



# Dni Otwarte Funduszy Europejskich 2017

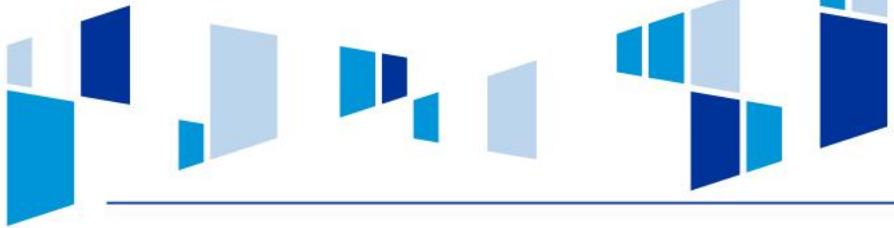
koncepcja



## O akcji

*Formuła akcji nie zmienia się:*

Dni Otwarte Funduszy Europejskich (DOFE) to akcja, w której beneficjenci udostępniają społeczeństwu swoje przedsięwzięcia zrealizowane z Funduszy Europejskich.



---

**Termin**

**18-21 V 2017 r.**



## Misja

*Fundusze Europejskie zapewniają **rozwój**, z którego wszyscy korzystamy*

### kraju

- użyteczna, nowoczesna infrastruktura
- atrakcyjna oferta usług kultury, edukacji, zdrowia
- łatwiejsze i szybsze załatwianie spraw w urzędach
- estetyczne otoczenie

### przedsiębiorczości

- konkurencyjna pozycja polskich firm dzięki innowacyjnym produktom i technologiom
- atrakcyjne miejsca pracy

### osobisty

- możliwość zdobycia przewagi na rynku pracy w wyniku zdobycia nowych kompetencji, lepsza praca, bardziej komfortowe życie



