Interreg

Kofinanziert von der Europäischen Union

Współfinansowany przez Unię Europejską

Brandenburg – Polska

Strategia komunikacji dla Programu Współpracy Interreg VI A Brandenburgia – Polska 2021-2027

Wersja: 1

Stan: 15.09.2023

Spis treści

1 Wprowadzenie 4

1.1 Wymagania Unii Europejskiej 4

1.2 Instytucja odpowiedzialna za realizację działań informacyjno-promocyjnych 4

1.3 Koordynator ds. komunikacji 5

2 Sytuacja wyjściowa 7

3 Cele komunikacji i grupy docelowe 8

3.1 Szerokie informowanie o możliwościach dofinansowania 8

3.2 Wspieranie beneficjentów w efektywnej realizacji projektów, w tym działań na rzecz widoczności, przejrzystości i komunikacji 9

3.3 Rozpowszechnianie informacji o rezultatach projektów i pozytywnych efektach polityki spójności 9

3.4 Zasady horyzontalne: 10

4 Kanały komunikacji 12

4.1 Wykorzystanie mediów (strona internetowa Programu/Facebook, ew. inne media) 12

4.2 Przestrzeganie obowiązków informacyjnych 12

4.3 Szkolenia i konsultacje 13

4.4 Wydarzenia 14

4.5 Publikacje 14

4.6 Inne materiały promocyjne 14

4.7 Współpraca instytucji Programu z mediami 15

4.8 Inne kanały komunikacji 15

5 Wskaźniki 16

5.1.1 Tabela 1. Wskaźniki działań komunikacyjnych – Szerokie informowanie o możliwościach dofinansowania 17

5.1.2 Tabela 2. Wskaźniki działań komunikacyjnych – Wspieranie beneficjentów w efektywnej realizacji projektów, w tym działań na rzecz widoczności, przejrzystości i komunikacji 18

5.1.3 Tabela 3. Wskaźniki działań komunikacyjnych – Rozpowszechnianie informacji o rezultatach projektów i pozytywnych efektach polityki spójności UE19

6 Ocena realizacji działań komunikacyjnych 21

7 Szacunkowa kwota planowanej alokacji środków – planowany budżet 22

8 Linki:Corporate Design – instrukcja dot. logo dla Interregu wraz z logotypami Programu 23

1 Wprowadzenie

1.1 Wymagania Unii Europejskiej

Każdy Program Współpracy (zwanym dalej: PW) w ramach wspólnej strategii ustala sposób komunikowania rezultatów PW[1]. Należy przedstawić założenia dotyczące działań w zakresie komunikacji i widoczności w odniesieniu do Programu Interreg poprzez określenie celów, grup docelowych, kanałów komunikacji, wraz z działalnością informacyjno-promocyjną poprzez media społecznościowe, jeśli dotyczy, planowanego budżetu i istotnych wskaźników dla monitoringu i ewaluacji.

Celem Strategii Komunikacji (zwanym dalej: SK) jest przedstawienie obywatelom i partnerom rezultatów Programu i projektów. Służyć temu mają działania informacyjne i komunikacyjne realizowane przez instytucje Programu oraz beneficjentów. Ponadto działania komunikacyjne służą informowaniu o możliwościach dofinansowania w ramach PW oraz wspieraniu beneficjentów w realizacji projektów. W SK szczegółowo opisano planowany sposób postępowania instytucji Programu celem uwidocznienia działań oraz zasady przekazywania informacji grupom docelowym. Grupy docelowe to potencjalni wnioskodawcy, beneficjenci, osoby opiniotwórcze, podmioty współpracy transgranicznej oraz ogół społeczeństwa (patrz szczegółowo pkt.3).

Instytucja Zarządzająca (zwana dalej: IZ) konsultuje SK z Instytucją Krajową (zwaną dalej IK) oraz zleca Wspólnemu Sekretariatowi (zwanemu dalej: WS) realizację planowanych działań komunikacyjnych we współpracy z Regionalnym Punktem Kontaktowym (zwanym dalej: RPK). Oprócz IZ i innych instytucji Programu to przede wszystkim beneficjenci zobowiązani są do włączenia działań informacyjno - promocyjnych do swej koncepcji projektu, a w konsekwencji do wdrażania swych projektów.

Zainteresowane strony w państwach członkowskich powinny również podnosić świadomość rezultatów osiągniętych dzięki wsparciu unijnemu i odpowiednio informować społeczeństwo.

WS regularnie informuje Komitet Monitorujący (zwany dalej: KM) o działaniach komunikacyjnych, aby mógł on wypełniać swój obowiązek oceny realizacji działań w zakresie komunikacji i widoczności w myśl art. 30 (1) lit. e) rozporządzenia Interreg.

