

Formularz sprawozdawczy dotyczący promocji i informacji

Numer programu (CCI):	2007 PL 161 PO 001
Nazwa programu:	Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka
Załącznik do sprawozdania nr:	R/2009/POIG/
Okres sprawozdawczy:	od 01.01.2009 do 31.12.2009

1. Zrealizowane działania w zakresie informacji, promocji i szkoleń

W okresie sprawozdawczym instytucje zaangażowane we wdrażanie Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka (PO IG) prowadziły liczne działania mające na celu podniesienie poziomu wiedzy oraz świadomości grup docelowych PO IG, w szczególności beneficjentów oraz potencjalnych beneficjentów o dostępnych i realizowanych działaniach, a także ogółu społeczeństwa w zakresie możliwości korzystania z Funduszy Europejskich w ramach PO IG. Ponadto działania realizowane przez instytucje miały na celu wsparcie w realizacji i rozliczaniu projektów tych beneficjentów, którzy dofinansowanie już otrzymali.

Działania o zasięgu ogólnopolskim i regionalnym były prowadzone zgodnie z Planem komunikacji Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka oraz Rocznym Planem Działań informacyjnych i promocyjnych (RPD) na 2009 rok, zaakceptowanym przez Instytucje Koordynującą Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia. Były one adresowane przede wszystkim do potencjalnych i faktycznych beneficjentów, opinii publicznej oraz partnerów społecznych i gospodarczych.

Działania w ramach informacji, promocji i szkoleń realizowane w rozpatrywanym okresie sprawozdawczym prowadzone były również zgodnie z Wytocznymi Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji oraz ze Strategią komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007 – 2013, uwzględniając w szczególności zasady dotyczące spójnej wizualizacji Programu.

Działania informacyjno - promocyjne oraz edukacyjne realizowane były przez wszystkie instytucje zaangażowane we wdrażanie PO IG, a więc Ministerstwo Gospodarki, Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego, Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji jako Instytucje Pośredniczące oraz przez podległe im Instytucje Wdrażające, jak również przez Polską Organizację Turystyczną, która jako Instytucja Wdrażająca, podlega bezpośrednio pod Instytucję Zarządzającą. Działania te prowadzone były w koordynacji z ww. instytucjami. Działania informacyjne i promocyjne realizowane były także we współpracy z partnerami społecznymi i gospodarczymi, bądź też przez podmioty zewnętrzne, zgodnie z przepisami ustawy prawo zamówień publicznych.

W 2009 r. przeprowadzono dwa badania ilościowe (pierwsze w marcu 2009 oraz drugie na przełomie listopada/grudnia 2009) na temat wiedzy, świadomości oraz odbioru kampanii medialnej dotyczącej Programu Innowacyjna Gospodarka. Badania przeprowadzone zostały wśród ogółu społeczeństwa oraz beneficjentów i potencjalnych beneficjentów Programu. Raport z pierwszego badania wskazał, iż wiedzę nt PO IG zadeklarowało: 40% społeczeństwa, 73% potencjalnych beneficjentów (znaczny wzrost). Do głównych źródeł wiedzy o PO IG wśród potencjalnych beneficjentów wskazano: Internet (69%), prasę codzienną (50%), tv (49%). Rekomendacje po badaniu wskazały jasno, iż należy intensyfikować przekaz multikanałowy (Internet, prasa codzienna, TV) przy jednoczesnym wykorzystaniu hasła „Dotacje na innowacje” we wszystkich działaniach informacyjno-promocyjnych. Wnioski wynikające z raportu sporządzonego po drugim badaniu zostaną przedstawione w kolejnym okresie sprawozdawczym. Wyniki przeprowadzonych badań wzmacniają dodatkowo pogląd wynikający z dwuletnich doświadczeń instytucji zaangażowanych we wdrażanie działań informacyjno-promocyjnych i pokazują, jakiego typu działania są preferowane przez odbiorców oraz, które w szczególności pozwalają na dotarcie do grup docelowych w sposób optymalny.

Instytucja Zarządzająca PO IG, dbając o odpowiedni poziom działań informacyjno-promocyjnych oraz obsługi beneficjentów, zleciła w 2009 roku realizację badania pn. *Ocena działań informacyjno-promocyjnych Instytucji w systemie wdrażania Programu Operacyjnego*

Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013 wraz z wykonaniem raportu. Celem badania była ocena działań informacyjno-promocyjnych Instytucji w systemie wdrażania Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013, identyfikacja problemów i barier w prowadzeniu działań informacyjno-promocyjnych oraz opracowanie propozycji usprawnień prowadzenia ww. działań. Wyniki z badania przedstawione zostaną w 2010 roku, a wnioski opisane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

W roku 2010 IZ PO IG planuje rozpoczęcie prac nad realizacją badania ewaluacyjnego, którego zamierzeniem będzie określenie stopnia realizacji Planu komunikacji Programu Innowacyjna Gospodarka oraz stopnia realizacji celów założonych w ww. dokumencie.

