

Wybrane działania komunikacyjne na temat Funduszy Europejskich

I. INFORMACJE WSTĘPNE

Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju (MliR) jest instytucją odpowiedzialną m.in. za efektywne wykorzystanie Funduszy Europejskich (FE) przyznanych Polsce. Aby skutecznie wykorzystać pomoc unijną, Ministerstwo podejmuje m.in. szereg różnorodnych działań zmierzających do podniesienia poziomu wiedzy i świadomości na temat wykorzystania FE w latach 2007-2013 oraz efektów realizacji dofinansowanych projektów.

Mając na względzie skuteczne informowanie opinii publicznej o FE, działania komunikacyjne są kierowane do poniższych kategorii odbiorców:

- ogółu społeczeństwa,
- podmiotów, które mogą ubiegać się o wsparcie z FE (potencjalni beneficjenci),
- podmiotów, które już otrzymały dotację (beneficjenci),
- potencjalnych uczestników projektów realizowanych przez innych beneficjentów.

Rok 2015 jest szczególny ponieważ kończy wydatkowanie środków europejskich z poprzedniej perspektywy 2007-2013. Równoległe rozpoczęto wydatkowanie środków z perspektywy 2014-2020. Z tego względu w 2015 roku w komunikacji FE prezentowane będą zarówno efekty wykorzystania FE w poprzednich latach, jak i możliwości sięgania po nowe środki unijne.

W rozdziale II opisane zostały dotychczas zrealizowane główne akcje informacyjno-promocyjne pokazujące efekty wykorzystywania FE. W rozdziale III przedstawiono natomiast główne działania informacyjne poświęcone możliwościom sięgania po FE na lata 2014-2020, realizowane przez MliR w 2015 r.

II. GŁÓWNE DZIAŁANIA KOMUNIKACYJNE POŚWIĘCONE PREZENTACJI EFEKTÓW WYKORZYSTYWANIA FUNDUSZY EUROPEJSKICH, REALIZOWANE PRZEZ MliR W OSTATNICH LATACH

Akcje informacyjno-promocyjne

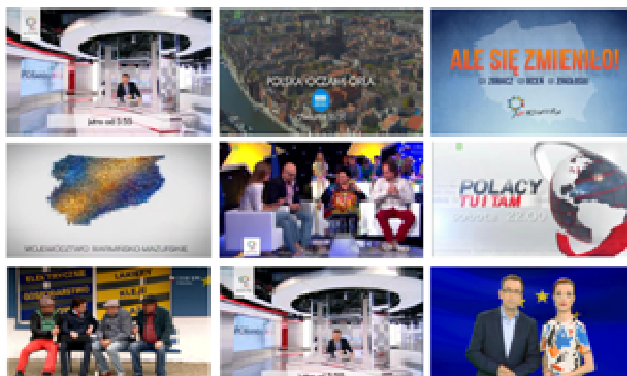
Akcja „10 lat w UE”

Akcja realizowana wspólnie przez MliR oraz Telewizję Polską wraz z licznymi partnerami z całej Polski (m.in. Urzędami Marszałkowskimi, instytucjami wdrażającymi fundusze unijne, beneficjentami). Akcję oparto na szeroko zakrojonych działaniach w mediach, wydarzeniach plenerowych i reklamie outdoorowej. Przeprowadzono szereg działań, które miały na celu podsumowanie ostatnich 10 lat rozwoju naszego kraju i zaprezentowanie skali zmian, jakie zaszły m.in. dzięki wykorzystaniu Funduszy Europejskich. Akcja była realizowana w okresie od 13 kwietnia do 15 maja 2014 r.



Główne elementy akcji:

1. Audycje w Telewizji Polskiej - powstało 13 różnorodnych audycji emitowanych na antenach TVP 1, TVP 2, TVP INFO, TVP Polonia, TVP Regionalna oraz TVP Rozrywka w okresie od 13 kwietnia do 15 maja. Kulminacją działań telewizyjnych przypadła na dzień 1 maja, kiedy zaplanowano silną obecność na antenie TVP1, począwszy od programów o charakterze informacyjnym, przez łączenia „na żywo” ze wszystkimi województwami, po wieczorne widowisko telewizyjne w formie koncertu z udziałem



największych gwiazd polskiej estrady.

