

## Załącznik nr 1

### Formularz sprawozdawczy dotyczący promocji i informacji

Numer programu (CCI):	2007 PL 161 PO 001
Nazwa programu:	Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka
Załącznik do sprawozdania nr:	I/2010/POIG
Okres sprawozdawczy:	od 01.01.2010 do 30.06.2010

#### 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 zwiększenie zainteresowania Programem Innowacyjna Gospodarka, a następnie 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 i rozpoczęli prace w ramach swoich projektów. Zainicjowano również realizację działań informacyjnych w kontekście promocji tzw. dobrych praktyk beneficjentów, czyli promocji projektów beneficjentów, którzy otrzymali dotację na swoje projekty i dowodzą tym samym, iż warto sięgać po dotację na wdrażanie swoich innowacyjnych pomysłów do praktyki gospodarczej, wskazując jednocześnie korzyści (indywidualne oraz społeczne), jakie mogą zostać osiągnięte dzięki ich dofinansowaniu.

W bieżącym okresie sprawozdawczym uzupełniona została tzw. Mapa Dotacji Funduszy Europejskich ([www.mapadotacji.gov.pl](http://www.mapadotacji.gov.pl)) o nowe projekty z Programu Innowacyjna Gospodarka, podjęte zostały również działania w zakresie utworzenia zakładki na stronie Programu [www.poig.gov.pl](http://www.poig.gov.pl), na której docelowo miałyby zostać zamieszczone opisy projektów oraz dokumentacja zdjęciowa dobrych praktyk beneficjentów. W ramach promocji dobrych praktyk, opisy kilku projektów w rozpatrywanym okresie sprawozdawczym znalazły się również w biuletynie Innowacyjni, który wydawany jest przez Instytucję Zarządzającą PO IG. Jedną z Instytucji Pośredniczących PO IG (MSWiA) zrealizowała 7-minutowy film informacyjny dotyczący działania 8.4, w którym oprócz informacji o działaniu, prezentowane są 3 projekty, mające pokazać telewizjom praktyczne aspekty działania (np. na co można przeznaczyć dofinansowanie). Film ponadto jest wyświetlany przy różnego rodzaju imprezach (np. targi itp.) oraz rozdawany na płytach CD.

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 2010 rok, zaakceptowanym przez Instytucję Koordynującą Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia (IK NSRO). 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 obowiązującymi wówczas Wytocznymi Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji 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. Celem wzmocnienia efektu jednolitości wizualizacji PO IG, Instytucja Zarządzająca zleciła opracowanie wspólnego dla wszystkich instytucji zaangażowanych we wdrażanie Programu, wzoru ogłoszeń prasowych o naborach wniosków do poszczególnych działań. Funkcjonalność ta została wdrożona przez instytucje.

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

W 2010 r. Instytucja Zarządzająca PO IG, dbając o odpowiedni poziom działań informacyjno-promocyjnych oraz obsługi beneficjentów, przeprowadziła dwa badania opinii publicznej **1) Ocena działań informacyjno-promocyjnych Instytucji w systemie wdrażania Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013** wraz z wykonaniem raportu po zrealizowaniu badania oraz **2) Badanie odbioru kampanii i świadomości Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013**.

Celem pierwszego 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 w zakresie prowadzenia ww. działań. Wyniki badania znajdują się w raporcie opublikowanym na stronie internetowej Instytucji Zarządzającej, a wnioski z nich wynikające były podstawą do opracowania rekomendacji, mających na celu usprawnienie działań instytucji zaangażowanych we wdrażanie PO IG oraz zwiększenie

efektywności podejmowanych przez nie działań w obszarze informacji, promocji i szkoleń. Instytucja Zarządzająca opracowała zestaw zaleceń oraz działań do wdrożenia przez Instytucje Pośredniczące i Wdrażające, wraz z określeniem terminów ich wdrożenia, które w kolejnym okresie sprawozdawczym zostaną przekazane do IP oraz IW celem realizacji.

Zamierzeniem drugiego badania było zbadanie wiedzy i świadomości ogółu społeczeństwa, jak również beneficjentów i potencjalnych beneficjentów, po kampanii o szerokim zasięgu która miała miejsce zimą w 2009 r. Raport z tego badania wskazał, iż wiedzę nt PO IG zadeklarowała 1/3 społeczeństwa, ponad 90 % potencjalnych beneficjentów (średnie oraz duże przedsiębiorstwa, jednostki naukowe oraz Instytucje otoczenia biznesu), nieco mniejszą znajomość wykazały małe przedsiębiorstwa (81%) oraz mikro (58%) Generalnie znajomość Programu we wszystkich wyżej wymienionych grupach w porównaniu z wynikami poprzedniego badania wzrosła (poza instytucjami otoczenia biznesu). Nadal, do głównych źródeł wiedzy o PO IG wśród potencjalnych beneficjentów należy Internet (głównie wśród średnich przedsiębiorstw, jednostek naukowych i instytucji otoczenia biznesu), prasa codzienna (która cieszy się większym powodzeniem wśród dużych przedsiębiorstw oraz jednostek naukowych), tv (głównie wśród ogółu społeczeństwa oraz instytucji otoczenia biznesu) oraz poczta elektroniczna (duże przedsiębiorstwa, jednostki naukowe oraz instytucje otoczenia biznesu). W porównaniu do poprzedniej kampanii wzrosła perswazyjność reklam - coraz więcej osób twierdzi, że reklama zachęciła ich do podjęcia jakiś działań czy to, żeby wziąć udział w Programie, czy to, żeby się więcej o nim dowiedzieć. Emitowane w zrealizowanej zimą kampanii reklamy telewizyjne i radiowe zostały ocenione jako nawiązujące do siebie, co świadczy o przemyślanej i spójnej strategii promowania Programu w mediach.