1.2 Instytucja odpowiedzialna za realizację działań informacyjno-promocyjnych

Za realizację działań informacyjno – promocyjnych odpowiedzialna jest IZ, która przenosi to zadanie na Wspólny Sekretariat (WS) we Frankfurcie nad Odrą:

Ministerium der Finanzen und für Europa des Landes Brandenburg (MdFE)

Ministerstwo Finansów i Spraw Europejskich Kraju Związkowego Brandenburgia

Wspólny Sekretariat Programu Współpracy Interreg VIA

Bischofstr. 1a

15230 Frankfurt nad Odrą

[1] Zgodnie z art. 17 ust. 1 i ust. 3 lit. h) rozporządzenia Interreg (rozp. UE 2021/1059)

IZ wyznacza dla Programu jako specjalistę ds. komunikacji kierownik Wspólnego Sekretariatu Panią Izabelę Glišić.

W realizacji działań komunikacyjnych, oprócz IZ i WS uczestniczy również RPK oraz IK.

Osobą kontaktową w sprawach komunikacji jest:

Wspólny Sekretariat Programu Współpracy Interreg VI A przy Ministerstwie Finansów i Spraw Europejskich Kraju Związkowego Brandenburgia Bischofstraße 1a D - 15230 Frankfurt nad Odrą Kierownik Wspólnego Sekretariatu Pani Izabela Glišić tel.: + 49 335 60676 9950 e-mail: **Izabela.Glisic@mdfe.brandenburg.de**

WS jest wspierany w działaniach promocyjnych przez:

Regionalny Punkt Kontaktowy

Programu Współpracy Interreg VI A Brandenburgia – Polska

przy Urzędzie Marszałkowskim Województwa Lubuskiego

Biuro Współpracy Zagranicznej i Europejskiej Współpracy Terytorialnej

ul. Podgórna 7

65-057 Zielona Góra

Pani Aneta Ciesielska
a.ciesielska@lubuskie.pl
tel.: +48 68 45 65 257

Pani Justyna Ślaska
j.slaska@lubuskie.pl
tel.: +48 68 45 65 269

1.3 Koordynator ds. komunikacji

Każde państwo członkowskie zgodnie z art. 48 ust. 1 rozporządzenia (UE) 2021/1060 wyznacza koordynatora ds. komunikacji odpowiedzialnego za działania w zakresie widoczności, przejrzystości i komunikacji w związku ze wsparciem z funduszy, w tym w odniesieniu do programów w ramach celu „Europejska współpraca terytorialna“ (Interreg), w przypadku których w danym państwie członkowskim zlokalizowana jest IZ.

Koordynator ds. komunikacji może zostać mianowany na poziomie instytucji ustanowionej zgodnie z artykułem 71 ustęp 6 rozp. (UE) 2021/1060 i koordynuje działania w zakresie komunikacji i widoczności wszystkich programów.

Niemcy jako państwo członkowskie, w którym umiejscowiona jest IZ w perspektywie finansowej 2021-2027 dla Interreg IV A BB-PL, mianuje jako koordynatorkę ds. komunikacji:

Panią Elenę Welsch

Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK)

[Federalne Ministerstwo Gospodarki i Ochrony Klimatu]

Referat ID2,

Villemombler Str. 76, 53123 Bonn, Niemcy

numer telefonu: +49 30-18615-6921

e-mail: **elena.welsch@bmwk.bund.de**

Koordynator ds. komunikacji angażuje w działania na rzecz widoczności, przejrzystości i komunikacji następujące podmioty:

- przedstawicielstwa Komisji Europejskiej i biura łącznikowe Parlamentu Europejskiego w państwach członkowskich, a także punkty informacyjne Europe Direct i inne właściwe sieci, instytucje edukacyjne i badawcze,
- innych właściwych partnerów, o których mowa w art. 8 ust. 1 rozporządzenia (UE) 2021/1060.

2 Sytuacja wyjściowa

W celu określenia efektywnych działań komunikacyjnych oraz wymaganych w tym celu instrumentów, na potrzeby komunikacji zaplanowanej na okres finansowania 2021 -2027 uwzględniono ewaluację SK 2014-2020. W 2018 roku IZ przeprowadziła ewaluację PW 2014-2020. W jej ramach ewaluatorzy ocenili oddziaływanie zewnętrzne Programu wraz z działaniami komunikacyjnymi. Zakres działań służących realizacji celu komunikacyjnego I (informacje, szkolenia dla wnioskodawców) ocenili jako właściwy. W odniesieniu do celu II SK na lata 2014-2020 (zwiększenie widoczności pozytywnych zmian na obszarze wsparcia), w opinii ewaluatorów pożądane byłoby skoncentrowanie działań komunikacyjnych na tych projektach, dzięki którym pozytywne zmiany na obszarze wsparcia są szczególnie widoczne. Można to osiągnąć poprzez możliwie konkretne i lokalne przedstawianie wartości dodanej dla obywateli, np. w formie dni otwartych, oprowadzania, wykładów.

