

Interreg



Współfinansowany przez
UNIJĘ EUROPEJSKĄ

Polska – Saksonia

Strategia komunikacji

Programu współpracy Interreg Polska - Saksonia 2021-2027

Wrocław, 12 marca 2024 r.

**Polska – Saksonia**

Spis treści

1.	Spis skrótów	3
2.	Słowniczek.....	4
3.	Wstęp	5
4.	Misja i wizja	6
5.	Wartości	7
6.	Cele komunikacji	10
7.	Grupy docelowe	10
8.	Przekaz	11
9.	Kanały i narzędzia komunikacji	12
10.	Ocena realizacji celów strategii i wskaźniki	14
11.	Podział obowiązków między instytucjami zajmującymi się komunikacją programu	20
12.	System wsparcia potencjalnych beneficjentów i beneficjentów.....	21
13.	Identyfikacja wizualna.....	22
14.	Budżet	22
15.	Załącznik Wzór Roczego planu działań informacyjno-promocyjnych.....	24



1. Spis skrótów

CST2021 – Centralny System Informatyczny

FMP – fundusz małych projektów

IK – instytucja krajowa

IZ – instytucja zarządzająca

KE – Komisja Europejska

KM – komitet monitorujący

UE – Unia Europejska

WS – wspólny sekretariat

2. Słowniczek

beneficjent podmiot publiczny lub prywatny, podmiot mający osobowość prawną lub niemający osobowości prawnej, który otrzymuje dofinansowanie w ramach projektu;

dofinansowanie środki UE, które IZ zatwierdza partnerowi wiodącemu na podstawie wydatków kwalifikowalnych

instytucja krajowa – organ wspierający **instytucję zarządzającą** we wszystkich kwestiach wdrażania programu w niemieckiej części obszaru wsparcia. IK pełni zadania koordynujące i uzgodnieniowe w partnerskiej współpracy z IZ. Rolę IK pełni Saksońskie Ministerstwo Rozwoju Regionalnego

instytucja zarządzająca – organ odpowiedzialny za zarządzanie i wdrażanie programu w imieniu państw członkowskich, tj. Polski i Niemiec (Saksonii), zgodnie z przepisami prawa UE oraz krajowymi. Funkcję IZ pełni polski minister właściwy ds. rozwoju regionalnego.

komitet monitorujący podstawowe ciało decyzyjne programu. Członkami KM są przedstawiciele Polski i Saksonii szczebla krajowego, regionalnego i lokalnego oraz przedstawiciele partnerów gospodarczych, społecznych, i społeczeństwa obywatelskiego. KM czuwa m.in. nad prawidłową i efektywną realizacją programu, a także wybiera projekty do dofinansowania

obszar wsparcia obszar geograficzny objęty programem

program – Program Interreg Polska Saksonia 2021-2027 zatwierdzony decyzją KE nr C(2022) 6703 z 14 września 2022 r.

projekt przedsięwzięcie realizowane na podstawie umowy, które zmierza do osiągnięcia założonego we wniosku o dofinansowanie celu oraz wartości docelowych wskaźników produktu i rezultatu

wspólny sekretariat – organ odpowiedzialny za bezpośredni kontakt z potencjalnymi beneficjentami i beneficjentami w kwestii przygotowania, realizacji i rozliczania projektów. WS przeprowadza proces naboru i oceny wniosków o dofinansowanie. Jego zadaniem jest również informowanie opinii publicznej o celach i rezultatach programu. Ponadto wspiera KM, IZ i IK w realizacji ich zadań. Siedziba WS programu znajduje się we Wrocławiu.

3. Wstęp

Kluczowe zadania Programu współpracy Interreg Polska – Saksonia 2021-2027 (zwanego dalej programem) polegają na tym, by wspólnie rozwijać potencjał obszarów przygranicznych oraz podejmować wyzwania i rozwiązywać problemy, które występują po obu stronach granicy Polski i Saksonii.

Strategia komunikacji stanowi podstawę działań komunikacyjnych w programie, które podejmują instytucje programowe, głównie wspólny sekretariat we Wrocławiu (WS). Opisuje ona nasze podejście do komunikacji z różnymi interesariuszami, aby zrealizować misję, wizję i cele programu. Strategia wyznacza także główne założenia szczegółowych corocznych planów działań informacyjno-promocyjnych.