Na antenie wyemitowano m.in. audycje:

- **POLSKA OCZAMI ORŁA** (8 maja) film dokumentalny prezentujący zmiany, jakie zaszły w Polsce w ciągu 10 lat obecności w UE.
- **PORANKI TVP INFO** (13 kwietnia – 15 maja), nadawane z różnych miejsc w Polsce. Odwiedziliśmy każde województwo, by pokazać jak wiele zmieniło się w Polsce przez ostatnie 10 lat.
- **ALE SIĘ ZMIENIŁO!** - ogólnopolski plebiscyt na najciekawsze inwestycje unijne. W dniach 14-29 kwietnia, na specjalnej stronie internetowej, widzowie mogli głosować na najlepsze projekty po jednym w każdym województwie.
- **ZAPRASZAMY NA KAWĘ**, wyjazdowe wydania programu promujące odbywające się od 1 do 11 maja Dni Otwarte Funduszy Europejskich.

Wiecej na <http://vod.tvp.pl/10latwuepl>

2. Strona internetowa www.10latwue.pl stanowiąca przede wszystkim bazę atrakcji organizowanych w ramach Dni Otwartych oraz prezentująca informacje związane z akcją. Wszystkie atrakcje organizowane przez beneficjentów w ramach Dni Otwartych Funduszy Europejskich można było odnaleźć dzięki wyszukiwarce atrakcji. Wyszukiwarka umożliwiła dostęp do informacji o ponad 1300 wydarzeniach organizowanych w całej Polsce.



3. Dni Otwarte Funduszy Europejskich, które odbyły się w całej Polsce w dniach od 1 do 11 maja.

Beneficjenci udostępniili swoje projekty bezpłatnie lub ze zniżką. W całej Polsce można było wziąć udział w ponad 1300 atrakcjach. W organizację wszystkich wydarzeń zaangażowało się około 1000 beneficjentów. Imprezy plenerowe, koncerty i spektakle, warsztaty, szkolenia i pokazy naukowe, zwiedzanie niedostępnych na co dzień miejsc – to tylko niektóre atrakcje, w których można było uczestniczyć.



4. Wydarzenia plenerowe, które zostały zorganizowane 1 maja we wszystkich województwach. W ich ramach zorganizowano wiele różnorodnych atrakcji dla całych rodzin. Całodzienne wydarzenia relacjonowane były w TVP. Wydarzenia objęły m.in.:

- Interaktywne konkursy, gry i zabawy, wystawy, quizy, filmy, degustacje regionalnych potraw.
- Prezentacje wybranych projektów dofinansowanych ze środków unijnych, w tym możliwość spotkania oraz rozmowy z beneficjentami.
- Strefy bezpieczeństwa, w których można było poznać zasady bezpiecznego poruszania się w ruchu drogowym, zobaczyć sprzęt strażacki, radiowozy i motory policyjne oraz spróbować swoich sił w mobilnym miasteczku ruchu drogowego.
- Prezentacje wybranych projektów dofinansowanych ze środków unijnych z różnych obszarów interwencji FE, w tym możliwość spotkania oraz rozmowy z beneficjentami.
- Na warszawskim Podzamczu odbył się rocznicowy koncert „Tu bije serce Europy”, transmitowany na żywo w TVP 1.



5. Kampania reklamowa w telewizji "10 lat świet(ł)nych" (patrz niżej w: Kampanie medialne)

6. Kampania billboardowa w 86 miastach Polski, która prezentowała efekty wykorzystywania FE w obszarach: infrastruktura, sport, bezpieczeństwo, energetyka.