Wedle oceny ewaluatorów poprawę komunikacji online można by osiągnąć poprzez bardziej widoczną prezentację dofinansowanych projektów na stronie internetowej Programu. Działania te zostały podjęte po ewaluacji poprzez stworzenie przyjaznej dla użytkownika bazy danych projektów oraz konta na Facebooku. Według ewaluatorów pojawiające się problemy z pozyskiwaniem tekstów i zdjęć od beneficjentów należy w przyszłości wyeliminować poprzez nałożenie na nich odpowiedniego warunku, bądź dodanie odpowiedniego zapisu w umowie o dofinansowanie lub Podręczniku Programu.

Inne oceny dotyczące poprawy widoczności projektów w terenie, poprawy komunikacji online oraz silniejszego monitorowania projektów w realizacji działań komunikacyjnych zostały uwzględnione w SK na lata 2021-2027.

3 Cele komunikacji i grupy docelowe

Nadrzędny cel realizowanych działań informacyjno-komunikacyjnych polega na tym, żeby:

- pozytywne zmiany dzięki środkom z Interreg na obszarze wsparcia Programu były bardziej/lepiej widoczne,
- zwiększyć rozpoznawalność Programu we wszystkich grupach docelowych.

W tym celu zastosować należy różne narzędzia i kanały komunikacji, aby pokazać grupom docelowym osiągnięcia PW oraz jego rolę w rozwoju wspólnego polsko - brandenburskiego obszaru wsparcia. Definiuje się następujące cele szczegółowe:

- szerokie informowanie o możliwościach dofinansowania (3.1)
- wspieranie beneficjentów w efektywnej realizacji projektów, w tym działań na rzecz widoczności, przejrzystości i komunikacji (3.2)
- rozpowszechnianie informacji o rezultatach projektów i pozytywnych efektach polityki spójności UE (3.3).

3.1 Szerokie informowanie o możliwościach dofinansowania

Potencjalni wnioskodawcy powinni być kompleksowo informowani o możliwościach dofinansowania, sposobach składania wniosków i zasadach Programu. Należy ich wspierać w procesie składania wniosków, aby generować projekty wysokiej jakości.

Ten cel ma zostać osiągnięty w następujący sposób:

- poprzez rozpowszechnianie informacji o naborach, warunkach i procedurach dofinansowania, obowiązkach beneficjentów , np. w obszarze informacji i promocji oraz wyznaczanie kluczowych osób kontaktowych),
- organizację konsultacji, szkoleń, warsztatów.

Grupa docelowa: wnioskodawcy/potencjalni beneficjenci

Wskaźniki w celu komunikacji 3.1

Wskaźniki produktu (liczba zorganizowanych wydarzeń):

- konsultacje dla potencjalnych wnioskodawców – min. 50
- szkolenia dla potencjalnych wnioskodawców – min. 10
- warsztaty dla potencjalnych wnioskodawców (np. Jems) – min. 10

Wskaźnik rezultatu wraz z metodą ustalania:

Wysoka jakość składanych wniosków o dofinansowanie – liczba projektów wysokiej jakości – min. 20 (takich, które otrzymały 75% maksymalnej liczby punktów w ramach oceny merytorycznej)

3.2 Wspieranie beneficjentów w efektywnej realizacji projektów, w tym działań na rzecz widoczności, przejrzystości i komunikacji

Beneficjenci muszą być wspierani na każdym etapie realizacji projektu, aby skutecznie wdrażać projekt zgodnie z wytycznymi Programu. Powinni oni korzystać z pomocy we wdrażaniu działań w zakresie widoczności, przejrzystości i komunikacji.

Dzięki temu powinno się osiągnąć:

- wsparcie beneficjentów w przestrzeganiu obowiązków informacyjno-promocyjnych,
- zaangażowanie partnerów i innych podmiotów w osiągnięcie sukcesu Programu.

Grupa docelowa: beneficjenci PW

Wskaźniki w celu komunikacji 3.2

Wskaźniki produktu (liczba zorganizowanych wydarzeń):

- konsultacje dla beneficjentów – min. 15
- szkolenia/seminaria na temat obowiązków dotyczących widoczności, przejrzystości i komunikacji – min. 2
- warsztaty/szkolenia na temat wdrażania i rozliczania projektów (zamówienia publiczne, raportowanie, zmiany w projektach itp.) – min. 4

Wskaźnik rezultatu wraz z metodą ustalania:

Zwiększenie wiedzy beneficjentów na temat obowiązków w zakresie informacji i promocji/realizacji i rozliczania projektów – ankieta – zwiększenie wiedzy o 20-30%.

3.3 Rozpowszechnianie informacji o rezultatach projektów i pozytywnych efektach polityki spójności

Rezultaty projektów oraz rezultaty Programu i wynikające z tego korzyści dla regionu rozpowszechniane są za pomocą działań komunikacyjnych.

Inne realizowane w ten sposób cele to:

- zwiększanie oddziaływania rezultatów projektów poprzez upowszechnianie ich pozytywnego oddziaływania na obszar wsparcia w mediach lokalnych i ponadregionalnych,
- przybliżenie Programu obywatelom poprzez pokazanie pozytywnych efektów projektów w trakcie wydarzeń miejskich/gminnych,
- zwiększenie zasięgu działań promocyjnych poprzez koordynację działań informacyjno - komunikacyjnych z innymi programami europejskich funduszy strukturalnych, zwłaszcza programami Interreg wzdłuż granicy polsko-niemieckiej.