W rozpatrywanym okresie sprawozdawczym dokonano również aktualizacji Planu komunikacji, w szczególności w zakresie definicji i doprecyzowaniu dotychczasowych wskaźników oraz wprowadzeniu nowych bądź rezygnacji z dotychczasowych wskaźników. IK NSRO nie zgłosiła zastrzeżeń do aktualizacji Planu komunikacji dla Programu Innowacyjna Gospodarka, jednak w związku z aktualizacją Wytycznych Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji, które mogłyby mieć wpływ na zapisy wszystkich Planów komunikacji dla Programów Operacyjnych, nie dokonała jego ostatecznej akceptacji, uzasadniając, że zostanie to uczynione niezwłocznie po zatwierdzeniu aktualizacji ww. Wytycznych.

Zmiana ta zaimplikowała konieczność aktualizacji Roczno-go Planu działań informacyjnych i promocyjnych w drugim półroczu 2009 roku. W wyniku aktualizacji wprowadzono nowe wskaźniki, z części wskaźników, które zostały usunięte z Planu komunikacji, zrezygnowano bądź zmodyfikowano sposób ich definiowania lub szacowania. Zaktualizowany Roczny plan działań został zaakceptowany przez IK NSRO, która nie zgłosiła do niego żadnych uwag.

Ww. zmiany w Rocznym planie działań spowodowały, iż sprawozdanie roczne, sporządzone na podstawie aktualnego Roczno-go planu działań informacyjnych i promocyjnych, zostało przygotowane w oparciu o aktualnie zdefiniowane wskaźniki (po aktualizacji dokumentów: Planu komunikacji i RPD), co spowodowało, iż wartość danego wskaźnika w sprawozdaniu rocznym, w niektórych przypadkach może nie być równa, bądź nie odpowiadać sumom danego wskaźnika wskazanym w sprawozdaniu za I półrocze oraz w sprawozdaniu za II półrocze.

W celu skutecznej koordynacji działań informacyjno-promocyjnych i szkoleniowych oraz wymiany informacji, w okresie sprawozdawczym odbyły się spotkania Informacyjnej Grupy Roboczej PO IG (IGR PO IG), której członkami są przedstawiciele IZ, IP oraz IP2 (IW).

Działania, o których mowa powyżej, koncentrowały się na 6 głównych obszarach opisanych szerzej w tabeli nr 1 oraz w tabeli nr 2.

Tabela 1. Zrealizowane działania

Lp.	Nazwa działania	Opis działania
Informacja		
1.	Działanie 1 Konferencje informacyjne, seminaria, dni otwarte, spotkania dot. PO IG	<p><u>Działanie obejmowało m.in.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizację i obsługę konferencji poświęconej podsumowaniu zamknięcia Sektorowego Programu Operacyjnego Wzrost konkurencyjności przedsiębiorstw 2004 – 2006. ➤ Organizację konferencji inaugurującej konkursy w ramach I i II Priorytetu PO IG w 2009 r. ➤ Organizację konferencji otwierającej i podsumowującej Poddziałania 1.1.1, 1.3.1 i 1.3.2 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013 ➤ Organizację warsztatów międzynarodowych z udziałem przedstawicieli Komisji Europejskiej ➤ Organizację i obsługę konferencji poświęconej Programowi Innowacyjna Gospodarka oraz możliwościom wsparcia z PO IG pt. <i>Dotacje na innowacje - co się będzie działo w 2010 roku?</i>

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizację spotkania konsultacyjnego dla beneficjentów w sprawie propozycji nowych projektów indywidualnych w ramach 7. Priorytetu PO IG ➤ Organizację dwóch spotkań regionalnych w Krakowie i Łodzi dla przedstawicieli środowiska naukowego i biznesu pt. „Synergia wiedzy i przedsiębiorczości na rzecz rozwoju” ➤ Organizację spotkania informacyjnego dla beneficjentów Poddziałania 1.3.2 POIG, podczas którego zaprezentowano zagadnienia związane z: wypełnianiem wniosku o dofinansowanie, kwalifikowalnością wydatków, kontrolą projektów oraz promocją projektów ➤ Organizację spotkań informacyjnych podczas Międzynarodowego sympozjum pn. „Własność przemysłowa w innowacyjnej gospodarce, organizowanych przez Urząd Patentowy RP
2.	<p>Działanie 2 Materiały informacyjne (m.in. ulotki, broszury informacyjne, plakaty i tablice informacyjne, publikacje, informatory, podręczniki)</p>	<p><u>Działanie obejmowało m.in.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Opracowanie i wydanie 12 numerów biuletynu elektronicznego „Fundusze na naukę i szkolnictwo wyższe”, publikowanego na stronie http://www.nauka.gov.pl/finansowanie/fundusze-europejskie/innowacyjna-gospodarka/biuletyn/ ➤ Opracowanie i druk broszury dot. I i II Priorytetu PO IG ➤ Opracowanie i przygotowanie do druku oraz druk i dystrybucję 3 numerów biuletynu informacyjnego <i>Innowacyjni</i> w wersji elektronicznej i papierowej; wersja elektroniczna dostępna jest pod adresem http://www.poig.gov.pl/DzialaniaPromocyjne/Strony/biuletyny.aspx ➤ Przygotowanie i produkcję publikacji „Pomoc publiczna w rozumieniu art. 87 ust. 1 Traktatu ustanawiającego Wspólnotę Europejską oraz prawa krajowego w projektach składanych w ramach Poddziałania 1.1.1, 1.3.1 i 1.3.2 Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka”; ➤ Przygotowanie i produkcję publikacji „Kwalifikowalność podatku VAT w projektach składanych w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013”; ➤ Przygotowanie i produkcję publikacji „Wsparcie ochrony własności przemysłowej tworzonej w jednostkach naukowych w wyniku prac B+R” ➤ Zakup publikacji dla Beneficjentów Poddziałania 1.1.1 pt. „Foresight w zarządzaniu strategicznym” ➤ Opracowanie merytoryczne, graficzne i druk oraz wykonanie pozostałych materiałów informacyjnych w ramach działań PO IG wdrażanych przez instytucje w tym: ulotki, broszury informacyjne, foldery dotyczące poszczególnych działań PO IG, tablica informacyjna ➤ Druk i dystrybucję ekspertyz, raportów, sprawozdań i innych publikacji dot. PO IG