Akcja „Europa to my”

Akcja, której celem była promocja efektów wykorzystania FE w Polsce. Głównym elementem akcji był konkurs „Europa to My. Pokaż, jak Fundusze Europejskie zmieniły Twoje miejsce”. Konkurs został ogłoszony w maju 2013 r. Mógł wziąć w nim udział każdy, kto bezpośrednio lub pośrednio skorzystał z unijnego wsparcia. Do nadsyłania zgłoszeń na antenie TVP i Radia ZET zachęcali ambasadorzy projektu (prowadzący Radia ZET oraz muzyczne gwiazdy, m.in. Pectus, De Mono, Blue Cafe i Mezo). Dziesięć najlepszych projektów zgłoszonych do konkursu zaprezentowano w felietonach emitowanych w TVP 1 oraz w Radiu ZET. Następnie internauci głosowali na najciekawszy spośród nich. To ich głosy zdecydowały o wyborze przystani wodnej w Ślesinie, wybudowanej przy wsparciu z FE.



Podsumowaniem projektu był **Ogólnopolski Dzień Funduszy Europejskich oraz koncert „Europa to MY”**, który odbył się 31 sierpnia 2013 r. w zwycięskim mieście. Dla gości w specjalnym miasteczku w pobliżu sceny przygotowano liczne atrakcje. Powstały stoiska, na których prezentowali się finaliści konkursu (10 finalistów) – Ślesin, Wałcz, Kutno, Jarocin, Owidz, Inowrocław, Ruda Śląska, Kostrzyn nad Odrą, Karpacz i Pałeczna. W namiocie głównym konsultanci Punktu Informacyjnego FE udzielali bezpłatnych konsultacji na temat aktualnych możliwości sięgania po FE. Wieczornym finałem był koncert gwiazd polskiej sceny muzycznej – ambasadorów projektu. Impreza transmitowana była w TVP 1 oraz na antenie Radia ZET. Akcji towarzyszyła strona internetowa www.europatomy.pl. Organizatorami akcji byli: Grupa Eurozet, TVP1 oraz ówczesne Ministerstwo Rozwoju Regionalnego (obecnie MliR). Akcja została wsparta kampanią w Radiu Zet, TVP1, a także w portalach internetowych.

Więcej na: <https://pl-pl.facebook.com/EuropaToMy>

Akcja „Eurokorzyści – podziel się swoją historią” (2 edycje)

Akcja zrealizowana na antenie TVN oraz w Internecie (dwie edycje w 2012, 2013 r.). Celem Akcji było m.in. poszukiwanie, promowanie i nagradzanie osób, które podzieliły się własnymi doświadczeniami na temat zmian, jakie zaistniały dzięki FE w ich codziennym życiu. Pierwsza edycja zrealizowana została w okresie 22 lipca - 15 listopada 2012 r. Drugą edycję przeprowadzono od 15 czerwca do 7 października 2013 r. W obu edycjach spośród zgłoszonych historii Jury wybrało 10 najciekawszych. Przedstawiono je w reportażach emitowanych w programie Dzień Dobry Wakacje i Dzień Dobry TVN. Kolejnym etapem było głosowanie internautów na najciekawszą ich zdaniem historię. Główną nagrodę w konkursie stanowiła wycieczka po stolicach europejskich.



