuszami, podczas lokalnych imprez, na stadionach i innych placach. Wystawa jest wizytówką działań RPO w regionie. Tą kampanią chcemy poinformować, jakie inwestycje na Mazowszu powstają dzięki dofinansowaniu ze środków Unii Europejskiej w ramach programu RPO WM.												
<b>6. Czas trwania działania</b>	Wszystkie działania: marzec 2011 – grudzień 2011 (w tym faza przygotowawcza każdego działania)												
<b>7. Koszt działania</b>	2 800 764,71 zł												
<b>8. Zasoby pozafinansowe</b>	Brak												

<b>9. Status projektu</b>	Faza planowania
<b>10. Osoba kontaktowa</b>	Ilona Soja-Kozłowska
<b>11. Załączniki</b>	Mediaplany zostaną przedstawione w terminie późniejszym, po otrzymaniu ich z TVP, Radio i po podpisaniu umowy z Wykonawcą.

Załącznik 3.

Tabela 6 Szczegółowy opis innego przykładowego działania EDUKACJA

<b>1. Organizator</b>	MJWPU												
<b>2. Przedmiot działania</b>	RPO WM												
<b>3. Typ działania</b>	Szkolenia												
<b>4. Cel działania</b>	<b>Szkolenia podstawowe</b> skierowane do potencjalnych beneficjentów aplikujących o środki w ramach ogłoszonych konkursów. Celem szkoleń jest podniesienie jakości i zwiększenie ilości składanych projektów.												
<b>5. Opis działania</b>	<table border="1"> <tr> <td>Co?</td> <td>Szkolenia podstawowe</td> </tr> <tr> <td>Do kogo?</td> <td>Potencjalni beneficjenci</td> </tr> <tr> <td>Gdzie?</td> <td>Zasięg działania: regionalny.</td> </tr> <tr> <td>Jak?</td> <td>Wynajęcie sal wraz z cateringiem.</td> </tr> <tr> <td>Jak intensywnie?</td> <td>30 szkoleń</td> </tr> <tr> <td>Kluczowe elementy kreatywne</td> <td>Na podstawie harmonogramu naboru wniosków w 2011 roku zostaną przeprowadzone szkolenia dla potencjalni beneficjentów, którzy dzięki temu uzyskają wiedzę z zakresu aplikowania o środki na poziomie podstawowym i zaawansowanym. Prowadzone będą również warsztaty z wypełniania wniosku aplikacyjnego w MEWA z bezpośrednim dostępem uczestników szkolenia do sprzętu komputerowego.</td> </tr> </table>	Co?	Szkolenia podstawowe	Do kogo?	Potencjalni beneficjenci	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.	Jak?	Wynajęcie sal wraz z cateringiem.	Jak intensywnie?	30 szkoleń	Kluczowe elementy kreatywne	Na podstawie harmonogramu naboru wniosków w 2011 roku zostaną przeprowadzone szkolenia dla potencjalni beneficjentów, którzy dzięki temu uzyskają wiedzę z zakresu aplikowania o środki na poziomie podstawowym i zaawansowanym. Prowadzone będą również warsztaty z wypełniania wniosku aplikacyjnego w MEWA z bezpośrednim dostępem uczestników szkolenia do sprzętu komputerowego.
Co?	Szkolenia podstawowe												
Do kogo?	Potencjalni beneficjenci												
Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.												
Jak?	Wynajęcie sal wraz z cateringiem.												
Jak intensywnie?	30 szkoleń												
Kluczowe elementy kreatywne	Na podstawie harmonogramu naboru wniosków w 2011 roku zostaną przeprowadzone szkolenia dla potencjalni beneficjentów, którzy dzięki temu uzyskają wiedzę z zakresu aplikowania o środki na poziomie podstawowym i zaawansowanym. Prowadzone będą również warsztaty z wypełniania wniosku aplikacyjnego w MEWA z bezpośrednim dostępem uczestników szkolenia do sprzętu komputerowego.												
<b>6. Czas trwania działania</b>	styczeń 2011 r.- grudzień 2011 r. (w tym faza przygotowawcza)												
<b>7. Koszt działania</b>	210 000,00 zł												
<b>8. Zasoby pozafinansowe</b>	Brak												
<b>9. Status projektu</b>	W fazie planowania												
<b>10. Osoba kontaktowa</b>	Ilona Nasiadka												
<b>11. Załączniki</b>	Brak												