		<ul style="list-style-type: none"> ➤ Wyprodukowanie tablic informacyjnych z odwołaniem do logo PO IG, logo Unii Europejskiej i logo PARP
3.	Działanie 3 Tłumaczenia	<p><u>Działanie obejmowało:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Tłumaczenia pisemne i weryfikacja tłumaczenia dokumentów poświęconych tematyce PO IG. W okresie sprawozdawczym przetłumaczono łącznie ok. 2000 stron tłumaczeniowych. ➤ Tłumaczenia symultaniczne podczas spotkania z przedstawicielami Komisji Europejskiej - 1
4.	Działanie 4 Punkty informacyjne/infolinia	<p><u>Działanie obejmowało m.in.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Prowadzenie i obsługę skrzynki e-mail po-ig@mrr.gov.pl ➤ Bieżące udzielanie informacji na pytania dotyczące PO IG (pocztą elektroniczną, drogą telefoniczną oraz podczas wizyt w punkcie) – PARP ➤ Bieżące udzielanie informacji na pytania dotyczące POIG (pocztą elektroniczną, drogą telefoniczną) przez pracowników IZ, MG, MSWIA i MNISW oraz podległych im instytucji wdrażających ➤ Opłaty za korzystanie z usługi infolinii telefonicznej nt. Działania 6.4 PO IG i udzielanie informacji beneficjentom tego działania ➤ Współpracę z regionami w zakresie dystrybucji materiałów informacyjnych oraz z Centralnym Punktem Informacyjnym
5.	Działanie 5 Ogłoszenia reklamowe/ publikacje, artykuły sponsorowane w mediach	<p><u>Działanie obejmowało m.in.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Zamieszczanie ogłoszeń i art. sponsorowanych m.in. w następujących tytułach prasowych: Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Gazeta Prawna, Nowa Trybuna Opolska, Gazeta Lubuska, Echo Dnia, Gazeta Pomorska, Gazeta Głos Dziennik Pomorza, Gazeta Olsztyńska, Gazeta Samorządu i Administracji, Eurofundusze, Fundusze Europejskie, Wprost, Polityka, Forum, Newsweek, First Class. Materiały te dotyczyły Programu, działań PO IG wdrażanych przez poszczególne instytucje, o naborach wniosków, wyników i podsumowaniu pierwszych konkursowych naborów wniosków w 2009 r. oraz informacji o projektach, które dostały dofinansowanie w ramach PO IG i podpisanych umowach o dofinansowanie ➤ Przygotowanie i publikacja ogłoszeń internetowych, m.in. na portalach: www.wyborcza.pl/nauka; www.wp.pl/nauka; www.wprost.pl; www.polityka.pl/nauka; www.rp.pl; www.gazetaprawna.pl
6.	Działanie 6 Konferencje prasowe	<p><u>Działanie obejmowało m.in.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Wysyłkę komunikatów prasowych ➤ Organizację konferencji prasowej dot. konkursów w ramach I i II Priorytetu PO IG podczas konferencji inaugurującej konkursy w ramach I i II Priorytetu PO IG ➤ Organizację jednej konferencji prasowej poświęconej podsumowaniu poszczególnych działań PO IG w 2009 r. wdrażanych przez IW ➤ Organizację spotkań z dziennikarzami poświęconych realizowanym działaniom 7. i 8. osi PO IG.