Strategia komunikacji została uzgodniona pomiędzy instytucją zarządzającą, instytucją krajową i wspólnym sekretariatem oraz została przyjęta przez komitet monitorujący.

Doświadczenia z perspektywy 2014-2020 posłużyły do tego, aby określić strategię komunikacji na lata 2021-2027. Najważniejsze wyzwania to: aktywizowanie społeczeństwa oraz udzielanie pełnego wsparcia beneficjentom programu i społeczeństwu polsko-saksońskiego pogranicza w skuteczniejszym pokonywaniu barier i wyrównywaniu szans dzięki Funduszom Europejskim.

W poprzednich perspektywach intensywnie promowaliśmy możliwości dofinansowania oraz rezultaty przedsięwzięć. Rozpowszechnialiśmy dobre praktyki wypracowane przez beneficjentów programu. Wzięliśmy udział w licznych konkursach, również o zasięgu europejskim. Jeden z mikroprojektów programu 2014-2020, zatytułowany „Spotkanie z kulturą Serbołużyczan w Euroregionie Nysa dla dzieci” został finalistą konkursu Komisji Europejskiej, zorganizowanego z okazji 30-lecia programów Interreg. Z kolei projekt TRAILS i TRAILS+ Travelling Innovation Labs and Services był finalistą konkursu KE na najciekawszy projekt skierowany do młodzieży w Unii Europejskiej w 2023 roku. O naszych projektach można było usłyszeć w programach radiowych, telewizyjnych oraz przeczytać w prasie.

Polska – Saksonia

Ponadto przeprowadziliśmy liczne szkolenia, warsztaty i konsultacje. Stworzyliśmy interaktywną, elektroniczną bazę projektów. Opracowaliśmy i wydaliśmy album na temat projektów z lat 2014-2020.

W nowej perspektywie będziemy kontynuować i udoskonalać działania komunikacyjne, by program i jego rezultaty oraz pozytywny wizerunek Unii Europejskiej utrwalił się wśród mieszkańców polsko-saksońskiego pogranicza.

4. Misja i wizja

Naszą **misją** jest, aby społeczeństwo zamieszkujące pogranicze polsko - saksońskie było świadome wartości marki programu Interreg Polska Saksonia.

Zależy nam na kompleksowym, rzetelnym informowaniu o możliwościach i korzyściach, które płyną z właściwego wykorzystania Funduszy Europejskich. Będziemy pokazywać społeczeństwu wspólnego obszaru wsparcia, Polski i Niemiec, dobre przykłady współpracy transgranicznej oraz pozytywne zmiany w regionie, osiągnięte dzięki niej. Będziemy dążyć do tego, aby zwiększyć zaangażowanie mieszkańców i interesariuszy w skuteczną komunikację. Nie tylko beneficjenci programu 2021-2027 odgrywają ogromną rolę w naszych działaniach, ale także beneficjenci z poprzednich edycji programu (2007-2013, 2014-2020). Są bowiem oni ambasadorami programu, a ich doświadczenie jest nieocenionym wkładem w rozpowszechnianie dobrych praktyk i pozytywnych rezultatów programu.

Chcemy dotrzeć do jak największej grupy odbiorców, aby promować i utrzymywać pozytywny wizerunek Unii Europejskiej, korzystając przy tym z nowoczesnych mediów i form komunikacji.

Naszą **wizją** jest wspieranie społeczności polsko-saksońskiego pogranicza, aby uczynić pogranicze:

- przyjazne środowisku, zaadoptowane do zmian klimatu,
- otwarte na edukację, kulturę i turystykę,
- otwarte na dialog mieszkańców i instytucji.

Polska – Saksonia

W komunikacji programu będziemy dążyć do zrównoważonego rozwoju społecznego, gospodarczego i środowiskowego. Informacje i produkty będziemy rozpowszechniać z poszanowaniem środowiska naturalnego.

Będziemy zapewniać polsko- i niemieckojęzycznym odbiorcom równy dostęp do informacji, a także równy udział kobietom i mężczyznom w działaniach komunikacyjnych, w tym osobom z niepełnosprawnościami.