W okresie sprawozdawczym podjęto również przygotowania do realizacji badania wśród beneficjentów Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007-2013 na temat wiedzy z zakresu spełniania wymagań promocji realizowanych projektów w Programie. Celem badania ma być ocena znajomości zasad prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych realizowanych projektów wśród beneficjentów PO IG oraz identyfikacja ewentualnych problemów w wypełnianiu obowiązków informacyjno-promocyjnych. Badanie zostanie zrealizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym.

W celu skutecznej koordynacji działań informacyjno-promocyjnych i szkoleniowych oraz wymiany informacji, w okresie sprawozdawczym odbyło się spotkanie Informacyjnej Grupy Roboczej PO IG (IGR PO IG), której członkami są przedstawiciele IZ, IP oraz IW. Zorganizowano także jedno szkolenie dla członków tej grupy. Pracownicy IZ PO IG brali ponadto czynny udział w spotkaniach Grupy Sterującej ds. Funduszy Europejskich, jak również prowadzili bieżącą współpracę w zakresie różnych inicjatyw informacyjno-promocyjnych oraz szkoleniowych, które inicjowane były przez IK NSRO w zakresie informacji i promocji (np. konkurs Eurolider 2010).

Ponadto, z uwagi na znaczącą zmianę Wytycznych Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji, które miały wpływ na zapisy wszystkich Planów komunikacji dla Programów Operacyjnych, Instytucja Zarządzająca PO IG podjęła ponowne prace mające na celu aktualizację Planu komunikacji Programu Innowacyjna Gospodarka. Aktualizacja zostanie przeprowadzona w kolejnym okresie sprawozdawczym.

Podjęto również prace nad aktualizacją Roczno planu działań informacyjnych i promocyjnych na 2010 rok, który, między innymi ze względu na wydarzenia związane z żałobą narodową w Polsce w kwietniu 2010 r. oraz będącą następstwem tego wydarzenia decyzją kierownictwa Ministerstwa Rozwoju Regionalnego o wstrzymaniu, odwołaniu lub przesunięciu niektórych działań o charakterze informacyjno - promocyjnym, spowodowała konieczność jego aktualizacji. Aktualizacja zostanie przeprowadzona oraz zakończona w kolejnym okresie sprawozdawczym. W związku z powyższym w niniejszym sprawozdaniu w tabeli nr 2 (postęp rzeczowy) odniesiono się do wskaźników sprzed aktualizacji RPD.

W sprawozdaniu za drugie półrocze 2010 r. w tabeli nr 2 wartość docelowa wskaźników z RPD będzie dotyczyła wartości wskaźników już po aktualizacji Roczno planu działań na 2010 rok.