Promocja		
7.	Działanie 1 Udział w targach, imprezach wystawienniczych, imprezach zewnętrznych	<u>Działanie obejmowało m.in. udział przedstawicieli poszczególnych instytucji w następujących imprezach:</u> <ul style="list-style-type: none"> ➤ ITM 2009 w Poznaniu, ➤ II Forum Funduszy Europejskich w Warszawie, ➤ Światowy Dzień Własności Intelektualnej w Warszawie, ➤ Małopolskie Targi Funduszy Europejskich w Krakowie, ➤ „Nauka dla Gospodarki” w Poznaniu ➤ V Targi Techniki Przemysłowej, Nauki i Innowacji TECHNICON INNOWACJE w Gdańsku ➤ Międzynarodowe sympozjum pn. „Własność przemysłowa w innowacyjnej gospodarce w Krakowie ➤ XVIII Seminarium Rzeczników Patentowych Szkół Wyższych, Cędzyna ➤ Targi Gmina w Poznaniu, ➤ Kongres Gmin Wiejskich w Warszawie.
8.	Działanie 2 Kampanie medialne/ współpraca z mediami	<u>Działanie obejmowało m.in.:</u> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przeprowadzanie przez PARP kampanii informacyjno – promocyjnej w środkach masowego przekazu w zakresie działań wdrażanych przez PARP i będących w kompetencji MNISW, MG oraz MSWiA jako IP, w tym: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Kampanii medialnej w radio – audycje radiowe, spoty radiowe, ➤ Kampanii medialnej w telewizji – udział ekspertów POIG w programach telewizyjnych ➤ Prowadzenie biura prasowego PO IG, ➤ Prowadzenie działań PR w prasie, ze szczególnym uwzględnieniem codziennej prasy regionalnej. ➤ Wsparcie działań informacyjno promocyjnych MNISW przez podmiot zewnętrzny – agencję PR: <ul style="list-style-type: none"> ➤ wydanie 12 numerów biuletynu elektronicznego ministra nauki i szkolnictwa wyższego pt. „Fundusze na naukę i szkolnictwo wyższe”, publikowanego na stronie internetowej MNiSW; ➤ prowadzenie monitoringu mediów; ➤ organizacja dwóch spotkań regionalnych w Krakowie i Łodzi dla przedstawicieli środowiska naukowego i biznesu pt „Synergia wiedzy i przedsiębiorczości na rzecz rozwoju” ➤ prowadzenie biura prasowego ➤ opracowanie i wysyłka listu minister nauki i szkolnictwa wyższego do kadry zarządzającej jednostkami badawczymi zachęcającego do aplikowania o środki z PO IG ➤ przeprowadzenie badania opinii nt. barier w aplikowaniu o środki z PO IG, pn. <i>Fundusze na integrację nauki z gospodarką w oczach środowiska naukowego. Doświadczenia i ocena beneficjentów programów operacyjnych Innowacyjna Gospodarka oraz Infrastruktura</i>

		<p><i>i Środowisko dotyczące pozyskiwania środków oraz realizacji projektów</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ opracowanie briefu do kampanii reklamowej „Fundusze na naukę i szkolnictwo wyższe” ➤ opracowanie i wysyłkę listu do regionalnych punktów kontaktowych informujących o planowanych naborach w ramach PO IG ➤ opracowanie i druk broszury informacyjnej dot. I i II Priorytetu PO IG <p>➤ Wyprodukowanie spotów i przeprowadzenie przez IZ PO IG kampanii reklamowej o zasięgu ogólnopolskim. Działania były realizowane w radio, telewizji, prasie, Internecie, z zastosowaniem reklamy zewnętrznej oraz przy pomocy ambient media (m.in. plakaty i standy na uczelniach oraz w kilkuset urzędach w Polsce). W ramach ww. opisanych działań w 2009 roku zrealizowano łącznie 14 kampanii.</p>
9.	Działanie 3 Materiały promocyjne	<p><u>Działanie obejmowało m.in.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Produkcję i zakup materiałów promocyjnych, w tym: teczki na dokumenty, pamięci USB, podkładki pod mysz, torby ekologiczne, kubki termiczne, parasole sztormowe, wskaźniki laserowe, czytniki kart pamięci, smycze, kalendarze książkowe oraz naścienne, notesy, długopisy, torby papierowe, wizytowniki, ołówki, bloczki papierowe, wizytówki, płyty CD, pióra wieczne. ➤ Dystrybucję materiałów promocyjnych podczas spotkań, szkoleń, konferencji, imprez masowych wśród beneficjentów oraz potencjalnych beneficjentów i grup docelowych PO IG
10.	Działanie 4 Organizacja konkursów	<p><u>Działanie obejmowało m.in.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Przygotowanie przez MNISW koncepcji konkursu na promowanie funduszy na naukę – konkurs dla dziennikarzy (regulamin, formularz zgłoszeniowy, a także podjęto wstępne rozmowy z członkami jury; natomiast konkurs nie został ogłoszony) ➤ Organizację konkursu przez PARP na najbardziej innowacyjny projekt
Edukacja		
11.	Działanie 1 Szkolenia dla beneficjentów i grup docelowych PO IG	<p><u>Działanie obejmowało m.in.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizację warsztatów i spotkań szkoleniowych dla beneficjentów z zakresu podpisywania umów, zasad rozliczania projektów, sprawozdawczości, procedur kontrolnych oraz obowiązków informacyjno-promocyjnych ➤ Organizację szkoleń z zakresu rozliczania projektów, z zakresu zasad prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych oraz z zakresu prawa zamówień publicznych w realizacji projektów współfinansowanych z funduszy UE ➤ Organizację szkolenia dla beneficjentów 7 osi POIG z zakresu zamówień publicznych na systemy informatyczne
12.	Działanie 2 Szkolenia/kursy/studia pracowników IP i IW	<p><u>Działanie obejmowało m.in.:</u></p> <p>- Szkolenia, staże, wizyty studyjne podnoszące kwalifikacje pracowników w zakresie wdrażania funduszy strukturalnych i dotyczących tematyki związanej z wykonywaną pracą przy realizacji działań PO IG</p>

