



str. 14-20



RÓŻA PROMOCJI / laureaci edycji 2014

str. 6-9

**Regionalny Program Operacyjny Województwa Zachodniopomorskiego
2014-2020. Jak przebiegały negocjacje z Komisją Europejską?**

str. 21-24

**ABC promocji.
Etyka w komunikacji marketingowej**



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**Pomorze
Zachodnie**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



W numerze:

3 WSTĘP

WYWIAD

4 Wielka szansa

Rozmowa z prof. Dariuszem Rosatim, posłem do Parlamentu Europejskiego

RPO WZ 2014-2020

6 Finał negocjacji

W ostatnim kwartale roku zapadły ostateczne decyzje dotyczące kształtu Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego

WARSZTAT BENEFICJENTA

10 Ustawa wdrożeniowa

Co reguluje ustawa o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie 2014-2020

RÓŻA PROMOCJI

14 Zorientowani na przyszłość

W jakim kierunku powinna się rozwijać komunikacja marketingowa?

17 Laureaci Róży Promocji

ABC PROMOCJI

21 Reklama a etyka

Z czego wynikają negatywne oceny środowiska PR?

ZŁOTY GRYP POMORZA ZACHODNIEGO

25 Wiatr w żagle

PROMOCJA RPO WZ

26 Biegaj z Programem Regionalnym

Kontrakt terytorialny dla Pomorza Zachodniego

12 listopada Województwo Zachodniopomorskie podpisało kontrakt terytorialny, dokument gwarantujący realizację kluczowych dla regionu inwestycji z zakresu infrastruktury drogowej, kolejowej oraz ochrony zdrowia. 25 przedsięwzięć wpisano na tzw. listę podstawową, a 33 znalazły się na liście rezerwowej. Podczas spotkania Rząd RP reprezentował Adam Zdzieblo, Wiceminister Infrastruktury i Rozwoju. Przedstawicielami

naszego województwa byli Marszałek Województwa Olgierd Geblewicz, wicemarszałek Wojciech Drożdż, wicemarszałek Andrzej Jakubowski oraz członek Zarządu Jarosław Rzepa.

W kontrakcie znalazły się inwestycje usprawniające komunikację w regionie i zwiększające dostęp do Pomorza Zachodniego, m.in. budowa drogi ekspresowej S6 Szczecin – Koszalin wraz z obwodnicą Koszalina i Sianowa, budowa obwodnic Szczecinka (w ciągu drogi S11) i Wałcza (w ciągu drogi S10) oraz budowa tunelu w Świnoujściu,



Fot. Archiwum UMWZP

Przewodniczący Zachodniopomorskiego Zespołu Parlamentarnego, poseł na Sejm RP Arkadiusz Litwiński, Wiceminister Infrastruktury i Rozwoju Adam Zdzieblo, Marszałek Województwa Olgierd Geblewicz, wicemarszałek Andrzej Jakubowski

łączącego wyspy Wolin i Uznam. Inwestycje kolejowe będą się koncentrować na rozwijaniu połączeń na liniach: Szczecin – Poznań oraz Szczecin – Wrocław (Nadodrzanica). Wśród inwestycji służących ochronie zdrowia wskazano rozbudowę ratownictwa medycznego w szpitalu w Zdunowie i utworzenie szpitalnego oddziału ratunkowego w Szpitalu Regionalnym w Kołobrzegu. W ramach kontraktu terytorialnego na Pomorze Zachodnie trafi 17,5 mld zł. Tę kwotę zasilą m.in. środki z Regionalnego Programu Operacyjnego (6,7 mld zł).

Pilotażowe badanie inteligentnych specjalizacji

Pomorze Zachodnie uczestniczy w pilotażowym badaniu inteligentnych specjalizacji, realizowanym przez Bank Światowy na zlecenie Ministerstwa Gospodarki. Oprócz naszego regionu, biorą w nim udział także woj. dolnośląskie, śląskie i świętokrzyskie. Do badania zostanie wybranych po 250 reprezentatywnych przedsiębiorstw z każdego z regionów, w których międzynarodowi eksperci Banku Światowego przeprowadzą wywiady pogłębione. Będą one dotyczyć kilku obszarów funkcjonowania przedsiębiorstw, m.in. zarządzania strategicznego, motorów innowacyjności i wzrostu, potencjału firmy, czynników blokujących wzrost oraz pozycji firmy w łańcuchu wartości i jej relacji z otoczeniem biznesowym. – Silne firmy to silny region, a silny region to silna Polska. Chcemy wzmacniać firmy pod względem innowacyjności,

żeby mogły konkurować na rynku globalnym. Im lepiej zdiagnozujemy stan zachodniopomorskich firm pod względem potencjału innowacyjnego, tym łatwiej będziemy mogli ubiegać się o środki w przyszłej perspektywie finansowej – podkreślił Marszałek Województwa Olgierd Geblewicz podczas spotkania, które odbyło się 3 listopada w Goleniowskim Parku Przemysłowym.

Do regionalnych specjalizacji Pomorza Zachodniego, a więc branż, które stwarzają największe szanse na rozwój regionu, należą: biogospodarka, działalność morska i logistyczna, sektor metalowy i maszynowy, usługi oparte na wiedzy oraz turystyka (w tym zdrowotna). W oparciu o nie prowadzony jest proces identyfikacji inteligentnych specjalizacji Pomorza Zachodniego.

Biuletyn Informacyjny RPO WZ
wydawany na zlecenie
Urzędu Marszałkowskiego
Województwa Zachodniopomorskiego
ul. Korsarzy 34, 70-540 Szczecin



Program Regionalny
dla rozwoju
Pomorza Zachodniego

Egzemplarz bezpłatny

Wydział Turystyki, Gospodarki i Promocji
pl. Hołdu Pruskiego 8
70-550 Szczecin
tel. 91 44 19 195
e-mail: nwolska@wzp.pl
www.rpo.wzp.pl

Realizacja:
Smartlink Sp. z o.o. (www.smartlink.pl)
Redakcja:
Jerzy Gontarz, Joanna Gontarz,
Agata Rokita (Smartlink)
Współpraca z redakcją:
Marcin Szmyt, Natasza Wolska (UMWZ)
Projekt graficzny i skład:
Maciej Pachowicz
Fotografia na okładce:
Akademia Sztuki w Szczecinie

Dane zawarte w biuletynie – stan na 28 listopada 2014 r.

Nabieramy tempa

Kończący się rok upłynął pod znakiem przygotowywania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020. Prace nabrały szczególnej dynamiki w ostatnim kwartale. W kilku rundach negocjacji z Komisją Europejską uzgodniliśmy ostatnie zapisy RPO. Negocjatorzy z KE wysoko ocenili jakość kluczowego dla rozwoju regionu dokumentu. Pozytywne noty dostaliśmy również za stan zaawansowania prac nad strategią regionalnych i inteligentnych specjalizacji. Nasz region znalazł się w grupie pionierów w tej dziedzinie. Cieszymy się, że w kilku spornych kwestiach udało nam się przekonać Komisję Europejską do proponowanych przez naszą stronę rozwiązań. Ustalone odgórnie wzorce nie zawsze mogą znaleźć praktyczne zastosowanie we wszystkich regionach. Każde województwo uczestniczy w modernizacji kraju, ale ma też swoją specyfikę. Niektóre obszary gospodarki dobrze prosperują, inne nadrabiają zaległości, wymagają zatem więcej wsparcia, również finansowego. W planowaniu rozwiązań warto zachować pewną elastyczność, zasadzającą się na czujnej obserwacji kierunków i tempa rozwoju regionu.