## *Rozwój, z którego wszyscy korzystamy*



*Rozwój podporządkowany człowiekowi, nie odwrotnie*





## Cel

### Uświadomienie społeczeństwu, że:

Informacja o  
FE

- FE są **dostępne**
- **oferta FE** jest bogata i aktualna

pozytywny  
wizerunek FE

- FE są **dobrze wydawane**
- **skala** korzystania z FE jest duża

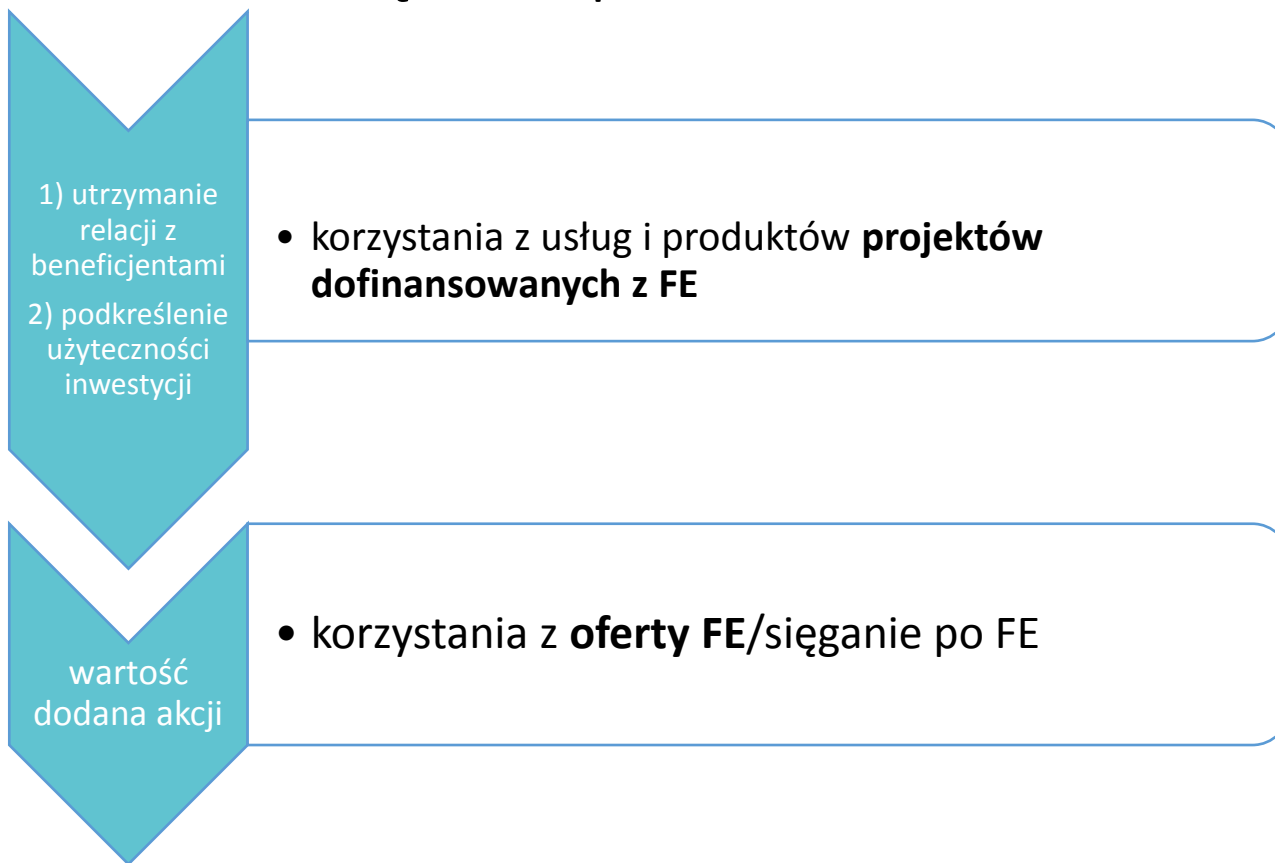
skojarzenie FE  
z rozwojem

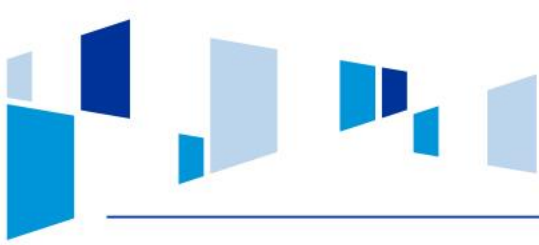
- FE mają istotny **wpływ na rozwój**  
(kraju/otoczenia/przedsiębiorczości/osobisty)



## Cel

### Zachęcenie społeczeństwa do:





## Grupy docelowe działań

### grupa docelowa

- ogół społeczeństwa
  - uczestnicy wydarzeń
  - odbiorcy kampanii w mediach
- rodziny z dziećmi
- ludzie młodzi
- osoby przedsiębiorcze
- potencjalni beneficjenci
- turyści w tym zagraniczni

### grupa docelowa

- beneficjenci

### interesariusze

- media





## Rezultaty i ich pomiar

ankieta  
wśród  
uczestników  
(DIP)

- **Wzrost świadomości wśród społeczeństwa, że:**
  - FE są dostępne
  - oferta FE jest bogata i aktualna
  - FE są dobrze wydawane
  - skala korzystania z FE jest duża
  - FE mają wpływ na rozwój
- **Wzrost zainteresowania wśród społeczeństwa**
  - ofertą projektów dofinansowanych z FE
  - ofertą FE