13.	Działanie 3 Umowy cywilnoprawne	<u>Działanie obejmowało m.in.:</u> Zawieranie umów cywilnoprawnych w zakresie wsparcia podczas realizacji działań informacyjno-promocyjnych
14.	Działanie 4 Doradztwo	Działanie obejmowało korzystanie z usług zewnętrznych ekspertów i doradców w zakresie realizacji działań informacyjno-promocyjnych, w szczególności przy realizacji kampanii reklamowych.
Internet		
15.	Działanie 1 Strony internetowe	<u>Działanie obejmowało m.in.:</u> ➤ Bieżącą aktualizację i rozwijanie istniejących stron oraz zakładek internetowych poświęconych działaniom wdrażanym przez instytucje uczestniczące w systemie wdrażania PO IG. ➤ Wysyłkę informacji nt. działań wdrażanych przez PARP w ramach PO IG przez portale internetowe. ➤ Stworzenie nowej zakładki Fundusze europejskie – PO IG w ramach nowo utworzonej strony MNISW. ➤ Zamieszczanie m.in. ogłoszeń, informacji o wydarzeniach związanych z realizacją Programu, a także wzorów niezbędnych dokumentów programowych i wniosków dla potencjalnych beneficjentów.
16.	Działanie 2 Zarządzanie Bazą wiedzy	Działanie obejmowało m.in. stałą wymianę informacji i aktualizację bazy dokumentów (w tym różnych plików multimedialnych) w celu utrzymania przepływu i wymiany informacji pomiędzy instytucjami zaangażowanymi w zarządzanie i wdrażanie PO IG.
17.	Działanie 3 Mailing i e-mailing/zakup baz danych	Działanie obejmowało m.in.: ➤ Przygotowanie i wysyłkę newsletterów i rozsyłanie informacji na temat realizowanych działań
Ewaluacja		
18.	Działanie 1 Badania opinii publicznej	Działanie obejmowało m.in.: ➤ wykonanie badania nt. barier w aplikowaniu o środki z PO IG pn. <i>Fundusze na integrację nauki z gospodarką w oczach środowiska naukowego. Doświadczenia i ocena beneficjentów programów operacyjnych Innowacyjna Gospodarka oraz Infrastruktura i Środowisko dotyczące pozyskiwania środków oraz realizacji projektów.</i> W ramach badania jego zleceniodawca (MNISW) otrzymał informację m.in. w zakresie tego, jakie są najczęstsze źródła informacji o procesie aplikacji, jaka jest wiedza beneficjentów na ten temat, jakie są źródła informacji o programie operacyjnym, źródła informacji o sposobach aplikacji, łatwość w znalezieniu informacji nt sposobu aplikacji, problemy napotymane podczas procesu aplikacyjnego, przewidywane/potencjalne, znajomość źródeł finansowania programu operacyjnego, informacja na temat korzystania z mediów (jako źródła informacji, czyli prasa, tv radio, internet). ➤ przeprowadzenie badania odbioru kampanii (prowadzonej 11-12.2008) i świadomości PO IG, ➤ przeprowadzenie badania jakościowego linii kreacji PO IG, ➤ przygotowanie i rozstrzygnięcie przetargów na 2 badania: <i>- Ocena działań informacyjno-promocyjnych Instytucji w systemie wdrażania Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013 wraz z wykonaniem raportu,</i>

			- Odbioru kampanii i świadomości na temat Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007 – 2013 (PO IG) wśród potencjalnych beneficjentów POIG i ogółu społeczeństwa Ich przeprowadzenie wraz z przygotowaniem raportów zostanie zrealizowane w I kwartale 2010 r.
19.	Działanie 2 ewaluacyjne	Ankiety	Działanie obejmowało przygotowanie i ocenę ankiet ewaluacyjnych wypełnianych przez uczestników szkoleń
20.	Działanie 3 odwiedzin internetowej	Badanie strony	Działanie obejmowało badanie serwisu internetowego POT nt. działania 6.4 PO IG oraz IZ (www.poig.gov.pl). Badanie polegało na prowadzeniu cyklicznych statystyk stron (wskaźnikowych, np. liczba wejść, liczba odsłon, itp.)
Wymiana doświadczeń			
21.	Działanie 1 informacyjne dla pracowników IZ, IP, IW	Spotkanie dla	Działanie obejmowało m.in.: <ul style="list-style-type: none"> ➤ Organizację spotkania konsultacyjnego IZ, IP, IW - przygotowującego do spotkania bilateralnego z Komisją Europejską ➤ Organizację spotkań członków Informacyjnej Grupy Roboczej PO IG (IGR PO IG) dot. konsultacji dokumentów strategicznych oraz wytycznych w zakresie informacji i promocji ➤ Organizację spotkania bilateralnego dla przedstawicieli IZ, IP oraz IW z przedstawicielami KE ➤ Organizację spotkań podsumowujących wdrażanie PO IG, w tym spotkanie podsumowujące drugi rok wdrażania PO IG ➤ spotkania bilateralne z KE z udziałem pracowników instytucji zaangażowanych we wdrażanie PO IG