W wyniku powyższych działań powinno się wzmocnić pozytywne postrzeganie Unii Europejskiej (UE). Ponadto powinna wzrosnąć świadomość społecznej roli UE oraz współpracy transgranicznej, dzięki której następuje realizacja projektów w regionie.

Ponadto WS będzie dążył do wspólnych działań promocyjnych z sekretariatami i instytucjami innych programów Interreg A na granicy polsko - niemieckiej, np. poprzez wspólne wydarzenia, akcje, itp.

WS będzie wspierać działania komunikacyjne beneficjentów również poprzez kanały komunikacyjne Programu.

Grupy docelowe: Adresaci/uczestnicy projektów, jak również rozszerzony krąg interesariuszy (np. Komisja Europejska, zwana dalej: KE, decydenci polityczni i przedstawiciele władz lokalnych, związki/zrzeszenia i izby, organizacje pozarządowe, instytucje edukacyjne i badawcze), ludność na obszarze wsparcia i poza nim (lokalna, regionalna i ew. ponadregionalna), przedstawiciele mediów, a także instytucje programu (IZ, IK) i instytucje uczestniczące we wdrażaniu Programu, m.in. Lubuski Urząd Wojewódzki, Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego, Investitionsbank des Landes Brandenburg (zwany dalej: ILB), KM, RPK, partnerzy, eksperci wewnętrzni.

Wskaźniki w celu komunikacji 3.3:

Wskaźniki produktu (liczba zorganizowanych wydarzeń):

- strona internetowa Programu – 1
- liczba newsletterów – min. 6
- konferencje dotyczące Programu – min. 6

Wskaźnik rezultatu wraz z metodą ustalania:

Wzrost świadomości społecznej na temat korzyści wynikających z wdrażania Programu – ankieta – zwiększenie o 20-30%

3.4 Zasady horyzontalne

Realizując działania informacyjno-promocyjne zarówno instytucje Programu, jak i beneficjenci powinni zwracać uwagę na przestrzeganie trzech podstawowych zasad w tym zakresie:

a) przejrzystość

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

b) równość szans/niedyskryminacja

Zasada równości szans i niedyskryminacji ze względu na płeć, rasę lub pochodzenie etniczne, religię lub światopogląd, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną powinna być uwzględniona również we wdrażaniu komunikacji i będzie w związku z tym stosowana na poszczególnych etapach wdrażania. Obowiązuje to w szczególności w odniesieniu do istotnych w danym przypadku grup docelowych (potencjalnych beneficjentów, osób opiniotwórczych lub ogółu społeczeństwa). WS, któremu IZ zleciła zadania w zakresie komunikacji przykłada wagę do tego, aby informacje na stronie internetowej Programu były w jak największym stopniu dostępne dla osób z niepełnosprawnościami . Tego samego oczekuje się od beneficjentów i informuje ich o konieczności kształtowania komunikacji zgodnie z zasadami dostępności.

c) zrównoważony rozwój

W odniesieniu do celu przekrojowego zrównoważony rozwój, WS przy wdrażaniu własnych działań promocyjnych działa zgodnie z zasadami zrównoważonych zamówień, poprzez kierowanie się przejrzystymi społeczno-ekologicznymi kryteriami wyboru przy planowaniu i udzielaniu zamówień tam, gdzie to możliwe i istotne. Dotyczy to zwłaszcza udzielania zamówień na zarządzanie wydarzeniami, catering, publikacje czy inne materiały drukowane (jak np. kalendarze, plakaty).

Odnośnie do zobowiązań informacyjno - promocyjnych beneficjentów, IZ oraz WS i RPK uwrażliwiają w odpowiedni sposób (np. w ramach wydarzeń informacyjnych) beneficjentów projektów na przestrzeganie zasad zrównoważonych zamówień oraz same stosują się do nich w swych przetargach.

4 Kanały komunikacji

4.1 Wykorzystanie mediów (strona internetowa Programu/Facebook, ew. inne media)

Zgodnie z odpowiednimi rozporządzeniami, IZ zapewnia, by w ciągu sześciu miesięcy od zatwierdzenia Programu istniała strona internetowa, na której można znaleźć informacje o programach, za które jest odpowiedzialna. Strona internetowa Programu to:

https://interreg-brandenburg-polska.eu

Strona internetowa jest prowadzona na bieżąco. Są na niej publikowane aktualne informacje na temat naborów, warunków dofinansowania oraz inne informacje dla wnioskodawców i beneficjentów. WS prowadzi profil PW na **Facebooku**.

WS publikuje w regularnych odstępach czasu **newsletter** z bieżącymi informacjami na temat Programu i projektów. Celem publikacji w internecie i wydawania newslettera jest bieżące informowanie szerokiej opinii publicznej o postępach w realizacji PW.