Zależy nam jednocześnie na wspólnej promocji marki Interreg wraz z innymi programami polsko-niemieckimi oraz tymi, których obszar częściowo pokrywa się z obszarem wsparcia Programu współpracy Interreg Polska – Saksonia 2021-2027. Są to w szczególności:

- Program współpracy Interreg VI A Brandenburgia – Polska 2021-2027,
- Program współpracy Interreg VI A Meklemburgia-Pomorze Przednie / Brandenburgia – Polska 2021-2027,
- Program Interreg Czechy – Polska 2021-2027,
- Program Interreg Saksonia – Czechy 2021-2027.

Będziemy także promować efekty i rezultaty projektów o znaczeniu strategicznym.

5. Wartości

Program wspiera dobrosąsiedzkie relacje pomiędzy Polakami i Niemcami w duchu integracji europejskiej i przy poszanowaniu wartości Unii Europejskiej:

- godności człowieka,
- wolności,
- demokracji,
- równości,
- rządów prawa,
- praw człowieka.

Program wspiera także wartości reprezentowane przez programy Interreg i ich społeczności:

Polska – Saksonia

- współpraca ponad granicami – cenimy współpracę na każdym poziomie, w każdej dziedzinie i postrzegamy ją jako klucz do realizacji wizji Unii Europejskiej na rzecz pokoju i dobrobytu w całej UE,
- rozwiązywanie problemów – cenimy innowacyjne rozwiązania i uczenie się od siebie nawzajem. Wierzymy, że dzięki obopólnemu wsparciu możemy stawić czoła wyzwaniom.
- włączenie, a nie wykluczenie – dążymy do tego, aby ludzie czuli się mile widziani, szanowani i doceniani, a różnice traktujemy jako szanse, nie problemy;
- solidarność – polegamy na sobie i pomagamy sobie wzajemnie, a wspólne dobro stawiamy ponad indywidualnym;
- zrównoważony rozwój – wybieramy długoterminowe rozwiązania zamiast krótkoterminowych korzyści.

W oparciu o wartości Unii Europejskiej i Interreg przyjęliśmy następujące wartości programu:

- ochrona środowiska naturalnego – działamy na rzecz ochrony środowiska i ograniczamy niekorzystne skutki zmian klimatu; dążymy do podniesienia świadomości ekologicznej i rozwoju zielonej i niebieskiej infrastruktury tak, by kształtować **pogranicze przyjazne środowisku**;
- edukacja ponad granicami – wspólnie wypracowujemy programy doskonalenia i kształcenia wykwalifikowanych pracowników, które jednocześnie są zgodne z potrzebami rynku pracy; wzmacniamy relacje pomiędzy edukacją, nauką i biznesem; działamy na rzecz uczenia się przez całe życie, budując tym samym **pogranicze otwarte na edukację**;
- ochrona i rozwój dziedzictwa naturalnego i kulturowego wraz ze wspieraniem zrównoważonej turystyki – dbamy o zachowanie, pielęgnację i popularyzację tradycji, zwyczajów i rzemiosła charakterystycznego dla pogranicza polsko – saksońskiego; wspieramy rozwój turystyki, która nie wywiera negatywnego wpływu na środowisko; dążymy do stworzenia **pogranicza otwartego na kulturę i turystykę**.
- współpraca ponad granicami – budujemy wzajemne zaufanie i dążymy do otwartego **dialogu mieszkańców pogranicza i instytucji**; dążymy także do wspólnego rozwiązywania problemów i przewyższania barier.

5.1. Zasady równościowe (horyzontalne)

Do zasad horyzontalnych programu należą zapewnienie równości płci, niedyskryminacja i zapewnienie dostępności oraz zasada zrównoważonego rozwoju. Są obowiązkiem, który wynika z rozporządzenia ogólnego¹ oraz z rozporządzenia Interreg². Należy je stosować we wszystkich priorytetach na każdym z etapów realizacji programu, od jego przygotowania, przez wdrażanie, po ewaluację.