<b>1. Organizator</b>	MJWPU												
<b>2. Przedmiot działania</b>	RPO WM												
<b>3. Typ działania</b>	Szkolenia												
<b>4. Cel działania</b>	<b>Szkolenia specjalistyczne</b> skierowane do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w celu podniesienia poziomu wiedzy z danego zakresu tematycznego niezbędnego do prawidłowej realizacji projektów.												
<b>5. Opis działania</b>	<table border="1"> <tr> <td>Co?</td> <td>Szkolenia specjalistyczne</td> </tr> <tr> <td>Do kogo?</td> <td>Beneficjenci potencjalni i beneficjenci.</td> </tr> <tr> <td>Gdzie?</td> <td>Zasięg działania: regionalny.</td> </tr> <tr> <td>Jak?</td> <td>Wynajęcie sal wraz z cateringiem, trenerzy.</td> </tr> <tr> <td>Jak intensywnie?</td> <td>175 szkoleń (dla grup do 25 osób).</td> </tr> <tr> <td>Kluczowe elementy kreatywne</td> <td>Szkolenia będą dotyczyć m.in. tematyki z zakresu Prawa zamówień publicznych, zarządzania projektami, biznes planu, aspektów finansowo</td> </tr> </table>	Co?	Szkolenia specjalistyczne	Do kogo?	Beneficjenci potencjalni i beneficjenci.	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.	Jak?	Wynajęcie sal wraz z cateringiem, trenerzy.	Jak intensywnie?	175 szkoleń (dla grup do 25 osób).	Kluczowe elementy kreatywne	Szkolenia będą dotyczyć m.in. tematyki z zakresu Prawa zamówień publicznych, zarządzania projektami, biznes planu, aspektów finansowo
Co?	Szkolenia specjalistyczne												
Do kogo?	Beneficjenci potencjalni i beneficjenci.												
Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.												
Jak?	Wynajęcie sal wraz z cateringiem, trenerzy.												
Jak intensywnie?	175 szkoleń (dla grup do 25 osób).												
Kluczowe elementy kreatywne	Szkolenia będą dotyczyć m.in. tematyki z zakresu Prawa zamówień publicznych, zarządzania projektami, biznes planu, aspektów finansowo												

		księgowych, informacji i promocji, audytu i kontroli.
<b>6. Czas trwania działania</b>	styczeń 2011 r. - grudzień 2011 r. (w tym faza przygotowawcza)	
<b>7. Koszt działania</b>	1 420 000,00 zł	
<b>8. Zasoby pozafinansowe</b>	Brak	
<b>9. Status projektu</b>	W fazie planowania	
<b>10. Osoba kontaktowa</b>	Ilona Nasiadka	
<b>11. Załączniki</b>	Brak	

<b>1. Organizator</b>	MJWPU	
<b>2. Przedmiot działania</b>	RPO WM	
<b>3. Typ działania</b>	Szkolenia	
<b>4. Cel działania</b>	<b>Szkolenia celowe (wdrożeniowe) z elementami warsztatów</b> (dwudniowe) skierowane do beneficjentów realizujących projekty i będących w fazie przygotowywania dokumentacji projektowej. Celem działania jest przygotowanie beneficjentów do jak najlepszej realizacji merytorycznej i finansowej projektów.	
<b>5. Opis działania</b>	Co?	Szkolenia celowe z elementami warsztatów
	Do kogo?	Beneficjenci realizujący projekty i będący w fazie przygotowania dokumentacji projektowej.
	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.
	Jak?	Wynajęcie sal wraz z cateringiem, transport, nocleg.
	Jak intensywnie?	12 szkoleń (dla grup do 30 osób).
	Kluczowe elementy kreatywne	Szkolenia będą dotyczyć min. tematyki z zakresu finansowej i merytorycznej realizacji projektów.
<b>6. Czas trwania działania</b>	styczeń 2011 r. - grudzień 2011 r. (w tym faza przygotowawcza)	
<b>7. Koszt działania</b>	410 000,00 zł	
<b>8. Zasoby pozafinansowe</b>	Brak	
<b>9. Status projektu</b>	W fazie planowania	
<b>10. Osoba kontaktowa</b>	Ilona Nasiadka	
<b>11. Załączniki</b>	Brak	

<b>1. Organizator</b>	MJWPU	
<b>2. Przedmiot działania</b>	RPO WM	
<b>3. Typ działania</b>	Szkolenia	
<b>4. Cel działania</b>	Cykl szkoleń dla konsultantów funduszy strukturalnych w jednostkach samorządu terytorialnego na terenie województwa mazowieckiego.	