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
1.	<b>Działanie 1</b> Konferencje informacyjne, seminaria, dni otwarte, spotkania dot. PO IG	<p><u>Działanie obejmowało m.in.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Organizację dni informacyjnych dla projektodawców w zakresie Działania 2.3 PO IG przez Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego</li> <li>➤ Organizację przez Instytucje Pośredniczące i Wdrażające spotkań informacyjnych dla potencjalnych Beneficjentów w zakresie poprawności przygotowania wniosków o dofinansowanie, udzielanie informacji o bieżących zagadnieniach dot. realizacji poszczególnych działań PO IG, w tym ewent. zmianach w dokumentacji programowej, udzielanie informacji dotyczącej naboru wniosków (m.in. zagadnienia związane z: dokumentacją konkursową wypełnianiem wniosku o dofinansowanie, kwalifikowalnością wydatków, kryteriami wyboru projektów)</li> <li>➤ Organizację oraz udział Instytucji Pośredniczących i Wdrażających w licznych seminariach, konferencjach, forach, prezentacjach oraz czatach internetowych, podczas których prezentowano m.in. zagadnienia związane z PO IG, wdrażanymi w ramach programu działaniami, realizacją projektów</li> <li>➤ Organizację i obsługę konferencji poświęconej PO IG pt. „Od regionów wiedzy do innowacyjnej gospodarki” z udziałem Podsekretarza Stanu w Ministerstwie Rozwoju Regionalnego, podczas której przedstawiony został bilans wdrażania Programu, rola Regionalnych Instytucji Finansujących w procesie wdrażania wybranych działań Programu oraz znaczenie proinnowacyjnych usług doradczych, świadczonych w regionach przez ośrodki Krajowej Sieci Innowacji Krajowego Systemu Usług dla małych i średnich przedsiębiorstw</li> </ul>
2.	<b>Działanie 2</b> Materiały informacyjne (m.in. ulotki, broszury informacyjne, plakaty i tablice informacyjne, publikacje, informatory, podręczniki)	<p><u>Działanie obejmowało m.in.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Wykonanie nowej grafiki na tablicy informacyjnej MNiSW</li> <li>➤ Wydanie katalogu ośmiu projektów, pt: <i>Projekt: Innowacyjni. Niekonwencjonalne, pionierskie, nowatorskie</i></li> <li>➤ Opracowanie i wydanie jednego numeru biuletynu informacyjnego <i>Innowacyjni</i> w wersji elektronicznej i papierowej; wersja elektroniczna dostępna jest pod adresem <a href="http://www.poig.gov.pl/DzialaniaPromocyjne/Strony/biuletyny.aspx">http://www.poig.gov.pl/DzialaniaPromocyjne/Strony/biuletyny.aspx</a></li> <li>➤ Przygotowanie materiałów informacyjnych, broszur i ulotek dotyczących działania 4.5, poddziałania 6.2.2, kredytu technologicznego oraz działań będących w kompetencji MG. Materiały zostały wykorzystane podczas targów, seminariów oraz spotkań</li> <li>➤ Wysyłkę zaproszeń Podsekretarza Stanu w MSWiA do jednostek samorządu terytorialnego, zachęcających do udziału w kolejnym naborze wniosków o dofinansowanie w ramach działania 8.3 POIG</li> <li>➤ Realizację 7-minutowego filmu informacyjnego poświęconego działaniu 8.4 PO IG</li> <li>➤ Druk i dystrybucję ekspertyz, raportów, sprawozdań oraz innych publikacji dot. PO IG</li> </ul>
3.	<b>Działanie 3</b> Tłumaczenia	<p><u>Działanie obejmowało:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Tłumaczenia pisemne i weryfikację tłumaczeń dokumentów poświęconych tematyce PO IG. W okresie sprawozdawczym przetłumaczono łącznie ok. 201 stron tłumaczeniowych</li> <li>➤ Tłumaczenie konsekwentne podczas spotkania poświęconego Programowi Innowacyjna Gospodarka oraz innowacyjności, z zagranicznym gościem</li> </ul>
4.	<b>Działanie 4</b> Punkty informacyjne/infolinia	<p><u>Działanie obejmowało m.in.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Prowadzenie i obsługę skrzynki e-mail <a href="mailto:po-ig@mrr.gov.pl">po-ig@mrr.gov.pl</a></li> <li>➤ Bieżące udzielanie informacji na pytania dotyczące PO IG (pocztą elektroniczną, drogą telefoniczną oraz podczas wizyt w punkcie) – PARP</li> <li>➤ Bieżące udzielanie informacji na pytania dotyczące POIG (pocztą elektroniczną, drogą telefoniczną) przez pracowników IZ, MG, MSWiA i MNiSW oraz podległych im instytucji wdrażających</li> <li>➤ Opłaty za korzystanie z usługi infolinii telefonicznej nt. Działania 6.4 PO IG i udzielanie informacji beneficjentom tego działania</li> <li>➤ Współpracę z regionami w zakresie dystrybucji materiałów</li> </ul>