Zapewnienie równości szans kobiet i mężczyzn oraz zapobieganie dyskryminacji ze względu na płeć, rasę lub pochodzenie etniczne, religię lub światopogląd, niepełnosprawność, wiek lub orientację seksualną jest podstawową zasadą na każdym etapie realizacji programu, również w podejmowanych działaniach informacyjno-promocyjnych. Wszystkie podmioty uczestniczące w programie, zarówno instytucje programowe, potencjalni beneficjenci i beneficjenci, są zobowiązani do stosowania zasady równych szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz zasady równości szans kobiet i mężczyzn. Podczas realizacji strategii komunikacji będziemy dążyć do tego, aby przedsięwzięcia realizowane w programie zapewniały wszystkim osobom taki sam dostęp do Funduszy Europejskich, zarówno w zakresie udziału w projektach, jak i korzystania z ich efektów.

Na podobnych zasadach będzie realizowana zasada zrównoważonego rozwoju – jako cel przekrojowy we wszystkich priorytetach programu. W ramach programu będziemy stosować i promować zrównoważone zamówienia publiczne oraz kryteria jakościowe i cykle życia produktu, tak, by dać jak najlepszy przykład beneficjentom programu oraz społeczeństwu. Aspekty środowiskowe, społeczne oraz innowacyjność będą istotnym kryterium w przeprowadzanych przez nas procedurach zamówień publicznych.

¹ Art. 9 oraz art. 73 ust. 1 rozporządzenia ogólnego.

² Art. 22 ust. 2 rozporządzenia Interreg.

Polska – Saksonia

6. Cele komunikacji

6.1. Cel główny komunikacji

W działaniach informacyjno-promocyjnych będziemy wspierać realizację celów programu w przeprowadzaniu korzystnych zmian na polsko-saksońskim pograniczu dzięki efektywnemu wykorzystaniu środków programu, a także promować je wśród społeczeństwa.

6.2. Cele szczegółowe komunikacji

1. informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach dofinansowania transgranicznych projektów i aktywizowanie ich do ubiegania się o środki z Funduszy Europejskich
2. wspieranie beneficjentów w realizacji projektów na każdym etapie wdrażania, w tym także w prowadzeniu działań informacyjno-promocyjnych
3. informowanie i promowanie wśród ogółu społeczeństwa działań i efektów realizacji programu oraz wynikających z tego korzyści

7. Grupy docelowe

Będziemy kierować działania informacyjno-promocyjne do następujących grup docelowych po obu stronach granicy:

- potencjalni beneficjenci, uprawnieni do złożenia wniosku o dofinansowanie zgodnie z zasadami programu,
- beneficjenci programu,
- potencjalni uczestnicy projektów – osoby, które mogą uczestniczyć w projektach realizowanych przez beneficjentów programu,
- społeczeństwo, zwłaszcza ludność obszaru wsparcia – należą do nich mieszkańcy, turyści, uczniowie, studenci, nauczyciele oraz inne osoby działające w branży edukacyjnej, turystycznej i rekreacyjnej oraz odpowiedzialne za gospodarkę wodną, ochronę przeciwpowodziową i zarządzanie kryzysowe, a także służby ratownicze,

Polska – Saksonia

- partnerzy gospodarczy i społeczni, organizacje pozarządowe,
- instytucje publiczne państwowe/miejskie/powiatowe/gminne,
- media.

8. Przekaz

Działamy na rzecz polsko-saksońskiego pogranicza, aby było:

- przyjazne środowisku,
- otwarte na edukację, kulturę i turystykę,
- otwarte na dialog mieszkańców i instytucji.

Zmierzamy do tego celu zgodnie z wartościami i priorytetami programu oraz we współpracy z partnerami poprzez wspieranie działań projektowych. Dążymy do tego, aby pogranicze stało się miejscem przyjaznym do życia i rozwoju dla jego mieszkańców, atrakcyjnym dla turystów oraz wspierającym działalność instytucji publicznych.

Będziemy promować markę programu, aby była bardziej rozpoznawalna wśród społeczeństwa pogranicza. Będziemy podkreślać znaczenie dobrosąsiedzkiej współpracy transgranicznej oraz zachęcać beneficjentów i różnych interesariuszy programu do współdziałania w tym duchu. Będziemy informować także o wartościach Unii Europejskiej i społeczności Interreg oraz o finansowaniu projektów przez UE.