O tym, że dzięki strategicznemu planowaniu województwo zachodniopomorskie po 2020 r. będzie silnym i atrakcyjnym regionem, w pełni wykorzystującym swoje atuty, jest przekonany gość tego wydania biuletynu – Dariusz Rosati, poseł do Parlamentu Europejskiego. Rozwój gospodarki morskiej, turystycznej, wysoko technologicznego przemysłu, infrastruktury transportowej, lepsza współpraca jednostek naukowo-badawczych z biznesem, inwestowanie w kapitał ludzki przyczynią się do tego, że Pomorze Zachodnie stanie się ważnym regionem nie tylko na mapie Polsce, ale także w tej części Europy.



Fot. Konrad Królikowski

Istotne w kontekście korzystania z funduszy europejskich jest wejście w życie we wrześniu br. ustawy wdrożeniowej, regulującej zasady realizacji programów w zakresie polityki spójności, finansowanych w perspektywie 2014-2020. W „Warsztacie beneficjenta” staraliśmy się przedstawić Państwu najważniejsze informacje, które mogą być pomocne w poruszaniu się po nowych przepisach. Ustawa wdrożeniowa reguluje m.in. zasady wdrażania środków polityki spójności, podstawowe dokumenty oraz podmioty zaangażowane w ten proces, a także zadania i tryb współpracy między nimi. W ustawie rozstrzygnięto kwestie dotyczące również rozliczeń z Komisją Europejską i monitorowania efektów realizowanych projektów, kontroli, audytu, nieprawidłowości i korekt finansowych, a także pomocy publicznej, zasad wdrażania instrumentów zwrotnych czy też systemu wyboru projektów i procedury odwoławczej.

Pod koniec października br. ogłosiliśmy wyniki drugiej edycji konkursu „Róża Promocji”, honorującego najlepsze działania promocyjne podejmowane w projektach współfinansowanych z RPO WZ. Kierunki nawigacji marketingowej najwyżej ocenionych projektów wyznaczyły inspirujące wzorce działań w tej sferze. Zarówno tegoroczni, jak i ubiegłoroczni laureaci pokazali nam, że wachlarz konwencji promocyjnych, skutecznie oddziałujących na odbiorcę, jest rozległy. Promocja niejedno ma imię. Efekt mogą przynieść zarówno uliczne happeningi, gry terenowe, dni otwarte, jak i profesjonalne targi branżowe, wydawnictwa czy filmy. Laureaci naszego konkursu udowadniają, że projekt współfinansowany z RPO WZ to produkt jak każdy inny. Również do niego odnosi się wymowna zasada „Wyróżnij się albo zgiń”.

Zapraszam do lektury!

Olgierd Geblewicz
Marszałek Województwa Zachodniopomorskiego

Wielka szansa



Rozmowa z prof. Dariuszem Rosatim, posłem do Parlamentu Europejskiego



Fot. Biuro Poselskie Dariusza Rosatego

Jakie cele stawiane polityce spójności w okresie 2014-2020 w kontekście strategii Europa 2020 uznaje Pan za kluczowe?

Strategia Europa 2020, dokument określający kształt polityki spójności Unii Europejskiej na lata 2014-2020, wskazuje trzy priorytety rozwojowe: rozwój inteligentny, rozwój zrównoważony i rozwój sprzyjający włączeniu społecznemu.

Za kluczowe cele stawiane polityce spójności w kontekście strategii Europa 2020 uznają zapewnienie szybszego wzrostu gospodarczego, wzrostu zatrudnienia i jego stabilność, uporanie się z problemem zależności energetycznej. Do najistotniejszych zadań służących realizacji tego kierunku działań należą: rozwój innowacyjny (B+R, inteligentne specjalizacje, współpraca biznesu i uczelni), szkolenia zawodowe (zwłaszcza dla młodych ludzi, ułatwienie im wejścia na rynek pracy), promowanie mobilności na rynku pracy (poprzez stymulowanie transgranicznej i międzysektorowej

mobilności) oraz zwiększenie wydajności pracy przez lepszą edukację, doradztwo i staże.

Na realizację priorytetów w ramach nowej polityki spójności na lata 2014-2020 zosta-

nie przeznaczone 351,8 mld euro. Ich wydatkowanie, a co za tym idzie – realizacja celów strategii Europa 2020, będzie kluczowym wyzwaniem zarówno dla Polski, jak i dla Pomorza Zachodniego. Obecnie – w toku negocjacji programów operacyjnych i w ślad za ustaleniami wynegocjowanej między Polską i Ko-

misją Europejską Umowy Partnerstwa – zapadają decyzje, które określą kierunki wsparcia rozwoju naszego regionu z wykorzystaniem środków europejskich do 2020 r.

Rośnie rola regionów w realizacji unijnej polityki spójności. Szczególnie widoczne jest to w Polsce, gdzie regiony otrzymują szersze kompetencje w zakresie ustalania kierunków interwencji. Czy wszystkie województwa poradzą sobie z nowymi wyzwaniami wyznaczonymi m.in. w strategii Europa 2020?

Regionalne programy operacyjne, wynegocjowane na perspektywę 2014-2020, odpowiadają na wyzwania postawione przed poszczególnymi województwami, a każde z nich w najbliższych latach ma specyficzne cele do osiągnięcia. 6,7 mld zł, które w ramach RPO WZ trafi na Pomorze Zachodnie, zostanie przeznaczone na najważniejsze działania związane z rozwojem województwa. Ostateczny kształt programu będzie odpowiedzią na wyzwania, które przed sobą postawiliśmy.

Aby efektywnie wykorzystać te środki, konieczny jest wielki wysiłek na szczeblu władz regionu. Trzeba umiejętnie podzielić te pieniądze, zgromadzić niezbędny wkład własny i zadbać o ich szybkie i efektywne wykorzystanie. Samorząd Województwa w poprzedniej perspektywie finansowej udowodnił jednak, że potrafi skutecznie radzić sobie z tymi wyzwaniami. Jestem pewien, że tak będzie i w najbliższych latach.

ODEJŚCIE OD DOTYCHCZASOWEGO PODEJŚCIA „WSPIERANIA WSZYSTKICH” NA RZECZ WYBORU DZIEDZIN O WYBITNIE PRORZWOJOWYM POTENCJALE UWAŻAM ZA SŁUSZNE



Jakie widzi Pan szanse dla Pomorza Zachodniego w najbliższych siedmiu latach?

Szansą Pomorza Zachodniego jest przede wszystkim postawienie na regionalną gospodarkę i skoncentrowanie się na takich branżach, jak gospodarka morską, turystycz-

na, wysoko technologiczny przemysł i usługi, które w powiązaniu z potencjałem wyższych uczelni i przemyślaną strategią wykorzystania pieniędzy europejskich – mogą dać regionowi solidny impuls rozwojowy. Dzięki swoim portom, licznym połączeniom kolejowym i rozbudowywanej sieci dróg Pomorze Zachodnie jest coraz lepiej skomunikowane z Europą, ale także – co nie bez znaczenia – z pozostałymi regionami Polski. Jeśli dodamy do tego już finalizowane lub planowane w najbliższym czasie inwestycje, takie jak terminal LNG, tunel w Świnoujściu, modernizacja Odrzańskiej Drogi Wodnej, modernizacja trasy Via Baltica i dalszy rozwój dróg ekspresowych, wyłania się obraz województwa, które poprzez skuteczne zarządzanie i wykorzystanie środków unijnych będzie się dynamicznie rozwijać. Przełoży się to nie tylko na poprawę poziomu życia mieszkańców, ale również przekona sektor prywatny do inwestowania właśnie na tym terenie. Warto więc zachęcać mieszkańców do tego, aby nie wyjeżdżali z Pomorza Zachodniego, lecz właśnie tutaj zakładali swoje firmy.