<b>5. Opis działania</b>	Co?	Objęcie cyklem 3 szkoleń każdego uczestnika.
	Do kogo?	Pracownicy jednostek samorządu terytorialnego.
	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.
	Jak?	Wynajęcie sal wraz z cateringiem, wynagrodzenia trenerów, ekspertów.
	Jak intensywnie?	Cykl 3 szkoleń dla 600 osób w podziale na 24 grupy (po 25 osób). Ogólna liczba szkoleń 72.
	Kluczowe elementy kreatywne	Szkolenia będą dotyczyć tematyki z zakresu: funduszy strukturalnych, wdrażania i rozliczania projektów finansowanych z EFRR, specjalistycznej wiedzy z obszaru zasady przygotowania projektów w RPO WM 2007-2013, realizacja projektów w RPO WM 2007-2013, kontrola projektów w RPO WM 2007-2013, itp.
<b>6. Czas trwania działania</b>	styczeń 2011 r. - grudzień 2011 r. (w tym faza przygotowawcza)	
<b>7. Koszt działania</b>	900 000,00 zł	
<b>8. Zasoby pozafinansowe</b>	Brak	
<b>9. Status projektu</b>	W fazie planowania	
<b>10. Osoba kontaktowa</b>	Ilona Nasiadka	
<b>11. Załączniki</b>	Brak	

<b>1. Organizator</b>	MJWPU	
<b>2. Przedmiot działania</b>	RPO WM	
<b>3. Typ działania</b>	<b>Spotkania informacyjne</b>	
<b>4. Cel działania</b>	Celem działania jest zwiększenie wiedzy potencjalnych beneficjentów i beneficjentów w zakresie wdrażania funduszy strukturalnych.	
<b>5. Opis działania</b>	Co?	Spotkania informacyjne.
	Do kogo?	Beneficjenci potencjalni i beneficjenci.
	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.
	Jak?	Organizacja spotkań w siedzibach Oddziałów Zamiejscowych.
	Jak intensywnie?	5 (dla grup średnio po 50 osób).
	Kluczowe elementy kreatywne	Działanie obejmuje organizację spotkań z potencjalnymi beneficjentami i beneficjentami, które mają charakter wymiany informacji. Organizacja Spotkań informacyjnych podczas Dni Otwartych w Oddziałach Zamiejscowych.
<b>6. Czas trwania działania</b>	styczeń 2011 r. - grudzień 2011 r. (w tym faza przygotowawcza)	
<b>7. Koszt działania</b>	10 000,00 zł (wynagrodzenia dla prelegentów/expertów)	
<b>8. Zasoby pozafinansowe</b>	Brak	
<b>9. Status projektu</b>	W fazie planowania	
<b>10. Osoba kontaktowa</b>	Ilona Nasiadka	
<b>11. Załączniki</b>	Brak	

<b>1. Organizator</b>	MJWPU	
<b>2. Przedmiot działania</b>	RPO WM	
<b>3. Typ działania</b>	Seminaria	
<b>4. Cel działania</b>	Celem seminariów jest przekazanie beneficjentom i potencjalnym beneficjentom wiedzy na temat wdrażania projektów współfinansowanych z EFRR, omawianie kluczowych problemów, prezentacja dobrych praktyk.	
<b>5. Opis działania</b>	Co?	Seminaria skierowane do beneficjentów, potencjalnych beneficjentów, mieszkańców woj. mazowieckiego.
	Do kogo?	Potencjalni beneficjenci, beneficjenci, mieszkańcy woj. mazowieckiego.
	Gdzie?	Zasięg działania: regionalny.
	Jak?	Wynajęcie sal wraz z cateringiem, wynagrodzenia trenerów, ekspertów.
	Jak intensywnie?	5 seminariów organizowanych w Warszawie.
	Kluczowe elementy kreatywne	Przykłady dobrych praktyk, aktualizowanie wiedzy, wymiana doświadczeń, omawianie kluczowych problemów w procesie wdrażania projektów.
<b>6. Czas trwania działania</b>	styczeń 2011 r. - grudzień 2011 r. (w tym faza przygotowawcza)	
<b>7. Koszt działania</b>	90 000,00 zł (w tym 15 000,00 zł na wynagrodzenia prelegentów/expertów)	
<b>8. Zasoby pozafinansowe</b>	Brak	
<b>9. Status projektu</b>	W fazie planowania	
<b>10. Osoba kontaktowa</b>	Ilona Nasiadka	
<b>11. Załączniki</b>	Brak	