Więcej na <http://eurokorzysci.tvn.pl/>

Kampanie medialne

- **„10 lat świetlnych”¹** - spot telewizyjny emitowany od 22 kwietnia do 15 maja 2014 r. będący częścią akcji promocyjnej organizowanej z okazji 10-lecia członkostwa Polski w Unii Europejskiej. Prezentuje korzyści związane z obecnością Polski w Unii Europejskiej i skok cywilizacyjny jaki dokonał się w naszym kraju m.in. dzięki wykorzystaniu FE. Spot emitowano w ogólnopolskich i tematycznych stacjach telewizyjnych oraz w Internecie. Na YouTube spot wyświetlono ponad 360 000 razy.
- Kampania **„Historia prawdziwa”²** – realizowana od 1 lutego do 12 kwietnia 2014 r. Kampanię oparto na relacjach ośmiu tematycznych bohaterów, którzy opowiedzieli o tym jak skorzystali z FE i zmianach jakie zaszły dzięki nim w ich życiu. Jedną z bohaterek, Pani Irmina z Bydgoszczy, dzięki wsparciu unijnemu zdobyła nowy zawód, a mama kilkunastoletniego Aleksa z Sosnowca została zatrudniona na pływalni zmodernizowanej ze środków UE. Spoty emitowane były w ogólnopolskich i tematycznych stacjach telewizyjnych, w radiu oraz w Internecie. Na potrzeby kampanii stworzona została strona internetowa www.historiaprawdziwa.pl, na której zamieszczano wersje rozszerzone poszczególnych historii oraz informacje o efektach wykorzystania FE.
- Kampania **„Zmieniamy ją wszyscy”³** emitowana od 7 listopada do 12 grudnia 2013 r. na antenach ogólnopolskich oraz w wybranych pakietach stacji tematycznych. Na potrzeby kampanii przygotowano dwa 45-sekundowe spoty przedstawiające różnorodność zmian zachodzących w Polsce dzięki FE. Każdy ze spotów przedstawiał trzech autentycznych bohaterów i trzy projekty zrealizowane w ostatnich latach dzięki FE. Spoty zachęcały także do odwiedzenia strony www.mapadotacji.gov.pl, na której zgromadzono informacje o wszystkich projektach realizowanych w Polsce z FE począwszy od 2004 r. Kampania była także popularyzowana w Internecie na profilach społecznościowych FE, gdzie przygotowano specjalne wydłużone 60-sekundowe wersje spotów wzbogacone o dodatkową historię.
- Kampania **„Każdy korzysta, nie każdy widzi”⁴** – realizowana w okresie od 22 października do 2 grudnia 2012 r. (a następnie powtórzona w okresie od 1 kwietnia do 5 maja 2013 r. w telewizji i radio). W jej ramach przygotowano i wyemitowano po 5 spotów telewizyjnych i radiowych oraz specjalny spot internetowy. Kampania została także poprzedzona działaniami popularyzującymi FE w mediach społecznościowych.

¹[http://www.funduszeuropejskie.2007-](http://www.funduszeuropejskie.2007-2013.gov.pl/dzialaniapromocyjne/aktualnosci/strony/spot_10_lat_swietlnych_od_dzis_w_tv_22042014.aspx)

[2013.gov.pl/dzialaniapromocyjne/aktualnosci/strony/spot_10_lat_swietlnych_od_dzis_w_tv_22042014.aspx](http://www.funduszeuropejskie.2007-2013.gov.pl/dzialaniapromocyjne/aktualnosci/strony/spot_10_lat_swietlnych_od_dzis_w_tv_22042014.aspx)

² http://www.funduszeuropejskie.2007-2013.gov.pl/dzialaniapromocyjne/kampp/strony/historia_prawdziwa.aspx

³ http://www.funduszeuropejskie.2007-2013.gov.pl/dzialaniapromocyjne/kampp/Strony/zmieniamy_ja_wszyscy.aspx

⁴ <http://www.funduszeuropejskie.2007-2013.gov.pl/projekty/Strony/Kazdykorzysta.aspx>

III. GŁÓWNE DZIAŁANIA INFORMACYJNE NT. MOŻLIWOŚCI SIĘGANIA PO FUNDUSZE EUROPEJSKIE NA LATA 2014-2020

Działania w mediach

1. Od stycznia realizowane są w mediach (telewizja, prasa, radio, internet) działania informacyjne nt. nowej perspektywy finansowej 2014-2020. Projekty realizowane są w ramach konkursu dotacji na działania informacyjne Funduszy Europejskich.

Opisy projektów są zamieszczone na stronie:

<https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/promocja/fundusze-europejskie-w-mediach/informacje-o-funduszach-na-wyciagniecie-reki/>

2. W kwietniu 2015 prowadzona jest **kampania medialna promująca** źródła informacji o Funduszach Europejskich.

W ramach kampanii realizowane są spoty TV i radiowe oraz działania internetowe np. display, kampania w wyszukiwarkach itp.) promujące:

- Portal internetowy www.funduszeuropejskie.gov.pl,
- Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich (PIFE).

Celem kampanii jest poinformowanie ogółu społeczeństwa oraz potencjalnych beneficjentów o możliwości starania się o środki z FE oraz zachęcenie do sięgania po szczegółowe informacje na ten temat na stronie internetowej dotyczącej FE oraz w Punktach Informacyjnych FE (PIFE).