Nie zapominajmy, że szansą na skuteczny i szybki rozwój są przede wszystkim młodzi i dobrze wykształceni ludzie. Inwestycje w edukację zawsze się zwracają i powinny być promowane na każdym szczeblu.

W nowej perspektywie za wzrostem poziomu innowacyjności i konkurencyjności regionalnych gospodarek ma stać potencjał regionalnych i inteligentnych specjalizacji. Jak Pan ocenia proces, w którym mamy odejść od dotychczasowego podejścia „wspierania wszystkich” na rzecz wyboru dziedzin o wybitnie prorozwojowym potencjale?

Inteligentna specjalizacja stanowi kierunek, jaki Komisja Europejska wytyczyła regionom i państwom członkowskim na lata 2014-2020. Smart specialisation jest warunkiem ex ante korzystania z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz Europejskiego Funduszu Rolnego na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich. Innymi słowy, zanim zainwestujemy, sprawdźmy, czy planowana inwestycja spełnia te warunki, a następnie określmy, w jakiej skali są potrzebne środki finansowe.

Odejście od dotychczasowego podejścia „wspierania wszystkich” na rzecz wyboru dziedzin o wybitnie prorozwojowym potencjale uważam za słuszne. Dzięki zidentyfikowaniu obszarów specjalizujących się w nowoczesnych dziedzinach technologii i nauki możliwe będzie wspieranie innowacji technolo-

gicznych i tworzenie wysoko płatnych miejsc pracy. Wszystko to pozwoli przyspieszyć wzrost gospodarczy i poprawiać warunki życia mieszkańców.

Duża część pieniędzy w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego skierowana będzie do sektora przedsiębiorstw, w tym na współpracę firm z uczelniami i jednostkami B+R. Jak pobudzić tę współpracę, żeby zaowocowała większą liczbą innowacyjnych rozwiązań i napędziła gospodarkę Pomorza Zachodniego?

spodarki. Również efektywne wykorzystanie funduszy unijnych nie jest możliwe bez tej formy kapitału.

Jak może wyglądać Pomorze Zachodnie po 2020 r., jeśli konsekwentnie i mądrze zostaną tu zainwestowane pieniądze polityki spójności?

Dzięki realizacji założonych planów województwo zachodniopomorskie po 2020 r. będzie silnym i atrakcyjnym regionem, który w pełni wykorzystuje swoje atuty geograficzne. Za sprawą dalszego rozwoju gospodarki

DOTYCHCZAS POLSKA NIE BYŁA W STANIE W PEŁNI WYKORZYSTAĆ DOSTĘPNYCH ŚRODKÓW EUROPEJSKICH NA INNOWACJE I B+R. DZIŚ MAMY WIELKĄ SZANSĘ NA PRZYSPIESZENIE ROZWOJU GOSPODARCZEGO



W rozwoju współpracy przemysłu i ośrodków naukowo-badawczych tkwi wielki, wciąż nie-wykorzystany potencjał rozwojowy. Niezbędne jest przekonanie polskich przedsiębiorstw o konieczności opracowywania innowacji produkcyjnych i podejmowania współpracy z naszymi uczelniami. Warto rozważyć zaangażowanie do tych działań finansowych i organizacyjnych instrumentów wsparcia ze strony rządu i władz województwa. Dotychczas Polska nie była w stanie w pełni wykorzystać dostępnych środków europejskich na innowacje i B+R. Dziś mamy wielką szansę na przyspieszenie rozwoju gospodarczego. Wiążą się z nim dodatkowe możliwości tworzenia atrakcyjnych miejsc pracy dla absolwentów zachodniopomorskich uczelni.

Kluczowym elementem budowy silnej gospodarki jest jakość regionalnego rynku pracy. Jakie działania uznaje Pan za kluczowe w obszarze budowania kapitału społecznego na potrzeby gospodarki?

Kapitał społeczny bez wątpienia ma znaczący wpływ na gospodarkę. Deficyty w tej sferze przyczyniają się do zahamowania jej rozwoju. W Polsce kapitał społeczny odgrywa znaczącą rolę w tworzeniu warunków do napływu kapitału zagranicznego i transferu wiedzy, przekładającego się na zwiększenie zdolności konkurencyjnej i innowacyjnej polskiej go-

morskiej, wspierania perspektywicznych gałęzi gospodarki, zasilanych rozwiązaniami wypracowywanymi przez jednostki innowacyjno-badawcze, Pomorze Zachodnie może się stać silnym gospodarczo regionem nie tylko w Polsce, ale także w tej części Europy. Sprzyjać temu będzie dalszy rozwój sieci połączeń kolejowych, drogowych oraz dróg wodnych. Inwestując w regionalne specjalizacje, kształcąc wysoko wykwalifikowane kadry i wykorzystując doskonałe położenie geograficzne województwa, zrobimy duży krok na drodze do rozwoju całego regionu.

Rozmawiał Jerzy Gontarz

Finał negocjacji



Po podpisaniu przez Województwo Zachodniopomorskie 12 listopada br. kontraktu terytorialnego, który zwińczył pierwszy etap negocjacji z rządem w zakresie najważniejszych dla regionu w najbliższych latach przedsięwzięć rozwojowych, przyszedł czas na finisz rozmów o drugim z kluczowych dokumentów regulujących wykorzystanie miliardów złotych na Pomorzu Zachodnim. Po pięciu rundach negocjacji z Komisją Europejską uzgodniono ostatecznie zapisy Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2014-2020.

Negocjacje z Komisją Europejską (KE) odbywały się w Warszawie oraz Brukseli. Na czele delegacji KE stali Patrick Amblard, szef sekcji polskiej w dyrekcji generalnej ds. polityki regionalnej, oraz Wallis Goelen z dyrekcji generalnej ds. zatrudnienia. Zespół z Urzędu Marszałkowskiego Województwa Zachodniopomorskiego negocjował pod kierunkiem

publiczne instytucje naukowe i badawcze. Drugą ważną kwestią był podział pieniędzy na inwestycje w zrównoważony transport (V Oś Priorytetowa z budżetem przekraczającym 282 mln euro) obejmujące budowę i modernizację regionalnych dróg oraz linii kolejowych. – W negocjacjach przedstawiciele Komisji pilnowali, by każdy z programów, rów-

tegią inteligentnych specjalizacji, szczególnie zaś przyjęta przez Województwo Zachodniopomorskie metodologia prac. Wstępnie zidentyfikowane specjalizacje stały się podstawą dla uruchomienia procesu przedsiębiorczego odkrywania, który dokonane wybory zweryfikuje pod kątem możliwości i potrzeb zachodniopomorskich firm i instytucji B+R. Wsparcie dla rozwoju inteligentnych specjalizacji będzie jednym z filarów nowego RPO.