Zależy nam, żeby nasze działania, produkty, a także dokumenty programowe były dostępne. Aby zapewnić przyjazny odbiór i zrozumiały przekaz komunikatów, będziemy je tworzyć zgodnie z zasadami prostego języka i publikować w przejrzysty sposób, szczególnie na stronie internetowej programu. Bardzo ważne są dla nas potrzeby odbiorców polsko- i niemieckojęzycznych, dwujęzyczność programu jest kluczowa w naszych działaniach.

9. Kanały i narzędzia komunikacji

9.1. Kanały komunikacji

Uwzględniając wszystkie grupy docelowe program korzysta z następujących kanałów komunikacji:

- strona internetowa programu www.plsn.eu – stanowi ona główne źródło informacji o programie (różne funkcjonalności strony pozwalają na dostosowanie komunikatów do różnych grup docelowych). Powstanie nowa strona internetowa dla programu 2021-2027,
- strony internetowe instytucji zaangażowanych w realizację programu Interreg Polska – Saksonia oraz innych programów Unii Europejskiej w obu państwach członkowskich uczestniczących w programie,
- media społecznościowe,
- media tradycyjne: lokalne i regionalne,
- wydarzenia informacyjno-promocyjne własne i instytucji partnerskich,
- publikacje tradycyjne i elektroniczne oraz materiały promocyjne,
- newslettery wysyłane do beneficjentów programu i innych zainteresowanych,
- sieci Punktów Informacyjnych o Funduszach Europejskich, a także EuropeDirect.

Zastosujemy własne i zewnętrzne kanały komunikacji, aby zwiększyć zasięg naszych działań.

Zakładamy także korzystanie z płatnych kanałów komunikacji na przykład LinkedIn.

Beneficjenci programu są szczególną grupą wspierającą jego widoczność na obszarze wsparcia.

Pełnią oni funkcję ambasadorów programu. Mogą aktywnie włączać się w kampanie informacyjno-promocyjne, np. opowiadając o swoich projektach bezpośrednio w mediach społecznościowych oraz za pomocą transmisji czy nagrań na stronie internetowej programu.

9.1.1. Media społecznościowe

Znaczącą rolę w komunikacji pełnią media społecznościowe. Będziemy korzystać z istniejących profili programu na Facebooku i X (dawniej Twitter), aby:

Polska – Saksonia

- zwiększyć liczbę osób obserwujących aktywności w programie,
- inicjować oraz rozwijać interakcje z użytkownikami mediów społecznościowych,
- zwiększyć zasięg postów i skuteczniej docierać z informacjami o programie do społeczeństwa, w tym osób korzystających z rezultatów programu lub zainteresowanych uzyskaniem wsparcia.

Facebook jest dla nas preferowanym miejscem publikowania aktualnych informacji z życia projektów. Natomiast historie opowiadane przez beneficjentów i uczestników projektów zamieścimy na kanale programu na YouTube.

Na bieżąco będziemy analizować reakcje aktywnych obserwatorów profilu programu na FB, potrzeby grup docelowych oraz popularne trendy w mediach społecznościowych. W razie potrzeby rozszerzymy kanały komunikacji.

9.2. Narzędzia komunikacji

Aby dotrzeć do wybranych grup docelowych i osiągnąć wyznaczone cele komunikacyjne, wykorzystamy następujące narzędzia:

- materiały informacyjne np. informatory, broszury,
- tutoriale i filmy o wybranych zagadnieniach, istotnych podczas przygotowania i realizacji projektów,
- współpracę z ekspertami zewnętrznymi, którzy posiadają wiedzę i doświadczenie w korzystaniu z Funduszy Europejskich poprzez ich udział w wydarzeniach programu (wygłaszanie referatów, prowadzenie prezentacji, udzielanie wywiadów itp.),
- giełdy partnerów,
- szkolenia dla potencjalnych beneficjentów:
 - ✓ przed naborami: jak zbudować dobry projekt, wyjaśnienie celów tematycznych, uwarunkowania finansowe, kwestie rozliczeń,
 - ✓ w trakcie trwania naborów: formalne przygotowanie wniosku o dofinansowanie - narzędzie oraz sposób wypełniania, ocena.
 - ✓ na wszystkich etapach: obowiązki dotyczące informowania, promocji, widoczności.