Celem marketingowym kampanii jest zwiększenie ilości wejść na stronę www.funduszeuropejskie.gov.pl oraz wzrost liczby klientów korzystających z usług Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich.

Działania w Internecie

1. Nowy Portal Funduszy Europejskich:

Pod adresem www.funduszeuropejskie.gov.pl uruchomiona została nowa wersja Portalu Funduszy Europejskich dedykowana funduszom na lata 2014-2020. Można na nim znaleźć ważne dokumenty i wskazówki pomocne w ubieganiu się o Fundusze Europejskie. Informacje umieszczone na portalu skierowane są do ogółu społeczeństwa oraz potencjalnych beneficjentów.

Nowa wersja Portalu oferuje użytkownikowi:

- Spójną i przystępną informację o Funduszach Europejskich w Internecie.
- Informacje w formie instrukcji i poradników ułatwiających zrozumienie zagadnień związanych z Funduszami Europejskimi oraz ubieganiem się o dotacje.
- Dane kontaktowe Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich oraz możliwość znalezienia ich w konkretnym województwie.
- Dokumenty i publikacje informacyjne o środkach europejskich.
- Informacje o wszystkich projektach, które otrzymały dofinansowanie z Funduszy Europejskich.

W nowej wersji Portalu Funduszy Europejskich znajdują się również przekierowania do stron wszystkich instytucji zajmujących się zarządzaniem środkami UE, które razem z Portalem Funduszy Europejskich będą stanowiły System informowania o Funduszach Europejskich w Internecie.

2. Media społecznościowe:

Ministerstwo realizuje działania w serwisach społecznościowych np. Facebook, Twitter, Pinterest, Google+, Nasza Klasa oraz YouTube, w szczególności poprzez stałe i regularne zamieszczanie treści, których celem jest edukowanie o możliwościach, jakie dają Fundusze Europejskie w nowej perspektywie 2014-2020 oraz informowanie o efektach ich wykorzystania.

Dodatkowo Ministerstwo planuje prowadzenie kampanii reklamowych na ww. serwisach. Celem działań reklamowych będzie dotarcie z informacją o możliwościach, jakie dają Fundusze Europejskie w nowej perspektywie 2014-20 do ogółu społeczeństwa oraz do grup potencjalnych beneficjentów.

Sieć Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich

Celem funkcjonowania Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich jest zapewnienie beneficjentom oraz potencjalnym beneficjentom wysokiej jakości informacji o Funduszach Europejskich. PIFE zapewniają konsultacje telefoniczne oraz e-mailowe. Można także przyjść osobiście do Punktu, by uzyskać dodatkowe informacje.

Docelowo w Polsce funkcjonować będzie 77 stacjonarnych Punktów Informacyjnych, w których zainteresowane osoby będą mogły uzyskać bezpłatną informację na temat możliwości ubiegania się o wsparcie z Funduszy Europejskich.

Oprócz punktów funkcjonujących stacjonarnie w większych miejscowościach, pracownicy Sieci PIFE organizują **mobilne punkty informacyjne** w mniejszych miejscowościach.

Zakres usług sieci punktów obejmuje przede wszystkim diagnozę klienta tj. zaklasyfikowanie pomysłu do konkretnego programu finansowanego z Funduszy Europejskich oraz poinformowanie o warunkach i procedurach przyznawania dotacji. Kolejnym etapem są konsultacje i wsparcie w przygotowywaniu wniosków, konsultacje na etapie realizacji projektu oraz wstępna pomoc w rozliczaniu projektów. Punkty organizują także spotkania informacyjne, szkolenia oraz indywidualne konsultacje dla klientów z niepełnosprawnościami.

Więcej informacji o działaniu Sieci PIFE na: www.funduszeuropejskie.gov.pl/punkty

Pozostałe działania informacyjne, promocyjne oraz edukacyjne

- Szkolenia z zakresu perspektywy finansowej 2014-2020 skierowane do beneficjentów i potencjalnych beneficjentów oraz do instytucji wdrażających Fundusze Europejskie.