EFS: większa odpowiedzialność regionów

Kolejna runda negocjacji, w drugiej połowie października br., poświęcona była tej części programu, która będzie finansowana z Europejskiego Funduszu Społecznego (EFS). Interwencję EFS w Polsce objęły duże zmiany. Pozytywne doświadczenie, wynikające z decentralizacji EFRR i stopniowego włączenia regionów w proces programowania i wdrażania EFS (jako instytucje pośredniczące) w latach 2007-2013, skłoniły stronę polską do zaproponowania Komisji Europejskiej wprowadzenia jeszcze większej decentralizacji i odpowiedzialności regionów za programowanie i wdrażanie interwencji EFS. W efekcie każde województwo opracowało dwufunduszowy regionalny program operacyjny. Wiele kwestii związanych z nowymi zasadami programowania już wcześniej uzgodniono podczas rozmów przedstawicieli Ministerstwa Infrastruktury i Rozwoju z Komisją Europejską na etapie negocjacji Umowy Partnerstwa. Dlatego negocjacje z regionami przebiegały dość sprawnie.

Nauka potrzebuje biznesplanów

W tym samym dniu omówiono też nierozwiązane podczas pierwszego spotkania kwestie dotyczące EFRR. W tej części strony powróciły do problemu finansowania innowacyjnych projektów. Komisja odstąpiła od sztywnego podziału alokacji w zakresie działań badawczo-rozwojowych pomiędzy firmami a instytucjami naukowymi. Wsparcie dla publicznej infrastruktury B+R uzależniła od oceny biznesplanów, które mają potwierdzić przyszłe wykorzystanie zrealizowanych przedsięwzięć w przedsiębiorstwach. Bruksela zapowiedziała systematyczny i pogłębiony monitoring wsparcia w tym obszarze. Uczelnie będą musiały więc zmienić podejście do opracowywania przedsięwzięć planowanych do wsparcia

JEDEN Z NAJTRUDNIEJSZYCH TEMATÓW PODCZAS NEGOCJACJI DOTYCZYŁ FINANSOWANIA INWESTYCJI Z ZAKRESU OCHRONY ZDROWIA. OD POCZĄTKU WIADOMO BYŁO, ŻE RYSUJĄ SIĘ W TEJ MATERII DUŻE ROZBIEŻNOŚCI MIĘDZY STRONAMI



marszałka Olgierda Geblewicza. Za prace nad kształtem RPO i koordynację procesu negocjacyjnego odpowiedzialny jest Wydział Zarządzania Strategicznego w Urzędzie Marszałkowskim, którym kieruje dyrektor Marcin Szmyt.

Na straży europejskiej strategii

Pierwsza tura odbyła się w drugiej połowie września i dotyczyła wsparcia z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego (EFRR). Rozmowy trwały cały dzień i udało się na nich omówić większość spornych kwestii. Dużo czasu zajęła rozmowa na temat podziału pieniędzy w ramach I Osi Priorytetowej RPO WZ „Gospodarka, innowacje, nowoczesne technologie”. To największa pod względem budżetu oś, na którą zarezerwowano ponad 342 mln euro. Zdecydowana większość tej sumy zostanie przeznaczona na rozwój innowacji w firmach, w tym również we współpracy z sektorem B+R. Część funduszy zasili biznesowo zorientowane projekty, realizowane przez

niez nasz RPO, współdziałał na rzecz realizacji celów całej Unii Europejskiej. Przyjęli rolę strażników strategicznych dokumentów, szczególnie najważniejszego z nich: strategii Europa 2020. To generalnie słuszny kierunek w prowadzeniu ogólnoeuropejskiej polityki spójności, lecz nie wszędzie w podobny sposób można planować interwencję – mówi Marcin Szmyt. – Polskie województwa znacznie się od siebie różnią, tak jak Polska ze swoimi potencjałami i problemami różni się od innych krajów członkowskich UE. Krótko mówiąc: są regiony, które mają więcej do nadrobienia w danej dziedzinie i potrzebują na to więcej pieniędzy. W kilku obszarach udało się przekonać przedstawicieli Komisji do większej elastyczności.

Oplaciło się gruntowne przygotowanie zachodniopomorskich negocjatorów. Na spotkania przyjeżdżali dobrze przygotowani. Wszystkie argumenty podparte były szczegółowymi obliczeniami i analizami. Komisji spodobało się zaawansowanie prac nad stra-

ze środków europejskich. Warunkiem dla współfinansowania projektów uczelni, obejmujących np. inwestycje w specjalistyczną aparaturę bądź programy badawcze, będzie wykorzystywanie ich efektów przez przedsiębiorców. Innymi słowy, wszystkie projekty muszą odpowiadać na faktyczne potrzeby firm. – Część badaczy dopiero musi się tego

stawie będzie oceniania realizacja poszczególnych przedsięwzięć, a w rezultacie całego programu.

Kompromis w sprawie szpitali

Jeden z najtrudniejszych tematów dotyczył finansowania inwestycji z zakresu ochrony zdrowia. Od początku wiadomo było, że rysu-

stawowej i ambulatoryjnej opieki medycznej. – To ważny cel, lecz nie możemy zapominać o opiece specjalistycznej, która w związku z szybkim postępowaniem medycyny wymaga nieustannych inwestycji – mówi dyrektor Szmyt. – W rezultacie Bruksela uzależniła swoją zgodę na dofinansowanie, np. szpitali specjalistycznych, od rozwiązań, które muszą zostać przyjęte na szczeblu centralnym.

UZGODNIENIE WSZYSTKICH ZAPISÓW NOWEGO RPO Z BRUKSELĄ OTWORZYŁO DROGĘ DO ZATWIERDZENIA OSTATECZNEJ WERSJI PROGRAMU W I KWARTALE 2015 R. WTEDY ZAPALI SIĘ ZIELONE ŚWIATŁO DLA PRZYGOTOWAŃ SZCZEGÓŁOWYCH DOKUMENTÓW I OGŁOSZENIA PIERWSZYCH KONKURSÓW



uczyć. Ale nie ma innego wyjścia. To jedyny kierunek, gdy myślimy o zbudowaniu dobrze funkcjonującej gospodarki regionalnej, zasila-nej rodzimymi innowacjami – dodaje dyrektor.

Finał rokowań odbył się w Brukseli pod koniec listopada (EFS) i na początku grudnia (EFRR). Większość czasu w rozmowach dotyczących interwencji z obu funduszy (EFRR i EFS) zajęła szczegółowa analiza zapisów RPO pod kątem doprecyzowania poszczególnych celów i omawianie wskaźników, na których pod-

ję się w tej materii duże rozbieżności między stronami. Komisja stoi na stanowisku, że unijne dotacje powinny być uruchamiane dopiero wtedy, gdy nasz krajowy system ochrony zdrowia znacząco przeobrazi się, będzie lepiej odpowiadał na potrzeby obywateli, a koordynacja wprowadzona na różnych poziomach zracjonalizuje koszty jego funkcjonowania.

Jednym z obszarów, który Komisja postrzega jako ważny w kontekście reformy całego systemu, jest upowszechnienie dostępu do pod-

Pod przewodnictwem ministra zdrowia powstanie komitet sterujący, którego zadaniem będzie uzgodnienie ze wszystkimi zainteresowanymi stronami planu działań podejmowanych ze środków unijnych na poziomie krajowym i regionalnym. Komitet będzie analizował pod kątem komplementarności i efektywności kosztowej propozycje inwestycji przedstawione m.in. przez regiony, a następnie opracuje listę potencjalnych projektów do realizacji. Na stworzenie takiego planu inwestycyjnego Polska ma czas do końca 2016 r.