Na stronie internetowej Programu znaleźć można informacje dotyczące składania wniosków i realizacji projektów, celów i działań Programu, dostępnych możliwości dofinansowania oraz osiągnięć Programu. Udostępniane są również publikacje, informacje o bieżących wydarzeniach oraz lista zatwierdzonych projektów.

Na stronie internetowej publikowany jest również regulamin KM oraz lista jego członków.

WS publikuje poza tym na stronie internetowej Programu harmonogram planowanych naborów wniosków, który będzie regularnie aktualizowany.

Strona internetowa Programu będzie połączona hiperłączem:

- w DE na stronie internetowej federalnego ministerstwa właściwego dla współpracy transgranicznej: **www.bmwk.de**,
- w PL na portalu: **www.interreg.gov.pl** oraz portalu funduszy europejskich: **https://www.funduszeeuropejskie.gov.pl**, informującym o wszystkich realizowanych w Polsce programach Interreg i UE.

4.2 Przestrzeganie obowiązków informacyjnych

Zadaniem IZ oraz ILB jako strony umów z beneficjentami, jest zagwarantowanie, że beneficjenci wraz z umową o dofinansowanie zostaną poinformowani o obowiązujących przepisach w zakresie informacji i promocji.

Beneficjenci zobowiązani są do informowania opinii publicznej o danym projekcie oraz o wsparciu z Programu. W przypadku:

a) strony internetowej i mediów społecznościowych beneficjenci są zobowiązani do zamieszczenia na niej opisu projektu (łącznie z celami i rezultatami) oraz informacji o wsparciu finansowym z Programu,

b) materiałów informacyjnych i gadżetów - informacji o dofinansowaniu z Programu na wszystkich produktach (logo Programu i informacja „Współfinansowane przez Unię Europejską“),

c) wydarzeń i innych publicznych działań projektu - informowanie uczestników, że działania finansowane są ze środków Programu (co najmniej format A3 jako plakat lub wyświetlacz),

d) projektów, których całkowity koszt przekracza 100.000 EUR i obejmuje inwestycje rzeczowe lub zakup sprzętu - tablice informacyjne lub tablice pamiątkowe zawierające logotyp Programu, niezwłocznie po rozpoczęciu fizycznej realizacji projektu lub po zainstalowaniu zakupionego sprzętu,

e) projektów o znaczeniu strategicznym oraz projektów o całkowitym koszcie powyżej 5.000.000 EUR - w zależności od potrzeb - zorganizowanie wydarzenia lub działania komunikacyjnego oraz zaangażowanie w nie w odpowiednim czasie Komisji Europejskiej i właściwej IZ.

Jeżeli beneficjent nie wywiązuje się ze swoich zobowiązań i nie zostały podjęte działania naprawcze, IZ może, uwzględniając zasadę proporcjonalności, wdrożyć działania i zmniejszyć dofinansowanie dla przedsięwzięcia z funduszy UE o maksymalnie 2% całkowitego budżetu danego partnera.

Zgodnie z art. 49 ust. 6 I Rozp. Ogólnego IZ zapewnia, aby materiały związane z komunikacją i widocznością, również na poziomie beneficjentów, były udostępniane na wniosek unijnych instytucji, organów lub jednostek organizacyjnych i aby udzielono Unii nieodpłatnej, niewyłącznej i nieodwołalnej licencji na korzystanie z takich materiałów i wszelkich wcześniej istniejących praw wynikających z takiej licencji zgodnie z załącznikiem IX. Nie powinno to pociągać za sobą znacznych dodatkowych kosztów ani znacznych obciążeń administracyjnych dla beneficjentów, ani dla IZ.

W przypadku funduszy małych projektów beneficjent musi wypełniać obowiązki określone w art. 36 ust. 5 rozporządzenia Interreg. Oznacza to, że w przypadku funduszy małych projektów beneficjent zapewnia poprzez warunki umowy, że beneficjenci końcowi spełniają wymogi dotyczące komunikacji publicznej o projekcie Interreg.

W przypadku działań komunikacyjnych, potencjał komunikacyjny beneficjentów będzie wykorzystywany przez:

- nawiązywanie i utrzymywanie regularnych kontaktów z beneficjentami, np. udział w akcjach u beneficjentów w terenie,
- angażowanie beneficjentów w działania komunikacyjne jako ambasadorów Programu i marki Interreg, a także w różne działania podmiotów zaangażowanych we wdrażanie Programu.

Działania komunikacyjne Programu będą realizowane z uwzględnieniem celów UE w zakresie ochrony środowiska i klimatu zgodnie z art. 6 rozporządzenia UE 2021/1060 i będą pełniły funkcję wzorcową dla grup docelowych.