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

2. Postęp rzeczowy działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych¹⁾

Tabela 2. Postęp rzeczowy

Obszar	Wskaźnik	Jednos tka	Rok Półrocze	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		
				I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	
Punkty informacyjne	Liczba funkcjonujących punktów	Szt.	Realizacja					5														
			Wartość docelowa					5						5								
			Wartość bazowa	0																		
	Liczba osób odwiedzających punkty	os	Realizacja					110														
			Wartość docelowa					138						500								
			Wartość bazowa	0																		
	Liczba odpowiedzi udzielonych drogą elektroniczną	Szt.	Realizacja					19 969														
			Wartość docelowa					4 038						7 000								
			Wartość bazowa	0																		
	Liczba odpowiedzi	Szt.	Realizacja					38 492														

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

	udzielonych drogą telefoniczną		Wartość docelowa			39 968				50 000		
			Wartość bazowa	0								
Materiały informacyjne	Wolumen materiałów informacyjnych	Szt.	Realizacja			158 140						
			Wartość docelowa			152 167				500 000		
			Wartość bazowa	0								
	Liczba tytułów/rodzajów materiałów promocyjnych	Szt.	Realizacja			77						
			Wartość docelowa			90				300		
			Wartość bazowa	0								
Ogłoszenia reklamowe/publikacje, artykuły sponsorowane w mediach	Liczba artykułów i ogłoszeń	Szt.	Realizacja			155						
			Wartość docelowa			168				300		
			Wartość bazowa	0								
Konferencje prasowe	Liczba konferencji prasowych	Szt.	Realizacja			16						
			Wartość docelowa			17				30		
			Wartość bazowa	0								

Spotkania, konferencje, seminaria, dni otwarte i szkolenia dla beneficjentów oraz grup docelowych PO IG	Liczba zorganizowanych spotkań, konferencji, seminariów, dni otwartych i szkoleń dla beneficjentów w oraz grup docelowych PO IG	Szt.	Realizacja			161						
			Wartość docelowa			160				900		
			Wartość bazowa	0								
Spotkania, konferencje, seminaria, dni otwarte i szkolenia dla beneficjentów oraz grup docelowych PO IG	Liczba uczestników spotkań, konferencji, seminariów, dni otwartych i szkoleń dla beneficjentów w oraz grup docelowych PO IG	os	Realizacja			11 178						
			Wartość docelowa			9 304				15 000		
			Wartość bazowa	0								
Udział w targach, imprezach wystawienniczych	Liczba targów, imprez wystawienniczych, imprez zewnętrznych	Szt.	Realizacja			13						
			Wartość docelowa			11				30		
			Wartość bazowa	0								
Organizacja konkursów	Liczba zorganizowanych	Szt.	Realizacja			1						

	nych konkursów		Wartość docelowa			2				4		
			Wartość bazowa	0								
Mailing i e-mailing/zakup baz danych	Liczba wysłanych wiadomości/newsletterów	Szt.	Realizacja			27						
			Wartość docelowa			35				120		
			Wartość bazowa	0								
	Liczba subskrybentów w newslettera	Szt.	Realizacja			9 181						
			Wartość docelowa			6 669				10 000		
			Wartość bazowa	0								
Kampanie medialne	Liczba przeprowadzonych kampanii		Realizacja			14						
			Wartość docelowa			8				12		
			Wartość bazowa	0								
	Liczba wyprodukowanych spotów promocyjnych		Realizacja			35						
			Wartość docelowa			31				40		
			Wartość bazowa	0								
Materiały promocyjne	Wolumen materiałów	Szt.	Realizacja			105 003						

	promocyjnych		Wartość docelowa			109 773				300 000		
			Wartość bazowa	0								
Szkolenia/kursy/studia pracowników IP i IW	Liczba zorganizowanych szkoleń dla pracowników w zaangażowanych we wdrażanie PO IG	Szt.	Realizacja			392						
			Wartość docelowa			407				1 200		
			Wartość bazowa	0								
	Liczba uczestników szkoleń/kursów/studiów	Os.	Realizacja			1 316						
			Wartość docelowa			1043				4 000		
			Wartość bazowa	0								
Strony internetowe	Liczba serwisów/stron internetowych	Szt.	Realizacja			13						
			Wartość docelowa			12				12		
			Wartość bazowa	0								
	Liczba wejść na strony internetowe w ciągu roku	rocznie	Realizacja			5 859 121						
			Wartość docelowa			1 965 000				300 000		
			Wartość bazowa	0								

Tłumaczenia	Liczba przetłumaczonych stron (tłumaczeniowych)	l. stron. tłumaczeniowych	Realizacja			1 962						
			Wartość docelowa			1 647				2 500		
			Wartość bazowa	0								
Badanie opinii publicznej	Liczba przeprowadzonych badań opinii publicznej	Szt.				4						
						3				12		
				0								
Spotkanie informacyjne dla pracowników IZ, IP, IW	Liczba przeprowadzonych spotkań informacyjnych dla pracowników w IZ, IP, IW	Szt.				9						
						9				20		
				0								
	Liczba uczestników przeprowadzonych spotkań informacyjnych dla pracowników w IZ, IP, IW	Szt.				373						
						200				500		
			0									

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

3. Informacja nt. udostępnienia listy beneficjentów

Instytucje zaangażowane w system wdrażania PO IG (IZ, IP oraz IW) publikowały listy beneficjentów Programu, zawierające nazwy beneficjentów, tytuły operacji oraz wielkość wkładu publicznego, na stronach internetowych pod następującymi adresami:

- www.parp.gov.pl,
- www.wwpe.gov.pl,
- www.mswia.gov.pl,
- www.7poig.mswia.gov.pl,
- www.nauka.gov.pl,
- www.opi.org.pl,
- www.pot.gov.pl,
- www.mg.gov.pl.
- www.poig.gov.pl

W okresie sprawozdawczym lista była aktualizowana 146 razy.