Polska – Saksonia

- szkolenia dla beneficjentów (m.in. raportowanie, obsługa systemu CST2021, obowiązki dotyczące informacji i promocji, kluczowe kwestie w zamówieniach publicznych z Polski i Saksonii, zasady dostępności w projekcie, zgodność projektu z Kartą Praw Podstawowych UE),
- kampanie reklamowe,
- spotkania bezpośrednie (osobiste/online),
- wizyty u beneficjentów / potencjalnych beneficjentów,
- publikacje dotyczące dobrych praktyk z perspektywy 2014-2020, np. [„Trzymamy się razem! Projekty polsko-saksońskiego pogranicza”](#),
- [bazę projektów 2014-2020](#) opublikowaną na stronie programu,
- bazę projektów 2021-2027, która powstanie na stronie programu,
- rozpowszechnianie przykładów dobrych praktyk
- dystrybucję materiałów informacyjnych (pocztą tradycyjną/e-mailem).

Ponadto, w komunikacji skierowanej do beneficjentów i potencjalnych beneficjentów będą wykorzystywane:

- warsztaty,
- konsultacje bezpośrednie oraz konsultacje telefoniczne i on-line,
- aplikacje internetowe (system teleinformatyczny do przygotowania wniosków, rozliczania projektów, platforma do komunikacji on-line itd.).

10. Ocena realizacji celów strategii i wskaźniki

Będziemy regularnie monitorować i oceniać stopień realizacji celów szczegółowych oraz efektywność i skuteczność działań informacyjno-promocyjnych, posłużą do tego wskaźniki produktu i wskaźniki rezultatu. W ramach ewaluacji programu wykażemy wartości parametryczne z przeprowadzonych kampanii informacyjnych i promocyjnych, które pozwolą ocenić rzeczywisty zasięg odbiorców komunikatów, efekty wizerunkowe itp.

Tabela nr 1. Wskaźniki produktu do oceny i monitorowania realizacji szczegółowych celów strategii

Cele szczegółowe	Wskaźniki produktu	Wartości wskaźników produktu do 2030 r.	Sposób mierzenia wskaźników produktu
Cel nr 1: informowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach dofinansowania transgranicznych projektów i aktywizowanie ich do ubiegania się o środki z Funduszy Europejskich	liczba wizyt potencjalnych beneficjentów na webinarach	350	listy uczestników
	liczba uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów	200	listy uczestników
	liczba konsultacji udzielonych potencjalnym beneficjentom	60	karty konsultacji
Cel nr 2: wspieranie beneficjentów w realizacji projektów na każdym etapie wdrażania, w tym także w prowadzeniu działań informacyjno-promocyjnych	liczba wydarzeń organizowanych przez beneficjentów	500	statystyki na podstawie wniosków o płatność beneficjentów
	liczba uczestników wydarzeń organizowanych przez beneficjentów	3000	statystyki na podstawie wniosków o płatność beneficjentów

Polska – Saksonia

Cele szczegółowe	Wskaźniki produktu	Wartości wskaźników produktu do 2030 r.	Sposób mierzenia wskaźników produktu
	liczba uczestników szkoleń dla beneficjentów uwzględniających kwestie działań informacyjno-promocyjnych	60	listy uczestników
Cel nr 3: informowanie ogółu społeczeństwa o działaniach i efektach realizacji programu oraz wynikających z tego korzyściach	liczba uczestników wydarzeń informacyjno-promocyjnych organizowanych przez WS	500	statystyki prowadzone przez WS

Tabela nr 2. Wskaźniki rezultatu dla monitorowania realizacji celów szczegółowych

Cele szczegółowe	Wskaźnik rezultatu	Sposób mierzenia wskaźnika rezultatu	Wartość wskaźnika rezultatu do 2030 r.	Oczekiwane rezultaty
Cel nr 1: informowanie potencjalnych	liczba odwiedzin strony w okresie naboru	statystyki ze strony internetowej	1000	wzrost zainteresowania potencjalnych