		informacyjnych oraz z Centralnym Punktem Informacyjnym
5.	<b>Działanie 5</b> Ogłoszenia reklamowe/publikacje, artykuły sponsorowane w mediach	<p><u>Działanie obejmowało m.in.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Zamieszczanie ogłoszeń i art. sponsorowanych m.in. w następujących tytułach prasowych: Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Gazeta Prawna, w dodatku Innowacyjna Firma, dodatku Niezbędnik Beneficjenta oraz dwumiesięczniku Stal, Metale, Nowe Technologie, Eurofundusze, Fundusze Europejskie, Puls Biznesu. Materiały te dotyczyły Programu, działań PO IG wdrażanych przez poszczególne instytucje, informacji o naborach wniosków, wyników i podsumowaniu pierwszych konkursowych naborów wniosków w 2009 r. oraz informacji o projektach, które otrzymały dofinansowanie w ramach PO IG i podpisanych umowach o dofinansowanie</li> </ul>
6.	<b>Działanie 6</b> Konferencje prasowe	Działanie obejmowało organizację konferencji prasowej podsumowującej stan wdrażania funduszy strukturalnych przeznaczonych na naukę i szkolnictwo wyższe.
<b>Promocja</b>		
7.	<b>Działanie 1</b> Udział w targach, imprezach wystawienniczych, imprezach zewnętrznych	<p><u>Działanie obejmowało m.in. udział przedstawicieli poszczególnych instytucji w następujących imprezach:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ XII Międzynarodowe Targi Analityki i Techniki Pomiarowych EuroLAB</li> <li>➤ Międzynarodowe Targi Innowacje Technologie Maszyny 2010 w Poznaniu</li> <li>➤ Piknik Naukowy w Warszawie</li> <li>➤ „Międzynarodowa konferencja na temat innowacyjności i kreatywności kobiet w nauce i biznesie dla rozwoju gospodarczego” – w ramach współpracy z Urzędem Patentowym RP</li> <li>➤ 10 edycja Międzynarodowych Targów Poznańskich „Nauka dla Gospodarki”</li> <li>➤ III Małopolskie Targi Funduszy Europejskich w Krakowie</li> <li>➤ V Ogólnopolskie Targi Innowacji Naukowych i Gospodarczych INTARG-KATOWICE 2010.</li> </ul>
8.	<b>Działanie 2</b> Kampanie medialne/współpraca z mediami	<p><u>Działanie obejmowało m.in.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Bieżącą współpracę z mediami. W okresie sprawozdawczym zaplanowano produkcję filmów promujących poszczególne Działania PO IG, które zrealizowane będą w III i IV kwartale br. oraz rozpoczęto przygotowania do kampanii radiowej promującej dobre praktyki PO IG, która została przełożona na III i IV kwartał br. (<b>PARP</b>).</li> <li>➤ Emisję spotów reklamowych dot. działania 4.3 Kredyt technologiczny, 110 emisji w radiu targowym, emitowanych podczas Międzynarodowych Targów Poznańskich „Nauka dla Gospodarki” w dniach 8-11.06.2010 r. W ramach działania dokonano przeformatowania reklam dot. Kredytu Technologicznego na potrzeby publikacji w prasie (<b>BGK</b>).</li> <li>➤ Zlecenie produkcji 4 reklamowych spotów radiowych poświęconych działaniom 8. osi PO IG. W okresie od 05.04.2010 roku do 07.05.2010 roku wyemitowano je łącznie 720 razy w rozgłośniach regionalnych Polskiego Radia (<b>MSWIA</b>).</li> <li>➤ Przeprowadzenie przez IZ PO IG kampanii reklamowej o zasięgu ogólnopolskim. Działania były realizowane w radio oraz telewizji. IZ PO IG rozpoczęła również prace nad nową kreacją w ramach tzw. kampanii parasolowej, realizowanej wspólnie z IK NSRO (<b>MRR</b>).</li> </ul>
9.	<b>Działanie 3</b> Materiały promocyjne	<p><u>Działanie obejmowało m.in.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Produkcję i zakup materiałów promocyjnych, w tym m.in.: długopisy, smycze, pendrive'y, wizytówki, zestawy piśmiennicze, teczki papierowe, flagi, długopisy ze wskaźnikami laserowymi, breloki ze wskaźnikami laserowymi, ołówki, itp.</li> <li>➤ Dystrybucję materiałów promocyjnych podczas spotkań, szkoleń, konferencji, imprez masowych wśród beneficjentów oraz potencjalnych beneficjentów i grup docelowych PO IG</li> </ul>
10.	<b>Działanie 4</b> Organizacja konkursów	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Działanie zostanie zastąpione Study Tour dla dziennikarzy w Poznaniu i zrealizowane w kolejnym okresie sprawozdawczym</li> </ul>
<b>Edukacja</b>		
11.	<b>Działanie 1</b> Szkolenia dla beneficjentów i grup docelowych PO IG	<p><u>Działanie obejmowało m.in.:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Organizację warsztatów specjalistycznych dla beneficjentów</li> </ul>

		z zakresu rozliczania projektów, sprawozdawczości, procedur kontrolnych oraz obowiązków informacyjno-promocyjnych <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Organizację szkoleń z zakresu rozliczania projektów, z zakresu naboru wniosków i dokumentacji konkursowej, zmian w dokumentacji projektowej itp. tematyki związanej z realizacją oraz rozliczaniem projektów</li> </ul>
12.	<b>Działanie 2</b> Szkolenia/kursy/studia pracowników IP i IW	Działanie obejmowało m.in.: - Szkolenia, staże, wizyty studyjne podnoszące kwalifikacje pracowników w zakresie wdrażania funduszy strukturalnych i dotyczących tematyki związanej z wykonywaną pracą przy realizacji działań PO IG
<b>Internet</b>		
13.	<b>Działanie 1</b> Strony internetowe	Działanie obejmowało m.in.: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Bieżącą aktualizację i rozwijanie istniejących stron oraz zakładek internetowych poświęconych działaniom wdrażanym przez instytucje uczestniczące w systemie wdrażania PO IG.</li> <li>➤ Działania wspierające - banery internetowe promujące stronę internetową <a href="http://www.poig.opi.org.pl">www.poig.opi.org.pl</a> – zamieszczone na portalach: <a href="http://www.funduszeonline.pl">www.funduszeonline.pl</a> oraz <a href="http://www.proregio.org.pl">www.proregio.org.pl</a></li> <li>➤ Zamieszczanie m.in. ogłoszeń, informacji o wydarzeniach związanych z realizacją Programu, a także wzorów niezbędnych dokumentów programowych i wniosków dla potencjalnych beneficjentów.</li> </ul>
14.	<b>Działanie 2</b> 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. Baza Wiedzy wykorzystywana była również w celu konsultacji dokumentów związanych z informacją i promocją przez instytucje zaangażowane we wdrażanie PO IG.
15.	<b>Działanie 3</b> Mailing i e-mailing/zakup baz danych	Działanie obejmowało m.in.: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Przygotowanie i wysyłkę newsletterów i rozsyłanie informacji na temat realizowanych działań</li> </ul>
<b>Ewaluacja</b>		
16.	<b>Działanie 1</b> Badania opinii publicznej	Działanie obejmowało m.in.: - realizację badania pn. <i>Ocena działań informacyjno-promocyjnych Instytucji w systemie wdrażania Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013 wraz z wykonaniem raportu,</i> - realizację badania pn. <i>Odbiór kampanii i świadomości na temat Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007 – 2013 (PO IG) wśród potencjalnych beneficjentów POIG i ogółu społeczeństwa,</i> - rozpoczęcie przygotowań do wszczęcia postępowania przetargowego na badanie pn. <i>„Ocena wiedzy beneficjentów z zakresu spełniania wymagań promocji realizowanych projektów Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013”</i>
17.	<b>Działanie 2</b> Ankiety ewaluacyjne	Działanie obejmowało przygotowanie i ocenę ankiet ewaluacyjnych wypełnianych przez uczestników szkoleń
18.	<b>Działanie 3</b> Badanie odwiedzin strony internetowej	Działanie obejmowało badanie serwisu internetowego POT nt. działania 6.4 PO IG oraz IZ ( <a href="http://www.poig.gov.pl">www.poig.gov.pl</a> ) – pod kątem statystycznym (liczba odwiedzin strony itp.). Działanie prowadzone było za pomocą bezpłatnego narzędzia Google Analytics, służącego do badania i monitorowania ruchu na stronie internetowej. Pozwala ono na generowanie rozbudowanych statystyk i raportów, które służą właścicielom witryn do analizowania popularności określonych podstron/zakładek oraz szeregu innych przydatnych informacji.
<b>Wymiana doświadczeń</b>		
19.	<b>Działanie 1</b> Spotkanie informacyjne dla pracowników IZ, IP, IW	Działanie obejmowało m.in.: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Organizację spotkania członków Informacyjnej Grupy Roboczej PO IG (IGR PO IG) dotyczącego m.in. sprawozdawczości za II półrocze 2009 rok, omówienia i podsumowania uwag do RPD 2010, omówienia formularza i zasad sporządzania kwartalnego raportu monitorującego z realizacji RPD, które zostało wprowadzone przez IZ PO IG, jako narzędzie mające na celu usprawnienie działań sprawozdawczych IP oraz IW.</li> <li>➤ Organizację spotkania dla pracowników IZ PO IG, którego celem było zapoznanie ich z istotnymi zmianami dokumentów mającymi istotny wpływ na wdrażanie Programu Innowacyjna Gospodarka i omówienie tych dokumentów w zakresie ogólnej wiedzy dot. znajomości i wykorzystania tych dokumentów.</li> </ul>