4.3 Szkolenia i konsultacje

Planowane są następujące działania informacyjno – promocyjne:

- indywidualne konsultacje dla (potencjalnych) wnioskodawców - oferty WS i RPK, aby przekazywać informacje pomocne przy sporządzaniu wniosków o dofinansowanie i realizacji projektów (np. obowiązki informacyjno-promocyjne) – w tym min. 1 obowiązkowa konsultacja ze szkicem projektu w WS,

- szkolenia dla (potencjalnych) wnioskodawców i beneficjentów – ze szczegółowymi informacjami w zakresie składania wniosków, kwalifikowalności, rozliczania i działań promocyjnych w projektach,
- warsztaty – z praktycznym instruktażem wypełniania wniosku elektronicznego oraz innych dokumentów Programu.

4.4 Wydarzenia

Przeprowadzono wydarzenie informacyjne z okazji inauguracji PW.

Planowane są dodatkowo kolejne przedsięwzięcia informacyjne (np. w formie konferencji) w celu przekazywania informacji na temat PW możliwości ubiegania się o środki, strategii wsparcia i realizacji, dotychczasowych osiągnięć, zaawansowania wdrażania, przygotowywanych naborów, informacji na temat składania, realizacji i rozliczania wniosków o dofinansowanie oraz prezentacji przykładów projektów i wspólnych planów działania. Z okazji zamknięcia PW planowana jest także konferencja.

Instytucje Programu oczekują, że wydarzenia te umożliwią osiągnięcie następujących efektów: poprawę i zwiększenie zainteresowania zarówno w marketingu wewnętrznym (potencjalni beneficjenci oraz instytucje europejskie, krajowe i regionalne), jak i w marketingu zewnętrznym (regionalne, i jako temat europejski, ponadregionalne zainteresowanie i obecność w mediach dzięki wsparciu osób pełniących ważne funkcje polityczne).

4.5 Publikacje

Wersja elektroniczna PW oraz Podręcznika Programu udostępniona będzie wszystkim zainteresowanym na stronie internetowej Programu do pobrania.

Dla wnioskodawców i beneficjentów sporządzone zostaną obok podręcznika także kompleksowe instrukcje w sprawie pojedynczych tematów (obowiązki informacyjno-promocyjne, MŚP, zamówienia itp.), które będą również dostępne do pobrania.

W zależności od okazji WS wybierać będzie odpowiednie nośniki publikacji, aby poprzez ulotki, broszury, plakaty, krótkie filmy itp. spełniać swe obowiązki informacyjno-promocyjne, w skuteczny sposób docierając do opinii publicznej.

4.6 Inne materiały promocyjne

Aby móc zaprezentować PW z profesjonalnym wizerunkiem zewnętrznym, WS i RPK planują zakupić materiały promocyjne, które odzwierciedlają cechy charakteryzujące region, wraz z jego procesami społeczno-gospodarczymi oraz z zachowaniem zasady zrównoważonego rozwoju, np. ścianka, rollupy itd. W razie potrzeby materiały te mogą być także wypożyczane osobom lub instytucjom rozpowszechniającym informacje o Programie wykorzystującym w tym celu swoje powiązania sieciowe lub podmiotom projektów do prowadzenia działań w skuteczny sposób docierających do opinii publicznej. Równolegle przygotowywane są projekty graficzne poświęcone specjalnym tematom do plakatów, kartek pocztowych lub innych nośników informacji.

WS zleci stworzenie nowoczesnych gadżetów promocyjnych jako produktów promujących Program, które zostaną wybrane zgodnie z zasadami jak najbardziej zrównoważonej i wysokojakościowej produkcji, ale jednocześnie po umiarkowanych kosztach.

4.7 Współpraca instytucji Programu z mediami

Sukces PW zależeć będzie nie tylko od wyboru do wsparcia jakościowo wyróżniających się projektów, czy od efektywnego administracyjno-technicznego sterowania Programem, lecz także w dużej mierze od jak najlepszego relacjonowania o nim w mediach krajowych, regionalnych i lokalnych. Dążeniem IZ i WS wraz z wsparciem RPK jest w związku z tym stała współpraca z mediami poprzez komunikaty prasowe lub płatne ogłoszenia/wkładki oraz bezpośrednie spotkania z mediami – w uzgodnieniu z odpowiedzialnym za współpracę z mediami Referatem Prasowym Ministerstwa Finansów i Spraw Europejskich (MdFE). Po stronie polskiej w szczególności RPK przejmie współpracę z prasą w województwie lubuskim i tym samym będzie wspierał WS w jego zadaniach,2. RPK realizuje zadania wyznaczone przez WS i pod jego nadzorem. Należą do nich m.in.:

- działania informacyjno - promocyjne dot. rezultatów Programu, promocja dobrych przykładów,
- wsparcie potencjalnych wnioskodawców w poszukiwaniu krajowych i zagranicznych partnerów, zainteresowanych uczestnictwem w polsko – niemieckich projektach,
- udostępnianie informacji do portali informacyjnych samorządu województwa lubuskiego,
- spotkania informacyjne,
- informacje z pierwszej ręki oraz konsultacje w fazie składania wniosku,
- konkursy.