Uzgodnienie wszystkich zapisów nowego RPO z Brukselą otworzyło drogę do zatwierdzenia ostatecznej wersji programu w I kwartale 2015 r. Wtedy zapali się zielone światło dla przygotowań szczegółowych dokumentów i ogłoszenia pierwszych konkursów. To wiadomość wyczekiwana przez wszystkich potencjalnych beneficjentów, którzy planują wsparcie swoich projektów pieniędzmi z Unii Europejskiej.

Andrzej Szoszkievicz

Marszałek Województwa Zachodniopomorskiego Olgierd Geblewicz



Fot. Konrad Królikowski

Rozmowy z Komisją Europejską nie należały do najłatwiejszych. Usiedliśmy do negocjacyjnego stołu w sytuacji, gdy o pryncypiach zdecydowała już Umowa Partnerstwa, wynegocjowana z polskim rządem w maju tego roku. Bardzo często słyszeliśmy w toku negocjacji odwołania do tego dokumentu. W moim przekonaniu Umowa Partnerstwa to właściwy krok w stronę modernizacji naszego kraju, a przede wszystkim dobry plan na rozwój gospodarki i wiele słusznych pomysłów na efektywne wykorzystanie w Polsce miliardów euro z budżetu Unii. Z drugiej strony dostrzegam jednak możliwość, by ramy określone przez Umowę we właściwy sposób odnieść do regionalnej specyfiki i uwzględnić występujące pomiędzy polskimi województwami różnice.

Tego zróżnicowania negocjatorzy Komisji początkowo nie zauważali. Prezentowali zdecydowanie zbyt sztywne stanowisko, próbując jedną miarą mierzyć każdy regionalny

program operacyjny i narzucać wszystkim regionom jednakowe zapisy. Wystarczy przywołać chociażby ograniczanie wsparcia na infrastrukturę drogową, jednakowe limity na cel tematyczny związany z badaniami i rozwojem czy uzbrajanie terenów inwestycyjnych.

Negocjacje kończymy z przeświadczeniem, że wszędzie, gdzie było ku temu pole, przekonaliśmy Komisję do naszych pomysłów na zainwestowanie w regionie pieniędzy europejskich. Obroniliśmy pulę środków przeznaczonych na rozwój infrastruktury transportowej województwa. Uzgodniliśmy, unikając sztywnych limitów, alokacje na inwestycje na rzecz badań i rozwoju czy też dozbieranie terenów inwestycyjnych. Obroniliśmy wsparcie zaplanowane w programie na infrastrukturę transportu wodnego czy też przedsięwzięcia edukacyjne promujące naukę i innowacje.

DO KOGO I NA CO SKIEROWANE BĘDZIE WSPARCIE W NOWYM PROGRAMIE*

OŚ PRIORYTETOWA	POTENCJALNI BENEFICJENCI / GRUPY DOCELOWE	WYBRANE PRZEDSIĘWZIĘCIA OBJĘTE WSPARCIEM
1  GOSPODARKA, INNOWACJE, NOWOCZESNE TECHNOLOGIE 342,05 mln euro z EFRR	▶ przedsiębiorcy lub ich partnerstwa ▶ partnerstwa naukowo-przemysłowe (liderem jest przedsiębiorstwo) ▶ instytucje otoczenia biznesu ▶ jednostki naukowe ▶ podmioty zarządzające terenami inwestycyjnymi ▶ inkubatory przedsiębiorczości ▶ jednostki samorządu terytorialnego ▶ jednostki organizacyjne i związki jst ▶ samorząd województwa	▶ tworzenie i rozwój infrastruktury B+R w przedsiębiorstwach ▶ tworzenie i rozwój wspólnej infrastruktury B+R dla przedsiębiorstw ▶ badania naukowe, przemysłowe lub prace rozwojowe w przedsiębiorstwach wraz z przygotowaniem do wdrożenia w gospodarce ▶ tworzenie infrastruktury B+R w jednostkach naukowych ▶ upowszechnianie technik informacyjno-komunikacyjnych w przedsiębiorstwach ▶ tworzenie, rozbudowa i wzmacnianie infrastruktury na rzecz rozwoju gospodarczego ▶ tworzenie i rozwój nowych firm ▶ wzmocnienie potencjału instytucji otoczenia biznesu do świadczenia zaawansowanych usług ▶ wzrost kooperacji przedsiębiorstw
2  GOSPODARKA NISKOEMISYJNA 217,7 mln euro z EFRR	▶ przedsiębiorstwa ▶ jednostki samorządu terytorialnego i ich związki ▶ jednostki organizacyjne jst ▶ organizacje pozarządowe ▶ państwowe jednostki budżetowe ▶ TBS, wspólnoty i spółdzielnie mieszkaniowe ▶ jednostki sektora finansów publicznych	▶ budowa infrastruktury zintegrowanego systemu transportu ▶ modernizacja taboru transportu miejskiego ▶ modernizacja energetyczna wielorodzinnych budynków mieszkaniowych i obiektów użyteczności publicznej ▶ zastępowanie konwencjonalnych źródeł energii źródłami odnawialnymi ▶ budowa, rozbudowa, modernizacja jednostek wytwarzających energię elektryczną i/lub ciepłą z odnawialnych źródeł energii ▶ zwiększenie potencjału sieci energetycznej do odbioru energii z odnawialnych źródeł energii ▶ budowa jednostek wytwarzania energii elektrycznej i ciepła w wysokosprawnej kogeneracji
3  OCHRONA ŚRODOWISKA I ZAPOBIEGANIE ZAGROŻENIOM 73 mln euro z EFRR	▶ jednostki samorządu terytorialnego i ich związki ▶ jednostki organizacyjne jst ▶ administracja rządowa ▶ Lasy Państwowe, parki narodowe i krajobrazowe ▶ Ochotnicza Straż Pożarna ▶ zakłady opieki zdrowotnej ▶ organizacje pozarządowe ▶ przedsiębiorcy ▶ osoby fizyczne	▶ budowa lub modernizacja urządzeń wodnych małej retencji ▶ rozwój systemów wczesnego ostrzegania i prognozowania zagrożeń ▶ wsparcie systemu i służb ratownictwa ▶ inwestycje ograniczające ryzyko wystąpienia powodzi ▶ zabezpieczenie miast przed niekorzystnymi zjawiskami pogodowymi i ich następstwami ▶ budowa i modernizacja sieci kanalizacyjnych, wodociągowych i oczyszczalni ścieków (w tym indywidualnych) ▶ budowa inteligentnych systemów zarządzania sieciami wodociągowymi ▶ rozwój systemu gospodarki odpadami komunalnymi (w tym niebezpiecznymi)
4  NATURALNE OTOCZENIE CZŁOWIEKA 90,4 mln euro z EFRR	▶ jednostki samorządu terytorialnego i ich związki ▶ jednostki sektora finansów publicznych ▶ Regionalna Dyrekcja Ochrony Środowiska ▶ instytucje kultury ▶ kościoły ▶ Lasy Państwowe ▶ parki krajobrazowe ▶ jednostki naukowe ▶ przedsiębiorcy ▶ organizacje pozarządowe	▶ konserwacja i restauracja zabytków ▶ rozwój instytucji kultury o zasięgu ponadregionalnym ▶ projekty w zakresie ochrony różnorodności biologicznej ▶ projekty z zakresu infrastruktury turystyki aktywnej i uzdrowiskowej