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

## 2. Postęp rzeczowy działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych<sup>1)</sup>

Tabela 2. Postęp rzeczowy

Obszar	Wskaźnik	Jednostka	Rok	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		
			Półrocze	I	II	I	II			I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	
Punkty informacyjne	Liczba funkcjonujących punktów	Szt.	Realizacja							4												
			Wartość docelowa							4					5							
			Wartość bazowa	0																		
	Liczba osób odwiedzających punkty	os	Realizacja							147												
			Wartość docelowa							117					500							
			Wartość bazowa	0																		
	Liczba odpowiedzi udzielonych drogą elektroniczną	Szt.	Realizacja							1 863												
			Wartość docelowa							3 600					7 000							
			Wartość bazowa	0																		
	Liczba odpowiedzi udzielonych drogą telefoniczną	Szt.	Realizacja							5 574												
			Wartość docelowa							15 200					50 000							

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

			<b>Wartość bazowa</b>	0																
Materiały informacyjne	Wolumen materiałów informacyjnych	Szt.	<b>Realizacja</b>							53 454										
			<b>Wartość docelowa</b>				551 003						500 000							
			<b>Wartość bazowa</b>	0																
	Liczba tytułów/rodzajów materiałów promocyjnych	Szt.	<b>Realizacja</b>							22										
			<b>Wartość docelowa</b>				58						300							
			<b>Wartość bazowa</b>	0																
Ogłoszenia reklamowe/ publikacje, artykuły sponsorowane w mediach	Liczba artykułów i ogłoszeń	Szt.	<b>Realizacja</b>							37										
			<b>Wartość docelowa</b>				158						300							
			<b>Wartość bazowa</b>	0																
Konferencje prasowe	Liczba konferencji prasowych	Szt.	<b>Realizacja</b>							1										
			<b>Wartość docelowa</b>				18						30							
			<b>Wartość bazowa</b>	0																
Spotkania, konferencje, seminaria, dni	Liczba zorganizowanych spotkań,	Szt.	<b>Realizacja</b>							55										

otwarte i szkolenia dla beneficjentów oraz grup docelowych PO IG	konferencji, seminariów, dni otwartych i szkoleń dla beneficjentów oraz grup docelowych PO IG		<b>Wartość docelowa</b>						168										900				
			<b>Wartość bazowa</b>	0																			
	Liczba uczestników spotkań, konferencji, seminariów, dni otwartych i szkoleń dla beneficjentów oraz grup docelowych PO IG	os		<b>Realizacja</b>						2 699													
				<b>Wartość docelowa</b>						8 045												15 000	
			<b>Wartość bazowa</b>	0																			
Udział w targach, imprezach wystawienniczych	Liczba targów, imprez wystawienniczych, imprez zewnętrznych	Szt.	<b>Realizacja</b>						10														
			<b>Wartość docelowa</b>						18											30			
			<b>Wartość bazowa</b>	0																			
Organizacja konkursów	Liczba zorganizowanych konkursów	Szt.	<b>Realizacja</b>						0														
			<b>Wartość docelowa</b>						1											4			
			<b>Wartość bazowa</b>	0																			
Mailing i e-mailing/zakup baz danych	Liczba wysłanych wiadomości/new sletterów	Szt.	<b>Realizacja</b>						4														
			<b>Wartość docelowa</b>						45											120			
			<b>Wartość bazowa</b>	0																			