Wykorzystywane mają być również inne portale informacyjne Brandenburskiego Rządu Krajowego, województwa lubuskiego a także portale informacyjne Instytucji Krajowej, jak np. **funduszeeuropejskie.gov.pl** oraz interreg.gov.pl.

4.8 Inne kanały komunikacji

W działaniach informacyjno – promocyjnych planowane jest wykorzystanie dodatkowych kanałów komunikacji:

- uczestnictwo w publicznych festynach, innych wydarzeniach lokalnych i regionalnych,
- organizacja konkursów dla dzieci, uczniów i innych grup obywateli,
- inicjowanie i udział w działaniach u beneficjentów w terenie, np. podczas dni otwartych drzwi, podpisania umowy o dofinansowanie lub umowy partnerskiej/wręczenie "czeku dofinansowania", dyplomu, listu gratulacyjnego,
- rajdy rowerowe i inne działania mające na celu promocję projektów i Programu,
- spotkania informacyjne i wspólne działania z innymi programami Interreg na granicy polsko-niemieckiej,
- korzystanie z cyfrowych możliwości komunikacyjnych.

[2] o których mowa w artykule 36 ustęp 2 do 4 rozporządzenia Interreg

5 Wskaźniki

Prowadzone działania w zakresie komunikacji i widoczności PW będą oceniane na podstawie wskaźników, o których mowa w 3.1 - 3.3. Rejestrowane będą każdorazowe wartości roczne oraz osiągnięte łączne wartości w danym terminie sprawozdawczym.

5.1.1 Tabela 1. Wskaźniki działań komunikacyjnych – Szerokie informowanie o możliwościach dofinansowania

Działania komunikacyjne – Program Współpracy Interreg VI A										
Planowane działania	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	Wskaźnik	Wartość docelowa	Właściwy podmiot
3.1. Szerokie informowanie o możliwościach dofinansowania										
Grupa docelowa: wnioskodawcy/potencjalni beneficjenci										
Konsultacje dla potencjalnych wnioskodawców	w m.p.	13	44	20	w m.p.	0	0	liczba terminów konsultacji	min. 50	WS/RPK
Szkolenia dla potencjalnych wnioskodawców	0	0	2	4	4	0	0	liczba szkoleń	min. 10	WS/RPK
Warsztaty dla potencjalnych wnioskodawców (np. Jems)	0	0	8	2	w m.p.	0	0	liczba warsztatów dot. nowego systemu składania wniosków	min. 10	WS/RPK
Udostępnianie materiałów promocyjnych (ścianka, rollupy itd.)	0	2	3	2	2	0	0	liczba rodzajów materiałów	9	WS/RPK

w m.p. – w miarę potrzeb

5.1.2 Tabela 2. Wskaźniki działań komunikacyjnych – Wspieranie beneficjentów w efektywnej realizacji projektów, w tym działań na rzecz widoczności, przejrzystości i komunikacji

Działania komunikacyjne – Program Współpracy Interreg VI A										
Planowane działania	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	Wskaźnik	Wartość docelowa	Właściwy podmiot
3.2. Wspieranie beneficjentów w efektywnej realizacji projektów, w tym działań na rzecz widoczności, przejrzystości i komunikacji										
Grupa docelowa: beneficjenci PW oraz wewnętrzne podmioty Programu (m. in. IK, KM, kontrolerzy z LUW i ILB, RPK, grupy robocze, , itd.)										
Udostępnienie logo do pobrania	-	-	x	-	-	-	-	-		
Informacja dla Komitetu Monitorującego	0	0	1	1	1	1	1	liczba prezentacji działań komunikacyjnych na posiedzeniach KM	5	WS/RKS
Konsultacje dla beneficjentów	0	0	0	5	5	5	w m.p.		min. 15	WS
Szkolenia/seminaria na temat obowiązków dotyczących widoczności, przejrzystości i komunikacji	0	0	0	1	1	0	0	liczba szkoleń /seminariów dot. obowiązków informacyjno-promocyjnych	min. 2	WS/RPK
Warsztaty/szkolenia na temat wdrażania i rozliczania projektów (zamówienia publiczne, raportowanie, zmiany w projektach itp.)	0	0	0	2	2	w m.p.	w m.p.	liczba warsztatów/szkoleń dot. realizacji projektu	min. 4	WS/RPK
Szkolenia dla ekspertów i przedstawicieli instytucji Programu	0	0	w m.p.	w m.p.	w m.p.	w m.p.	w m.p.	-	-	IZ/WS

x – działanie jednorazowe; w m.p. – w miarę potrzeby

5.1.3 Tabela 3. Wskaźniki działań komunikacyjnych – Rozpowszechnianie informacji o rezultatach projektów i pozytywnych efektach polityki spójności UE