Polska – Saksonia

Cele szczegółowe	Wskaźnik rezultatu	Sposób mierzenia wskaźnika rezultatu	Wartość wskaźnika rezultatu do 2030 r.	Oczekiwane rezultaty
beneficjentów o możliwościach dofinansowania transgranicznych projektów i aktywizowanie ich do ubiegania się o środki z Funduszy Europejskich				beneficjentów, ubiegających się o dofinansowanie z programu;
	liczba wniosków o dofinansowanie	dane z CST2021	55	
	odsetek uczestników szkoleń dla potencjalnych beneficjentów, zadowolonych z udzielonej pomocy	ankiety ewaluacyjne ze szkoleń, w których uczestnicy ocenią stopień satysfakcji z udziału w szkoleniu oraz odpowiedzą na pytanie, czy informacje przekazane podczas szkolenia były przydatne	>80% uczestników szkoleń zadowolonych z udzielonej pomocy	wzrost jakości obsługi potencjalnych beneficjentów przez instytucje programowe

Polska – Saksonia

Cele szczegółowe	Wskaźnik rezultatu	Sposób mierzenia wskaźnika rezultatu	Wartość wskaźnika rezultatu do 2030 r.	Oczekiwane rezultaty
<p>Cel nr 2: wspieranie beneficjentów w realizacji projektów na każdym etapie wdrażania, w tym także w prowadzeniu działań informacyjno-promocyjnych</p>	<p>odsetek uczestników szkoleń dla beneficjentów, zadowolonych z udzielonej pomocy</p>	<p>ankiety ewaluacyjne ze szkoleń, w których uczestnicy ocenią stopień satysfakcji z udziału w szkoleniu oraz odpowiedź na pytanie, czy informacje przekazane podczas szkolenia były przydatne</p>	<p>>80% beneficjentów w zadowolonych z udzielonej pomocy</p>	<p>wzrost jakości obsługi beneficjentów przez instytucje programowe</p>
<p>Cel nr 3: informowanie ogółu społeczeństwa o działaniach i efektach realizacji</p>	<p>liczba unikalnych użytkowników, która zobaczyła posty dotyczące programu i projektów</p>	<p>statystyki WS</p>	<p>600</p>	<p>wzrost świadomości społecznej na temat korzyści wynikających z wdrażania programu</p>



Polska – Saksonia

Cele szczegółowe	Wskaźnik rezultatu	Sposób mierzenia wskaźnika rezultatu	Wartość wskaźnika rezultatu do 2030 r.	Oczekiwane rezultaty
programu oraz wynikających z tego korzyściach	liczba odwiedzin strony internetowej programu	statystyki ze strony internetowej	7000	

11. Podział obowiązków między instytucjami zajmującymi się komunikacją programu

Nadzór nad komunikacją programu i wdrażaniem strategii komunikacji sprawuje instytucja zarządzająca. Bieżące działania informacyjne i promocyjne na rzecz programu prowadzi i odpowiada za nie pracownik wspólnego sekretariatu - specjalista ds. komunikacji.

Dokładny podział zadań pomiędzy instytucjami zajmującymi się komunikacją jest następujący:

Institucja zarządzająca:

- odpowiada za przygotowanie i wdrożenie strategii komunikacji programu,
- uczestniczy w planowaniu i zatwierdzaniu rocznych planów działań informacyjno-promocyjnych zgodnie z załącznikiem nr 1
- monitoruje realizację bieżących działań informacyjno-promocyjnych,
- zapewnia nadzór nad komunikacją programu, przepływ informacji i koordynację działań, powstanie strony internetowej programu,
- rozpowszechnia informacje o programie.

Wspólny sekretariat:

- przygotowuje strategię komunikacji programu,
- przygotowuje roczne plany działań informacyjno-promocyjnych
- prowadzi działania informacyjno-promocyjne.

Fundusz małych projektów (FMP)

Za prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych FMP odpowiada jedyny beneficjent, który współpracuje z instytucją zarządzającą w zakresie komunikacji i promocji.

Institucja krajowa może wspierać IZ i WS w planowaniu działań informacyjno-promocyjnych oraz w rozpowszechnianiu informacji o programie.