	Liczba subskrybentów newslettera	Szt.	Realizacja							481											
			Wartość docelowa							6 550						10 000					
			Wartość bazowa	0																	
Kampanie medialne	Liczba przeprowadzonych kampanii		Realizacja							2											
			Wartość docelowa							8							12				
			Wartość bazowa	0																	
	Liczba wyprodukowanych spotów promocyjnych			Realizacja							5										
				Wartość docelowa							68							40			
				Wartość bazowa	0																
Materiały promocyjne	Wolumen materiałów promocyjnych	Szt.	Realizacja							14 970											
			Wartość docelowa								124 925							300 000			
			Wartość bazowa	0																	
Szkolenia/kursy/studia pracowników IP i IW	Liczba zorganizowanych szkoleń dla pracowników zaangażowanych we wdrażanie PO IG	Szt.	Realizacja							114											
			Wartość docelowa								536							1 200			
			Wartość bazowa	0																	

	Liczba uczestników szkoleń/kursów/studiów	Os.	Realizacja							567												
			Wartość docelowa							1 245						4 000						
			Wartość bazowa	0																		
Strony internetowe	Liczba serwisów/stron internetowych	Szt.	Realizacja							11												
			Wartość docelowa							11							12					
			Wartość bazowa	0																		
	Liczba wejść na strony internetowe w ciągu roku	rocznie	Realizacja								1 103 882											
			Wartość docelowa								1 735 000							300 000				
			Wartość bazowa	0																		
Tłumaczenia	Liczba przetłumaczonych stron (tłumaczeniowych)	l. stron. tłumaczeniowych	Realizacja							201												
			Wartość docelowa								550							2 500				
			Wartość bazowa	0																		
Badanie opinii publicznej	Liczba przeprowadzonych badań opinii publicznej	Szt.	Realizacja							2												
			Wartość docelowa								4							12				
			Wartość bazowa	0																		

Spotkanie informacyjne dla pracowników IZ, IP, IW	Liczba przeprowadzonych spotkań informacyjnych dla pracowników IZ, IP, IW	Szt.							2												
									3					20							
			0																		
	Liczba uczestników przeprowadzonych spotkań informacyjnych dla pracowników IZ, IP, IW	Szt.								81											
										120					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.nauka.gov.pl](http://www.nauka.gov.pl),
- [www.opi.org.pl](http://www.opi.org.pl),
- [www.parp.gov.pl](http://www.parp.gov.pl),
- [www.mg.gov.pl](http://www.mg.gov.pl),
- [www.bgk.com.pl](http://www.bgk.com.pl),
- [www.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.pl),
- [http://www.mswia.gov.pl/portal/pl/441/8591/Innowacyjna\\_Gospodarka.html](http://www.mswia.gov.pl/portal/pl/441/8591/Innowacyjna_Gospodarka.html)
- [www.7poig.mswia.gov.pl](http://www.7poig.mswia.gov.pl),
- [www.8poig.mswia.gov.pl](http://www.8poig.mswia.gov.pl),
- [www.wwpe.gov.pl](http://www.wwpe.gov.pl),
- [www.poig.gov.pl](http://www.poig.gov.pl)

W okresie sprawozdawczym lista była aktualizowana 106 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

1) Zrealizowano dwa badania:

➤ *Ocena działań informacyjno-promocyjnych Instytucji w systemie wdrażania Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013*

➤ *Odbiór kampanii i świadomości na temat Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007 – 2013 (PO IG) wśród potencjalnych beneficjentów POIG i ogółu społeczeństwa,*

2) 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.

3) 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:

1) W wyniku przeprowadzonego badania pn. *Ocena działań informacyjno-promocyjnych Instytucji w systemie wdrażania Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka, 2007-2013*, Instytucja Zarządzająca opracowała zestaw zaleceń oraz działań do wdrożenia przez Instytucje Pośredniczące i Wdrażające, wraz z określeniem terminów ich wdrożenia.

2) Podjęto decyzję o rozpoczęciu cyklu szkoleń dla beneficjentów z zakresu zamówień publicznych w kontekście realizacji projektów finansowanych z funduszy strukturalnych, które były wynikiem najczęściej zgłaszanym tematów w ankietach po szkoleniach oraz dostosowano tematykę przyszłych szkoleń do zapotrzebowania zgłaszanego przez potencjalnych i faktycznych beneficjentów oraz grup docelowych Programu.