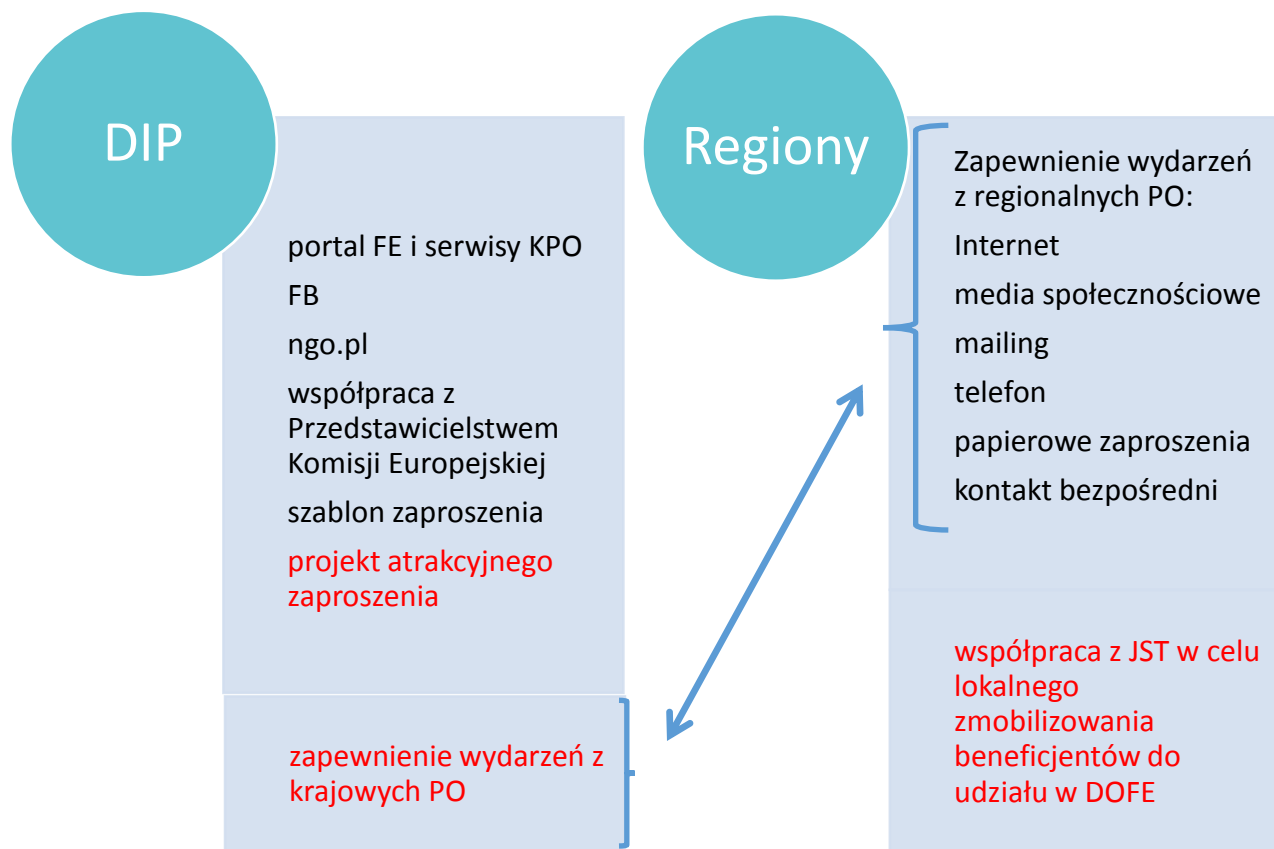


## Wskaźniki pokazujące skalę wydarzenia

- liczba uczestników
- liczba atrakcji
- liczba odwiedzin strony
- liczba newsów w Internecie
- liczba audycji/publikacji w mediach
- liczba projektów zaprezentowanych w mediach
- liczba osób, do których dotarła kampania promocyjna (tv, radio, Internet)
- stopień rozpoznawalności akcji i logo akcji



## Kampania do beneficjentów





## Czym można zachęcić beneficjentów do udziału w DOFE

Propozycja komunikatu:

1. *Wsparcie beneficjentów FE nie kończy się na udzieleniu dotacji, dbamy o ich promocję, zachęcamy społeczeństwo do korzystania z usług i produktów realizowanych w ramach ich projektów.*
2. *DOFE to akcja skupiająca przedsiębiorczych, solidnych i dynamicznych beneficjentów z całej Polski.*



# Czym można zachęcić beneficjentów do udziału w DOFE

## DIP

- 1) pakiet materiałów promocyjnych + publikacje o FE
- 2) obecność w mediach, **także po DOFE**
- 3) plebiscyt
- 4) pamiątka (podziękowania)
- 5) dostępny i łatwy w obsłudze portal z translatoem pełniący funkcję przewodnika,
- 6) **wyodrębnienie projektów kluczowych na mapie projektów na portalu**

## Regiony

Opcjonalnie:

- 1) dodatkowe materiały promocyjne dla beneficjentów
- 2) **wsparcie koncepcyjne dla beneficjentów, doradztwo w zakresie kreowania pomysłów na organizację wydarzeń**
- 3) **wsparcie techniczno-organizacyjne dla beneficjentów np. wolontariat**
- 4) **fotografowanie wydarzeń DOFE u beneficjentów**



## Kampania do ogółu społeczeństwa

### DIP

- spot w radiu i telewizji
- bezpośrednie relacje z wydarzeń
- reportaże o projektach
- rozmowy o FE w studio z udziałem eksperta
- plebiscyt
- wykorzystanie projektów DOFE w działaniach medialnych również poza terminem DOFE
- Komunikat prasowy do sprofilowanej bazy mediów zapowiadający DOFE i podsumowujący akcję
- współpraca z organizacjami turystycznymi (POT)

- promocja w Internecie
- portal FE i serwisy KPO
- Google
- FB

### Regiony

- artykuły/ogłoszenia w prasie regionalnej i lokalnej
- audycje/relacje w regionalnej TV i radiu, **również po DOFE**
- Internet/ media społecznościowe
- komunikacja miejska
- **współpraca z regionalnymi i lokalnymi JST i NGO oraz przychodniami, szkołami, kościołami**
- konkursy z nagrodami dedykowane DOFE
- **dotatkowe gadżety i publikacje o FE**
- konferencje prasowe **z udziałem beneficjentów**
- **współpraca z organizatorami Nocy Muzeów**



## Elementy prezentowanych projektów w mediach

rozwój  
innowacyjność  
nowoczesność

atrakcyjne  
spędzanie czasu

nauka w przyjazny  
sposób

funkcjonalność dla  
społeczeństwa np.  
nie tylko synchrotron, ale  
korzyści jakie ma z niego  
przeciętny Kowalski

historie ludzi  
korzystających z  
inwestycji np. kobieta  
jadąca do pracy, bo może  
zostawić dziecko w  
przedszkolu, człowiek który  
wrócił z zagranicy i założył  
startup



# Plebiscyt

## Kryteria wyboru projektów do plebiscytu:

- rozwój
- innowacyjność
- użyteczność społeczna
- medialność projektu i zaangażowanie organizatorów
- atrakcyjny opis wydarzenia, zdjęcia

Zaangażowanie regionów w aktywną pomoc przy wyborze projektów (lobbowanie, wskazywanie użyteczności społecznej, pomysły na storytelling).