OŚ PRIORYTETOWA	POTENCJALNI BENEFICJENCI / GRUPY DOCELOWE	WYBRANE PRZEDSIĘWZIĘCIA OBJĘTE WSPARCIEM
5  ZRÓWNOWAŻONY TRANSPORT 282,6 mln euro z EFRR	▶ jednostki samorządu terytorialnego i ich związki ▶ zarządcy infrastruktury kolejowej ▶ Urzędy Morskie ▶ Regionalny Zarząd Gospodarki Wodnej ▶ Zachodniopomorski Zarząd Melioracji i Urządzeń Wodnych ▶ Urząd Żeglugłi Śródlądowej ▶ organizacje pozarządowe	▶ budowa i przebudowa dróg wojewódzkich, gminnych i powiatowych ▶ budowa i przebudowa regionalnych linii kolejowych oraz dworców ▶ zakup i modernizacja taboru kolejowego ▶ budowa lub modernizacja szlaków żeglownych ▶ utrzymanie dróg wodnych prowadzących do portów
6  RYNEK PRACY 165 mln euro z EFS	▶ przedsiębiorcy ▶ jednostki samorządu terytorialnego ▶ instytucje ochrony zdrowia ▶ organizacje pozarządowe	▶ wsparcie przedsiębiorstw i ich pracowników w zakresie zmiany lub poszerzenia kwalifikacji ▶ wsparcie dla osób planujących rozpoczęcie działalności gospodarczej ▶ projekty w zakresie pomocy w aktywnym poszukiwaniu pracy ▶ wsparcie programów zwiększania dostępu do opieki nad dziećmi w wieku do lat 3 ▶ wdrożenie kompleksowych programów zdrowotnych umożliwiające wydłużenie aktywności zawodowej
7  WŁĄCZENIE SPOŁECZNE 131,2 mln euro z EFS	▶ jednostki samorządu terytorialnego i ich związki ▶ podmioty ekonomii społecznej ▶ Regionalny Ośrodek Polityki Społecznej ▶ organizacje pozarządowe ▶ przedsiębiorcy ▶ instytucje ochrony zdrowia	▶ wsparcie programów na rzecz integracji osób zagrożonych ubóstwem i/lub wykluczeniem społecznym ▶ wsparcie tworzenia i działalności instytucji wspierających ekonomię społeczną ▶ tworzenie miejsc pracy w przedsiębiorstwach społecznych ▶ zwiększenie dostępności wysokiej jakości zindywidualizowanych usług społecznych
8  EDUKACJA 90,2 mln euro z EFS	▶ wszystkie podmioty z wyłączeniem osób fizycznych nieprowadzących działalności gospodarczej lub oświatowej ▶ organy prowadzące szkół i placówek systemu oświaty ▶ organizacje pozarządowe	▶ upowszechnienie edukacji przedszkolnej ▶ wsparcie szkół i placówek prowadzących kształcenie ogólne i zawodowe ▶ podnoszenie kompetencji kluczowych uczniów ▶ wsparcie osób dorosłych w zakresie doskonalenia umiejętności wykorzystywania technologii informacyjno-komunikacyjnych i porozumiewania się w językach obcych
9  INFRASTRUKTURA PUBLICZNA 145 mln euro z EFRR	▶ jednostki samorządu terytorialnego i ich związki ▶ jednostki organizacyjne jst ▶ zakłady opieki zdrowotnej ▶ szkoły wyższe ▶ TBS, spółdzielnie i wspólnoty mieszkaniowe ▶ organizacje pozarządowe ▶ kościoły ▶ przedsiębiorcy ▶ instytucje kultury ▶ szkoły zawodowe ▶ państwowe wyższe szkoły zawodowe	▶ budowa i modernizacja obiektów ochrony zdrowia ▶ odbudowa, przebudowa, modernizacja i wyposażenie infrastruktury społecznej oraz zakładów aktywności zawodowej ▶ zagospodarowanie obiektów zrewitalizowanych ▶ poprawa dostępności do oferty edukacyjnej ▶ wsparcie projektów z zakresu e-administracji, e-zdrowia, e-edukacji, e-kultury, systemów informacji przestrzennej ▶ digitalizacja zasobów kulturowych i naukowych ▶ rozwój infrastruktury informatycznej w instytucjach publicznych
10  POMOC TECHNICZNA 64 mln euro z EFS	▶ Instytucja Zarządzająca RPO WZ 2014-2020 i instytucje pośredniczące ▶ inne podmioty i partnerzy zaangażowani w realizację programu	▶ wsparcie sprawnego systemu zarządzania i wdrażania RPO

*na podstawie projektu RPO WZ 2014-2020 z 19.11.2014 r.

Ustawa wdrożeniowa



Ustawa o zasadach realizacji programów w zakresie polityki spójności finansowanych w perspektywie finansowej 2014-2020, tzw. ustawa wdrożeniowa, reguluje szereg zasad organizowania naboru, oceny wniosków o dofinansowanie z funduszy unijnych oraz procedury odwoławczej. Przedstawiamy Państwu najważniejsze informacje, które mogą być pomocne w poruszaniu się po nowych przepisach.

oraz zawarciem właściwych porozumień lub umów (w przypadku delegowania zadań przez instytucje zarządzające do instytucji pośredniczących). Funkcję instytucji audytowej pełni Główny Inspektor Kontroli Skarbowej.

Desygnacja

Instytucje zaangażowane w realizację programów operacyjnych, zanim rozpoczną wydatkowanie środków unijnych, muszą uzyskać akceptację dla zaplanowanych przez siebie rozwiązań systemowych w zakresie zarządzania, kontroli czy monitorowania, gwarantujących prawidłową realizację programu operacyjnego, zgodnie z zasadami określonymi przez Komisję Europejską (KE). Formą takiej akceptacji w perspektywie finansowej 2014-2020 jest uzyskanie przez instytucję desygnacji – wskazuje Anna Staśkiewicz, kierownik Biura ds. Systemu Realizacji RPO w Wydziale Zarządzania Strategicznego.

Poprzez desygnację, zgodnie z zapisami ustawy wdrożeniowej, rozumiemy potwierdzenie

DOKUMENTY I INFORMACJE PRZEDSTAWIANE PRZEZ WNIOSKODAWCÓW, Z KTÓRYMI ZAWARTO UMOWY O DOFINANSOWANIE PROJEKTU, PO ROZSTRZYGNIĘCIU KONKURSU STANOWIĄ INFORMACJĘ PUBLICZNĄ. OZNACZA TO, ŻE KAŻDA INSTYTUCJA BĄDŹ OSOBA FIZYCZNA MOŻE WYSTĄPIĆ O ICH UDOSTĘPNIENIE



przez ministra właściwego ds. rozwoju regionalnego, wykonującego zadania państwa członkowskiego, że instytucje zaangażowane w realizację programu operacyjnego (zarządzająca, pośrednicząca, wdrażająca) spełniają warunki zapewniające jego prawidłową realizację. Uzyskanie desygnacji jest konieczne dla rozpoczęcia finansowej realizacji programu, rozumianej jako wystąpienie z pierwszą deklaracją wydatków oraz wnioskiem o płatność do KE. Na uzyskanie desygnacji każda z wymienionych instytucji ma 3 miesiące od dnia zatwierdzenia programu operacyjnego.

Proces ten można porównać do audytu zgodności, który przechodziły instytucje zarządzające programami operacyjnymi w perspektywie 2007-2013. Celem audytu zgodności było zapewnienie, iż systemy zarządzania i kontroli, ustanowione przez właściwe instytucje, były zgodne z regulacjami unijnymi i były skuteczne.