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



Tak



Nie

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/kanalu komunikacji):

#### **Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego:**

1. zrezygnowano z organizacji jednej konferencji ministra nauki i szkolnictwa wyższego
2. poszerzono wachlarz imprez masowych o XII Międzynarodowe Targi Analityki i Techniki Pomiarowych EuroLAB, Piknik Naukowy oraz POLEKO
3. poszerzono plan działań o kampanię internetową promującą fundusze przeznaczone na naukę i szkolnictwo wyższe
4. zastąpiono formułę konkursu dla dziennikarzy tzw. Study Tour w Poznaniu
5. uzupełniono ofertę szkoleń dla beneficjentów o warsztaty z zakresu prawa zamówień publicznych

#### **Ośrodek Przetwarzania Informacji:**

1. dokonano korekt finansowych w wybranych kategoriach działań

#### **Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości:**

1. dokonano korekt finansowych w wybranych kategoriach działań

#### **Ministerstwo Gospodarki:**

1. dokonano korekt finansowych w wybranych kategoriach działań oraz odpowiadających im wskaźników

#### **Polska Organizacja Turystyczna:**

1. dokonano korekt finansowych w wybranych kategoriach działań
2. dokonano korekt wskaźników dotyczących szkoleń dla beneficjentów

#### **Władza Wdrażająca Programy Europejskie:**

1. podjęto decyzję o zmniejszeniu ilości wolumenu materiałów informacyjnych; zaoszczędzone środki zostaną przeznaczone na zakup materiałów promocyjnych.
2. podjęto decyzję o zorganizowaniu jednej kampanii medialnej w 2010 roku w radiu o ogólnopolskim zasięgu, w miejsce planowanych wcześniej dwóch kampanii medialnych.

#### **Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji:**

1. Zrezygnowano z produkcji wstępnie planowanych 2 spotów radiowych informujących o działaniach, dla których MSWIA w ramach 8 osi priorytetowej pełni funkcję IP (jeden wspólny dla działania 8.1 i 8.2, drugi wspólny dla działania 8.3, 8.4) oraz podjęto decyzję o wyprodukowaniu 4 radiowych spotów informacyjnych (każdy poświęcony jednemu działaniu 8. osi POIG).

### **Ministerstwo Rozwoju Regionalnego:**

1. dokonano korekt finansowych oraz wskaźników w wybranych kategoriach działań
2. podjęto prace na aktualizacją Planu komunikacji Programu Innowacyjna Gospodarka

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

### **Odpowiednio i kolejno w stosunku do zakresu modyfikacji podanego w punkcie 5.4:**

#### **Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego:**

1. zmiana jest wynikiem podjęcia decyzji o połączeniu dwóch konferencji w jedną, zawierającą komponent inauguracyjny konkursy oraz podsumowujący dotychczasowy stan wdrażania
2. zmiana jest następstwem decyzji o udziale w tych przedsięwzięciach, z uwagi na ich tematykę oraz zakres związany z obszarem działania MNiSW
3. zmiana jest wynikiem opracowanej w MNiSW nowej strategii promocji, która zakłada promocję funduszy europejskich na naukę i szkolnictwo wyższe w Internecie. Obecnie trwają rozmowy z agencjami kreatywnymi nt. modelu strategicznego przedsięwzięcia. Po wybraniu najciekawszej propozycji przedstawiona zostanie ona IZ oraz IK NSRO celem akceptacji.
4. zmiana jest wynikiem analizy efektywności działań skierowanych do dziennikarzy, zaplanowanych w ramach planu działań na 2010 r. (konkurs dla dziennikarzy), wskutek której podjęta została decyzja dotycząca przeformułowania działania dedykowanego ww. grupie i przekształcenia go w Study Tour, połączonego z warsztatami, które uznano za efektywniejsze i skuteczniejsze narzędzie skierowane do tej specyficznej grupy odbiorców.
5. zmiana jest wynikiem ankiet prowadzonych po szkoleniach z beneficjentami oraz propozycji tematyki szkoleń przez nich zgłaszanych w formularzach ankietowych

#### **Ośrodek Przetwarzania Informacji:**

1. zmiana jest wynikiem rozstrzygnięć postępowań przetargowych, w wyniku których otrzymano oferty po kosztach niższych niż pierwotnie zakładane na etapie opracowywania założeń do RPD na 2010 rok.

#### **Polska Agencja Rozwoju Przedsiębiorczości**

1. zmiana jest wynikiem rozstrzygnięć postępowań przetargowych, w wyniku których otrzymano oferty po kosztach niższych niż pierwotnie zakładane na etapie opracowywania założeń do RPD na 2010 rok.

#### **Ministerstwo Gospodarki:**

1. zmiana wynika z faktu, iż RPD 2010 został przygotowany znacznie wcześniej niż poszczególne Plany Działań Pomocy Technicznej na 2010, których akceptacja poprzedzona była korektą niektórych wskaźników oraz budżetu. Zaktualizowana wysokość budżetu w RPD 2010 dla IP będzie zgodna z zatwierdzonymi Planami Działań na 2010 r.

#### **Polska Organizacja Turystyczna:**

1. W wyniku przeprowadzenia analizy potrzeby utworzenia odrębnej strony internetowej, została podjęta decyzja o zachowaniu dotychczas funkcjonującej podstrony [www.pot.gov.pl/fundusze](http://www.pot.gov.pl/fundusze) i nietworzeniu osobnej strony internetowej (co mogłoby skutkować mało racjonalnym i mało zasadnym wykorzystaniem środków finansowych, szczególnie w odniesieniu do jednego działania wdrażanego przez POT.) Jednocześnie w związku z podjęciem decyzji o uczestnictwie POT w III Forum Funduszy Europejskich, zdecydowano o zwiększeniu budżetu na materiały informacyjne oraz publikację artykułu sponsorowanego.
2. zmiana jest wynikiem przedłużającego się postępowania przetargowego na usługi organizacji szkoleń dla beneficjentów Działania 6.4 oraz przeksięgowaniem kwoty zaliczki z Pomocy Technicznej. Skutkuje to koniecznością korekty wskaźników dotyczących szkoleń (w stosunku do czasu, który pozostał do końca roku na organizację i realizację zadania).