* niepotrzebne skreślić

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

Prowadząc działania informacyjne, promocyjne oraz szkoleniowe w okresie sprawozdawczym Instytucje zaangażowane w system wdrażania PO IG (IZ, IP, IW) współpracowały z następującymi podmiotami określonymi w Art. 5 ust. 3 Rozporządzenia Komisji (WE) nr 1828/2006:

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

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

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

- Tak Nie

Przygotowywano i oceniano ankiety ewaluacyjne wypełniane przez potencjalnych beneficjentów oraz grupy docelowe PO IG podczas szkoleń i spotkań, mające na celu zidentyfikowanie potrzeb szkoleniowych Beneficjentów i grup docelowych PO IG.

Ponadto, analizowane były statystyki Google dot. oglądalności prowadzonego przez POT oraz IZ serwisu internetowego.

5.2. W wyniku przeprowadzonej oceny działań lub analizy informacji zwrotnych Instytucje podjęły następujące działania usprawniające:

- A. Przeprowadzono dodatkowe szkolenia, których potrzeba była zgłaszana przez Beneficjentów m.in.:
1. przez OPI „Zasady prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych w projektach finansowanych w ramach Poddziałania 1.1.1, 1.3.1 i 1.3.2 Programu Innowacyjna Gospodarka”
 2. przez OPI „Prawo zamówień publicznych w realizacji projektów współfinansowanych z funduszy UE”.
 3. przez OPI: Kontrola projektów oraz nieprawidłowości w projektach w ramach Poddziałania 1.1.1, 1.3.1 i 1.3.2 POIG,
- B. Opublikowano ogłoszenia promocyjne w prasie o zasięgu ogólnopolskim dotyczące działań PO IG, które cieszyły się mniejszym zainteresowaniem wśród potencjalnych beneficjentów PO IG
- C. Zorganizowano konferencje regionalne - w wyniku otrzymywanych od przedsiębiorców licznych uwag dotyczących konieczności zwiększenia liczby konferencji informacyjnych w zakresie możliwości aplikowania o dotacje w ramach PO IG konieczna była aktualizacja Harmonogramu rzeczowo-finansowego PARP. Aktualizacja dotyczyła zwiększenia kwoty w kategorii „Konferencje informacyjne” o 90.000 zł w związku z dodatkowymi konferencjami informacyjnymi w regionach.

5.3 Czy w wyniku przeprowadzonej oceny działań, analizy informacji zwrotnych lub z innych powodów Instytucje planują dokonać modyfikacji Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych lub Planu komunikacji programu operacyjnego?



Tak



Nie

Jak opisano powyżej oraz w punkcie 5.4

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

A. Zwiększenie budżetu w kategorii „Spotkania informacyjne”. W trakcie licznych spotkań Wiceministra Gospodarki z przedsiębiorcami w różnych regionach kraju, sygnalizowali oni pilną potrzebę organizacji dodatkowych spotkań informacyjnych w zakresie pozyskiwania dofinansowania na projekty w ramach PO IG. IP zwróciła się do PARP/IW z prośbą o organizację dodatkowych spotkań w regionach, w których notuje się b. niski wskaźnik składanych wniosków o dofinansowanie lub jest duży odsetek odrzuconych wniosków na etapie oceny formalnej. IP zwróciła się do IZ z prośbą o wyrażenie zgody na zwiększenie budżetu o 90.000 zł na organizację dodatkowych spotkań i taką zgodę uzyskała.

B. Przesunięcia pomiędzy poszczególnymi kategoriami wydatków, które zostały zaplanowane przez IP oraz IW i dotyczyły przesunięć alokacji pomiędzy obszarami/działaniami i zmian wskaźników. Modyfikacje zostały szczegółowo przedstawione w aktualizacji RPD na 2009 rok. Konieczność dokonania modyfikacji wynikała z oceny działań informacyjno – promocyjnych dokonanej przez pracowników poszczególnych instytucji (nie zlecano badań ewaluacyjnych) oraz z informacji otrzymanych od adresatów prowadzonych działań. Rezultatem ww. działań była rezygnacja z niektórych narzędzi promocji, modyfikacja kwot wydatków i wskaźników. W przypadku działań realizowanych przez PARP mailing okazał się metodą nieskuteczną, ze względu na dużą ilość beneficjentów i potencjalnych beneficjentów działań 8.1 i 8.2 PO IG i wynikłe z tego trudności z aktualizacją bazy. Z kolei w przypadku działania 8.3 mailing okazał się efektywnym narzędziem wykorzystywanym przez IP do informowania potencjalnych wnioskodawców o naborach i zmianach zachodzących w działaniu. Ponadto, w związku z postępowaniem przetargowym w PARP (wybór wykonawcy w drodze przetargu nieograniczonego na realizację Kampanii „Przygotowanie, realizacja i koordynacja w 2009 roku spójnej kampanii promocyjnej oraz public relations”), zostały zmodyfikowane/zaktualizowane kwoty wydatków i wskaźniki.