Konieczne do uzyskania desygnacji przez ww. instytucje jest spełnienie tzw. kryteriów desygnacji, określonych w załączniku XIII do rozporządzenia ogólnego (rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013 z dnia 17 grudnia 2013 r.), odpowiednich do zakresu realizowanych przez nie zadań, dodatkowo potwierdzonych opinią i sprawozdaniem instytucji audytowej

Kryteria desygnacji

Kryteria desygnacji obejmują wewnętrzne środowisko kontrolne, w którym zawiera się m.in. istnienie właściwej struktury organizacyjnej obejmującej funkcje, zadania i obowiązki instytucji zaangażowanych w realizację programu operacyjnego oraz procedur zapewniających właściwe funkcjonowanie systemu zarządzania i kontroli, zarządzanie ryzykiem, zapewnienie ram gwarantujących przeprowadzenie w razie potrzeby odpowiednich działań w zakresie zarządzania ryzykiem, działania w dziedzinie zarządzania i kontroli, poprzez zapewnienie m.in. procedur dotyczących naboru, oceny i wyboru projektów do dofinansowania, procedur w zakresie kontroli zarządczych, weryfikacji wniosków o płatność, procedur w zakresie wprowadzenia skutecznych i proporcjonalnych środków zwalczania nadużyć finansowych czy procedur zapewniających przedłożenie beneficjentowi dokumentu określającego warunki wsparcia dla każdej operacji, procedury w zakresie obowiązków związanych z monitorowaniem programu (np. wspierające prace komitetu monitorującego program operacyjny).

Mechanizmy antykorupcyjne

Należy zwrócić szczególną uwagę, iż w obecnej perspektywie finansowej olbrzymi nacisk został położony na zapewnienie przez



Fot. Konrad Królikowski

Marcin Sauk, koordynator Wieloosobowego Stanowiska ds. Informatycznych: Trwają prace nad ograniczeniem zakresu dokumentów składanych w wersji papierowej, tak by maksymalnie duża część procesu aplikacyjnego została przeniesiona do systemu elektronicznego.

instytucje zarządzające skutecznymi i proporcjonalnymi środkami zwalczania nadużyć finansowych, z uwzględnieniem rodzajów stwierdzonego ryzyka zgodnie z zapisami art. 125 (4) (c) rozporządzenia ogólnego. Celem jest poprawa w obszarze zapobiegania nadużyciom finansowym oraz ich wykrywania. Podkreśla się, iż ryzyko nadużyć finansowych, w tym korupcji, powinno być odpowiednio zarządzane przez instytucje dysponujące środkami unijnymi, m.in. poprzez wprowadzenie właściwych mechanizmów umożliwiających zapobieganie tym problemom. Przykładem takich działań będzie funkcjonowanie w ramach instytucji zarządzających zespołów ds. samooceny ryzyka nadużyć finansowych.

W kontekście działań kontrolnych umożliwiono instytucjom tzw. kontrole uprzednie, prowadzone przed dniem otrzymania przez wnioskodawcę informacji o wyborze projektu do dofinansowania, które mogą np. służyć weryfikacji dokumentów w zakresie prawidłowości przeprowadzenia właściwych procedur dotyczących udzielania zamówień publicznych lub oceny oddziaływania na środowisko bądź udzielania pomocy publicznej, a także sprawdzenia potencjału administracyjnego wnioskodawcy do realizacji projektów.

System informatyczny

Jak tłumaczy Marcin Sauk, koordynator Wiełosobowego Stanowiska ds. Informatycznych w Wydziale Zarządzania Strategicznego: – Trwają prace nad ograniczeniem zakresu dokumentów składanych w wersji papierowej, tak by maksymalnie duża część procesu aplikacyjnego została przeniesiona do systemu elektronicznego. Chodzi o to, aby proces ubiegania się o dotacje był przyjazny dla wnioskodawcy i absorbował jak najmniej jego czasu. Wymaga to jednak stworzenia szeregu procedur i standardów, które będą gwarantować sprawność i szczelność systemu on-line.

Ponadto wdrażanie idei e-cohesion prowadzi do pełnej informatyzacji procesu rozliczania projektów. Oznacza to, że od momentu podpisania umowy pełna komunikacja między beneficjentami a właściwymi instytucjami będzie realizowana wyłącznie drogą elektroniczną. Beneficjenci otrzymają system informatyczny do obsługi wniosków o płatność, za pomocą którego całość procesu odbywać się będzie on-line.

Zasady naboru wniosków

Zgodnie z ramami określonymi przez ustawę wdrożeniową, w RPO WZ 2014-2020 przewi-

duje się zastosowanie dwóch trybów wyboru projektów do dofinansowania:

- 1) konkursowego
- 2) pozakonkursowego.

Tryb pozakonkursowy może być zastosowany do wyboru projektów, których wnioskodawcami, ze względu na charakter lub cel projektu, mogą być jedynie podmioty jednoznacznie określone przed złożeniem wniosku o dofinansowanie projektu. W trybie pozakonkursowym mogą być wybierane wyłącznie projekty o strategicznym znaczeniu dla społeczno-gospodarczego rozwoju regionu lub obszaru objętego realizacją Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych (ZIT), jak również projekty dotyczące realizacji zadań publicznych.

Wybór określonego trybu należy do instytucji zarządzającej. W RPO WZ wskazano priorytety inwestycyjne, w ramach których przewiduje się zastosowanie trybu pozakonkursowego. Dokładne informacje na ten temat znajdują się w Szczegółowym Opisie Osi Priorytetowych Programu Operacyjnego. Należy podkreślić, że możliwość zastosowania trybu pozakonkursowego w perspektywie 2014-2020 została mocno ograniczona. Zdaniem KE tryb konkursowy powinien być wykorzystywany jako podstawowy dla wyboru projektów do dofinansowania, a tryb pozakonkursowy stosowany tylko w wyjątkowych, uzasadnionych przypadkach.

Zdaniem Katarzyny Kaak-Łaseckiej, koordynatora Zespołu ds. Osi Priorytetowej 1 w Biurze ds. Programowania RPO w Wydziale Zarządzania Strategicznego: – Z jednej strony ma to zapewnić transparentność gospodarowania środkami publicznymi, z drugiej – może budzić wśród wnioskodawców niechęć do dzielenia się szczegółowymi informacjami na temat projektu, np. w obszarach nowoczesnych technologii czy projektów badawczo-rozwojowych.

Przyjaźniejsze terminy

Jedną z nowości wynikających wprost z zapisów ustawy wdrożeniowej jest to, że instytucja ogłaszająca konkurs zobowiązana jest do podania do publicznej wiadomości, w szczególności na swojej stronie internetowej, ogłoszenia o konkursie co najmniej 30 dni przed planowanym rozpoczęciem naboru wniosków o dofinansowanie projektu. Po drugiej, wnioskodawcy będą mieli więcej czasu na uzupełnianie braków formalnych lub oczywistych omyłek. Będzie to minimum 7 dni.

Kto będzie oceniał wnioski?

Oceny spełnienia kryteriów wyboru projektów przez projekty uczestniczące w konkursie dokonuje komisja oceny projektów pracująca wg określonego regulaminu. W jej skład mogą wchodzić pracownicy instytucji ogłaszającej konkurs i/lub eksperci zewnętrzni.