12. System wsparcia potencjalnych beneficjentów i beneficjentów

W trakcie realizacji projektu, beneficjenci otrzymują informacje, które pozwalają na jego prawidłowe prowadzenie. Partnerzy są na bieżąco informowani o zmianach w programie, nowych możliwościach oraz inicjatywach Komisji Europejskiej, WS i innych instytucji zaangażowanych w realizację programu i promocję Funduszy Europejskich. Zapewniamy opiekuna projektu, który jest w stałym kontakcie z partnerami. Udzielamy konsultacji, które wspierają realizację projektu oraz działania informacyjno-promocyjne. Za działania odpowiada WS.

Edukujemy.

Potencjalni beneficjenci oraz beneficjenci mają możliwość skorzystania ze wsparcia merytorycznego w postaci:

- kontaktu z opiekunem projektu w WS, materiałów informacyjnych (Podręcznika programu, Poradnika beneficjenta w zakresie komunikacji, instrukcji, dokumentów, materiałów audiowizualnych, zbioru częstych pytań i odpowiedzi),
- konsultacji, szkoleń, warsztatów, webinarów,
- wydarzeń profilowanych,
- wizyt studyjnych, konferencji i wykładów.

Wspieramy w działaniach informacyjnych i promocyjnych.

Pomoc dotyczy w szczególności:

- obowiązków w zakresie informacji i promocji, jakim podlegają beneficjenci w trakcie realizacji projektu i po jego zakończeniu,
- zasad planowania działań informacyjno-promocyjnych na etapie ubiegania się o dofinansowanie, które są istotne z punktu widzenia wymogów realizacji projektów.

13. Identyfikacja wizualna

Identyfikacja wizualna Programu współpracy Interreg Polska – Saksonia 2021-2027 została szczegółowo opisana w Podręczniku programu oraz Poradniku beneficjenta w zakresie komunikacji.

Najważniejszym elementem wizualizacji jest logotyp programu, który składa się z terminu Interreg, flagi UE, zdania „współfinansowany przez Unię Europejską” oraz nazwy programu. Wszelkie działania informacyjne i promocyjne instytucji programowych oraz beneficjentów muszą być oznaczone logotypem programu.

Współfinansowany przez
UNIĘ EUROPEJSKĄ**Polska – Saksonia**

14. Budżet

Przewidywany budżet na realizację działań informacyjno-promocyjnych w programie wyniesie ok. 350 000 euro wydatków kwalifikowalnych. Kwoty przeznaczone na poszczególne aktywności zostaną oszacowane i wskazane w rocznych planach działań informacyjno-promocyjnych.

Największa część środków przeznaczona zostanie na komunikację skierowaną do ogółu społeczeństwa.

Na wstępnym etapie wdrażania programu znaczną część budżetu przeznaczymy na zaprogramowanie nowej strony internetowej oraz na organizację spotkań informacyjnych dla potencjalnych beneficjentów i warsztatów.

**Polska – Saksonia**

W 2023 roku działania informacyjno-promocyjne będą realizowane ze środków programu 2014-2020. Indykatoryjna kwota przeznaczona na działania informacyjno-promocyjne w roku 2023 wynosi 46.000 euro.

Indykatoryjny plan budżetu na lata 2024-2030 w euro:

2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
60 000,00	60 000,00	55 000,00	50 000,00	50 000,00	45 000,00	30 000,00

15. Załącznik Wzór Roczno planu działań informacyjno-promocyjnych

WZÓR

Roczny plan działań informacyjno-promocyjnych dla Programu współpracy Interreg Polska – Saksonia 2021-2027 na rok ...

Wprowadzenie (krótkie wprowadzenie do planu działań, np. jakie działania będą najważniejsze w danym roku, na czym skoncentruje się program.)

CEL SZCZEGÓŁOWY	GRUPA DOCELOWA	NARZĘDZIE	DZIAŁANIE (OPIS)	WSKAŹNIK PRODUKTU	WSKAŹNIK REZULTATU	DATA ROZPOCZĘCIA	DATA ZAKOŃCZENIA	INSTYTUCJA ODPOWIEDZIALNA	BUDŻET
SUMA (BUDŻET NA CAŁY ROK)									