C. Rezygnację z utworzenia punktu informacyjnego/infolinii

Rezygnacja z kategorii punkt informacyjny/infolinia była przyczyną analizy informacji zwrotnych wskazujących, że potencjalni beneficjenci zdecydowanie preferują kontakty za pośrednictwem strony internetowej (formularz) oraz poczty elektronicznej. Kontakty telefoniczne cechują głównie beneficjentów, którzy otrzymali dofinansowanie i dotyczą konkretnych projektów.

D. Rezygnację z działania: Produkcja i dystrybucja płyty CD w formie dodatku do wybranej gazety o ogólnopolskim zasięgu - nie zrealizowano ze względu na opóźnienia w akceptacji Planu zamówień publicznych na 2009r. w MNiSW oraz znaczne skrócenie czasu trwania konkursów

5.5 Planowane modyfikacje wynikają z następujących przyczyn:

Jak opisano w punkcie 5.4

5.6 Czy w trakcie prowadzenia działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych Instytucje zidentyfikowały istotne zagrożenia dla realizacji Roczego planu działań lub Planu komunikacji?

Tak Nie

5.7 Zidentyfikowane istotne zagrożenia dotyczą:

Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego nie zrealizowało w okresie sprawozdawczym następujących działań:

- szkoleń dla beneficjentów Poddziałania 1.1.2 oraz Działania 2.1 i 2.2 – ze względu na przedłużającą się ocenę wniosków oraz procedurę podpisywania umów z beneficjentami szkolenia zostały przesunięte na I kwartał 2010 r.

- konferencji podsumowującej konkursy w 2009 r. oraz konferencji prasowej – aby zwiększyć wydźwięk społeczny tego wydarzenia podjęto decyzję o zorganizowaniu konferencji inauguracyjnej konkursy w 2010 r., zaplanowanej na I kwartał 2010 r., która będzie zawierała także komponent podsumowujący rok poprzedni
- konferencji prasowej – spotkanie z mediami miało towarzyszyć konferencji podsumowującej, która nie została zrealizowana z przyczyn, o których mowa powyżej;
- produkcji telewizyjnej, spotów reklamowych – koncepcja ta została zastąpiona zaplanowaną na listopad debatą poświęconą relacjom między nauką i biznesem, oraz rolą nauki w budowaniu nowoczesnej gospodarki; jednak działanie w całości zostało sfinansowane z projektu systemowego PO IG,
- organizacji konkursów – ze względu na przedłużający się proces związany z przygotowaniem konkursu oraz faktem, iż wg pierwotnych założeń konkurs miał zostać w całości zrealizowany w ramach umowy z agencją PR, która kończy się w 31 grudnia 2009 r. podjęto decyzję o przesunięciu terminu ogłoszenia konkursu na I kwartał 2010 r., tak aby czas prowadzenia naboru prac konkursowych mógł wynieść przynajmniej trzy miesiące.
- produkcji materiałów promocyjnych - ze względu na przedłużające się procedury zamówień publicznych zakup materiałów promocyjnych zostanie zrealizowany w 2010 r.
- publikacji artykułów sponsorowanych w miesięczniku „teberia”- zrezygnowano z zamieszczenia artykułów w tym miesięczniku ze względu na tematykę proponowanych przez redakcję tekstów.

Instytucja Zarządzająca Program Operacyjnym PO IG nie zrealizowała w okresie sprawozdawczym zaplanowanych w RPD na 2009 r. badań:

- 1) „Ocena działań informacyjno-promocyjnych Instytucji w systemie wdrażania Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013 wraz z wykonaniem raportu”,
- 2) "Odbioru kampanii i świadomości na temat Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007 – 2013 (PO IG) wśród potencjalnych beneficjentów POIG i ogółu społeczeństwa".

Realizacja badania opinii publicznej nt PO IG uległa przesunięciu w związku z unieważnieniem postępowania przetargowego przez Biuro Dyrektora Generalnego w MRR na podstawie art. 93 ust.1 pkt 7 Ustawy Prawo zamówień publicznych.

Rozstrzygnięto oba postępowania przetargowe, jednak umowy na realizację zostaną podpisane w ramach planów działań na 2010 rok.

6. Informacje dodatkowe

Informacje dodatkowe – wszystkie informacje, które nie zostały podane w pkt. 1 – 5, a których podanie Instytucja Pośrednicząca/ Instytucja Wdrażająca uzna za celowe, dotyczące:

- sposobu, w jaki w danym okresie sprawozdawczym właściwe instytucje na wszystkich szczeblach wdrażania programu wywiązywały się z zobowiązań w zakresie informacji i komunikacji;
- typów przeprowadzonych działań informacyjnych i promocyjnych;
- sposobu koordynacji i zapewnienia komplementarności działań informacyjnych pomiędzy instytucjami zaangażowanymi we wdrażanie, w odniesieniu do realizacji strategii komunikacji;
- innych zagadnień.