#### **Władza Wdrażająca Programy Europejskie:**

1. zmiana wynika z faktu dysponowania nadwyżką zasobów magazynowych materiałów informacyjnych, które zostały wyprodukowane w 2009 roku oraz które są jednocześnie aktualne. Materiały te będą na bieżąco dystrybuowane wśród potencjalnych beneficjentów.

2. zmiana jest wynikiem decyzji o przeprowadzeniu konkursu dla działania 8.3 oraz 8.4 w zbliżonych terminach, co powoduje, iż WWPE – biorąc pod uwagę doświadczenie z poprzedniego naboru wniosków w tych działaniach – podjęła decyzję o przeprowadzeniu wspólnej dla obu działań kampanii w radio o zasięgu ogólnopolskim w okresie sierpień – październik br., zachęcającej do składania wniosków o dofinansowanie.

#### **Ministerstwo Spraw Wewnętrznych i Administracji:**

1. zmiana została wymuszona przesunięciem terminów oraz liczby planowanych naborów wniosków o dofinansowanie w działaniu 8.1 oraz 8.2 PO IG.

#### **Ministerstwo Rozwoju Regionalnego:**

1. modyfikacja nastąpiła w związku z:

- potrzebą zamówienia dodatkowych materiałów promocyjnych na przygotowanie III Forum Funduszy Europejskich, planowanego do realizacji w IV kwartale br.
- potrzebą zabezpieczenia wyższych, niż wstępnie zakładano, środków na materiały informacyjne, w tym m.in. na ogłoszenie przetargu dot. opracowania merytorycznego, wydania, druku i dystrybucji biuletynu „Innowacyjni” (z uwagi na rozwiązanie umowy z poprzednim wykonawcą)
- zmianą w zakresie organizacji konferencji i wszczęcia postępowania przetargowego na organizację 2, z 3 wstępnie planowanych, konferencji oraz korekcie finansowej, będącej wynikiem otrzymania oferty uznanej za najkorzystniejszą, oferowanej po koszcie niższym, niż zakładany w RPD 2010
- korektą będącą wynikiem rozstrzygnięć postępowań przetargowych, w wyniku których otrzymano oferty po kosztach niższych niż pierwotnie zakładane na etapie opracowywania założeń do RPD na 2010 rok (np. w przypadku badań opinii publicznej)
- żałoba narodową w Polsce w kwietniu 2010 r. oraz będącą następstwem tego wydarzenia decyzją kierownictwa Ministerstwa Rozwoju Regionalnego o wstrzymaniu, odwołaniu lub przesunięciu niektórych działań o charakterze informacyjno – promocyjnym z I półrocza 2010 na kolejne miesiące lub na rok 2011 (dotyczy to m.in. kampanii medialnej PO IG zaplanowanej wstępnie na drugą połowę 2010 r., a której realizacja odbędzie się ostatecznie w I półroczu 2011 roku).
- istotną aktualizacją Wytycznych Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji

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



Tak



Nie

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

- a) dni informacyjne dot. Działania 2.1 – nie było konieczności organizowania dni informacyjnych ze względu na wyczerpanie alokacji na to działanie
- b) ogłoszenia informujące i przypominające w prasie ogólnopolskiej - ze względu na wyczerpanie alokacji na to działanie oraz odwołanie konkursu, nie ukazały się 4 z 8 planowanych ogłoszeń prasowych
- c) konferencja ministra nauki i szkolnictwa wyższego – podjęto decyzję o rezygnacji z organizacji konferencji
- d) konferencja prasowa – spotkanie z mediami miało towarzyszyć konferencji ministra nauki i szkolnictwa wyższego (o której mowa w pkt c.), która nie została zrealizowana;
- e) organizacja konkursów – koncepcja konkursu zastąpiona została Study Tour, które jest obecnie w trakcie realizacji
- f) szkolenia dla beneficjentów – ze względu na unieważnienie postępowania na usługi konferencyjne i konieczność jego ponowienia, szkolenia zostaną rozpoczęte w II półroczu

- g) artykuły sponsorowane – ze względu na unieważnienie postępowania na emisję ogłoszeń prasowych i konieczność jego ponowienia, nie ukazały się jeszcze żadne artykuły, poza obowiązkowymi ogłoszeniami dotyczącymi wszczynanych konkursów dot. naborów wniosków

#### 5.7 Zidentyfikowane istotne zagrożenia dotyczą:

Wskazane w punktach 5.4-5.5 zmiany oraz niezrealizowane w okresie sprawozdawczym działania, o których mowa w punkcie 5.6, spowodowały w konsekwencji konieczność przesunięcia środków oraz harmonogramu realizacji działań, co z kolei zostanie skorygowane w aktualizacji Rocznego planu działań informacyjnych i promocyjnych na 2010 rok, celem umożliwienia jego pełnej realizacji.

#### 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.