Działania komunikacyjne – Program Współpracy Interreg VI A										
Planowane działania	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	Wskaźnik	Wartość docelowa	Właściwy podmiot
3.3. Rozpowszechnianie informacji o rezultatach projektów oraz o pozytywnym oddziaływaniu polityki spójności UE										
Grupa docelowa: adresaci/uczestnicy projektów, jak również rozszerzony krąg interesariuszy (np. KE, decydenci polityczni i przedstawiciele władz lokalnych oraz powiatów i miast na prawach powiatu, związki/zrzeszenia i izby, organizacje pozarządowe, instytucje edukacyjne i badawcze), przedstawiciele mediów lokalnych, regionalnych i ew. ponadregionalnych, ludność na obszarze wsparcia i poza nim (lokalna, regionalna i ew. ponadregionalna), przedstawiciele mediów, ludność na obszarze wsparcia i poza nim (lokalna, regionalna i, jeśli dotyczy, ponadregionalna), a także wewnętrzne podmioty Programu i instytucje współdziałające w Systemie Zarządzania i Kontroli (m. in. IZ, grupy robocze, Lubuski Urząd Wojewódzki, Urząd Marszałkowski Województwa Lubuskiego, ILB i KM, IK, RPK, partnerzy itp.), eksperci zewnętrzni.										
Strona internetowa Programu (jednorazowe utworzenie, bieżąca aktualizacja)	0	1	0	0	0	0	0	liczba stron internetowych	1	WS/IZ
Komunikaty prasowe	x	0	1	1	1	1	1	liczba KP	5	RPK/WS/IZ
Lista projektów	x	x	x	x	x	x	x	-	-	WS/IZ
Newsletter	0	0	2	2	2	2	2	liczba newsletterów	min. 6	WS/RPK
Profil na Facebooku	0	0	1	0	0	0	0	profil PW na Facebooku	1	WS
Gadżety (rodzaj i ilość gadżetów będzie potwierdzana w planach działań na rok kolejny)	0	3	3	2	1	0	0	liczba rodzajów gadżetów	9	WS/RPK
Konferencje prasowe	0	w m.p.	w m.p.	w m.p.	w m.p.	w m.p.	w m.p.	-	-	IZ/WS/RPK

Działania komunikacyjne – Program Współpracy Interreg VI A										
Planowane działania	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	Wskaźnik	Wartość docelowa	Właściwy podmiot
3.3. Rozpowszechnianie informacji o rezultatach projektów oraz o pozytywnym oddziaływaniu polityki spójności UE										
Wystąpienia na zewnętrznych wydarzeniach i spotkaniach komunikacyjnych z instytucjami Programu – również ponadprogramowo	w m.p.	w m.p.	w m.p.	w m.p.	w m.p.	w m.p.	w m.p.	-	-	IZ/WS
Spotkania WS	-	x	-	x	x	x	x		-	WS we współpracy z WS pozostałych programów PL-DE)
Wspólne skutecznie docierające do opinii publicznej działania/wydarzenia z innymi polsko-niemieckimi programami	-	-		x	x	x		-		WS we współpracy z WS pozostałych programów PL-DE
Konferencje nt. wdrażania Programu	0	0	1	1	1	2	1	liczba konferencji dotyczących Programu	min. 6	WS/IZ/RPK
Giełdy partnerskie	0	1	1	1	w m.p.	w m.p.	w.m.p.	liczba giełd partnerskich	3	RPK/WS

x – działanie jednorazowe; w m.p. – w miarę potrzeb

Uszczegółowienie następuje na początku każdego roku, bilans wykonanych wskaźników na koniec roku i na żądanie. Tabele będą wykorzystywane również jako elementy rocznego planu komunikacji.

6 Ocena realizacji działań komunikacyjnych

Zgodnie z art. 40 ust. 1 lit. f) rozporządzenia UE 2021/1060 Komitet Monitorujący analizuje realizację działań w zakresie komunikacji i widoczności. W tym celu IZ informuje KM odpowiednio o postępach w realizacji działań informacyjno-komunikacyjnych za miniony rok oraz o działaniach planowanych na kolejny rok.

7 Szacunkowa kwota planowanej alokacji środków – planowany budżet

Na realizację działań komunikacyjnych planuje się przeznaczyć 250.000 EUR. Wymagany budżet jest częścią pomocy technicznej Programu.

Tabela 4. Alokacja środków na działania informacyjno – promocyjne w Programie Interreg VI A 2021-2027

Kategoria kosztów	Środki EFRR	Wkład krajowy	Finansowanie ogółem (w EUR)	Stopa dofinansowania
Koszty ekspertów i usług zewnętrznych (wydarzenia informacyjne, konferencje Programu, wycieczki dla prasy, zwiedzanie projektów, strona internetowa, broszury Programu, gadżety etc.)	99.200	24.800	124.000,00	80%
Koszty rzeczowe, koszty administracyjne	100.800	25.200	126.000,00	80%
Łącznie:			250.000,00	100%

Orientacyjny budżet może zostać dopasowany do wymogów realizacji Programu

8 Linki: Corporate Design – instrukcja dot. logo dla Interregu wraz z logotypami Programu

Logo Programu i księga znaku Interreg | Interreg Brandenburg – Polska (interreg-brandenburg-polska.eu