W OBECNEJ PERSPEKTYWIE FINANSOWEJ OLBRYZMI NACISK ZOSTAŁ POŁOŻONY NA ZAPEWNIENIE PRZEZ INSTYTUCJE ZARZĄDZAJĄCE SKUTECZNYCH I PROPORCJONALNYCH ŚRODKÓW ZWALCZANIA NADUŻYĆ FINANSOWYCH



Jawność dokumentacji a tajemnica wnioskodawcy

Warto pamiętać, iż dokumenty i informacje przedstawiane przez wnioskodawców, z którymi zawarto umowy o dofinansowanie projektu albo w stosunku do których wydano decyzje o dofinansowaniu projektu, a także dokumenty przygotowane w związku z oceną dokumentów i informacji przedstawianych przez wnioskodawców po rozstrzygnięciu konkursu stanowią informację publiczną. Oznacza to, że każda instytucja bądź osoba fizyczna może wystąpić o ich udostępnienie.

Procedura odwoławcza

Jak wskazuje Marcin Rom, koordynator Zespołu ds. Odwołań i Nieprawidłowości w Biurze ds. Systemu Realizacji RPO w Wydziale Zarządzania Strategicznego: – W nowej perspektywie finansowej 2014-2020 jedynym środkiem zaskarżenia, przysługującym na etapie postępowania przed sądownego, będzie protest. Będzie on wnoszony przez podmioty ubiegające się o dofinansowanie (wyłącznie w trybie konkursowym) w przypadku negatywnej oceny projektu. W tym aspekcie nic się nie zmienia w stosunku do obowiązujących regulacji z lat 2007-2013.



Fot. Konrad Królikowski

Katarzyna Kaak-Łasecka, koordynator Zespołu ds. Osi Priorytetowej 1: W trybie pozakonkursowym mogą być wybierane wyłącznie projekty o strategicznym znaczeniu dla społeczno-gospodarczego rozwoju regionu lub obszaru objętego realizacją Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych, jak również projekty dotyczące realizacji zadań publicznych.

Podobnie jak dotychczas, ustawa dotycząca nowej perspektywy zawiera definicję pojęcia negatywnej oceny oraz wymienia wymogi formalne protestu. Nowością jest jednak możliwość wezwania wnioskodawcy do uzupełnienia protestu, jeśli ten nie spełnia wszystkich wymogów formalnych, przy czym wezwanie takie wstrzymuje bieg terminu na rozpatrzenie protestu. Regulacja ta z jednej strony uniemożliwi automatyczne pozostawienie protestów bez rozpatrzenia – z korzyścią dla wnioskodawców, z drugiej jednak strony wydłuży postępowanie.

Kto może rozpatrywać protesty?

W nowej perspektywie finansowej protesty będą rozpatrywane przez instytucję zarządzającą albo pośredniczącą – w zależności od struktury organizacyjnej i rozwiązań przyjętych w ramach danego programu operacyjnego. Z samym rozpatrywaniem protestu związane jest pewne novum, uzależnione od rozwiązań przyjętych w programie, a dotyczących właśnie kompetencji do rozpatrywania protestów.

Protest zawsze będzie wnoszony za pośrednictwem instytucji organizującej i przeprowadzającej konkurs i jeżeli ona będzie wła-

ściwa do rozpatrzenia protestu – w zasadzie nic się nie zmieni w stosunku do rozwiązań przyjętych w starej perspektywie (protest będzie wtedy rozpatrywany w zwykłym trybie przez tę instytucję). Wspomniane novum dotyczyć będzie sytuacji, w której instytucja organizująca i przeprowadzająca konkurs nie będzie właściwa do rozpatrzenia protestu (przykładowo konkurs organizuje i przeprowadza instytucja pośrednicząca, zaś właściwą do rozpatrzenia protestu będzie instytucja zarządzająca). W takiej sytuacji pojawia się procedura weryfikacji dokonanej przez siebie oceny, co oznacza, że instytucja organizująca konkurs będzie miała obowiązek przeprowadzenia, w terminie 21 dni od otrzymania protestu, weryfikacji wyniku dokonanej przez siebie oceny projektu w zakresie kryteriów i zarzutów znajdujących się w proteście. W efekcie takiej weryfikacji instytucja organizująca i przeprowadzająca konkurs będzie mogła dokonać zmiany podjętego przez siebie wcześniej rozstrzygnięcia (co będzie skutkowało skierowaniem projektu do właściwego etapu oceny albo umieszczeniem go na liście projektów wybranych do dofinansowania). W przypadku braku podstaw do zmiany rozstrzygnięcia protest kierowany będzie do instytucji właściwej do rozstrzygnięcia protestu.

Nowe zasady lepsze dla wnioskodawców

Zdaniem Marcina Roma, wydaje się, że rozwiązanie to będzie korzystne dla wnioskodawców, albowiem może ono skrócić postępowanie odwoławcze w przypadku stwierdzenia ewidentnych błędów w ocenie. Udogodnienie dla wnioskodawców będzie stanowić również – w przypadku uwzględ-

Dla porównania, ustawa dotycząca starej perspektywy nie przewiduje bezpośrednio takiej możliwości, dlatego projekty – w przypadku uwzględnienia protestu – były kierowane zawsze do ponownej oceny, co w konsekwencji wydłużało zakończenie całego procesu. Zgodnie z regulacjami zawartymi w ustawie odnoszącej się do perspektywy 2014-2020, ponowna ocena projektu będzie teraz przeprowadzana tylko w przypadku stwierdzenia naruszenia obowiązujących procedur, a konieczny do wyjaśnienia zakres sprawy będzie miał istotny wpływ na wynik oceny.

Ustawa wdrożeniowa zmienia również sam termin na rozpatrzenie protestu do 30 dni (plus ewentualnie 21 dni na weryfikację). Termin ten w uzasadnionych przypadkach będzie mógł zostać przedłużony maksymalnie do 60 dni (np. gdy konieczna będzie pomoc ekspertów). W perspektywie 2007-2013 obowiązywał 70-dniowy termin na rozpatrzenie protestu, który mógł zostać przedłużony do 90 dni. Przyjęte rozwiązania mają na celu skrócenie przewlekłości postępowania odwoławczego toczącego się przed instytucjami właściwymi.

Odwołania do sądu – na starych zasadach

Istotnych zmian nie przewidziano natomiast w odniesieniu do kolejnego etapu postępowania odwoławczego, jakim jest postępowanie sądowe. Tak jak dotychczas wnioskodawcy będzie przysługiwała w pierwszej kolejności skarga do właściwego wojewódzkiego sądu administracyjnego, która będzie rozstrzygana w terminie 30 dni (z ewentualnym przerwaniem biegu terminu na uzupełnienie skargi).

W PERSPEKTYWIE 2014-2020 PONOWNA OCENA PROJEKTU BĘDZIE PRZEPROWADZANA TYLKO W PRZYPADKU STWIERDZENIA NARUSZENIA OBOWIĄZUJĄCYCH PROCEDUR, A KONIECZNY DO WYJAŚNIENIA ZAKRES SPRAWY BĘDZIE MIAŁ ISTOTNY WPŁYW NA WYNIK OCENY



nienia protestu przez właściwą instytucję – możliwość bezpośredniego skierowania projektu przez tę instytucję odpowiednio do właściwego etapu oceny albo umieszczenia go na liście projektów wybranych do dofinansowania.

Takie same, jak w starej perspektywie, będą również przesłanki pozostawienia skargi przez sąd bez rozpatrzenia (po terminie, bez kompletnej dokumentacji, bez uiszczenia wpisu). Po otrzymaniu rozstrzygnięcia wojewódzkiego sądu administracyjnego wnioskow-

dawca będzie mógł wnieść skargę kasacyjną do Naczelnego Sądu Administracyjnego, która również będzie rozpatrywana w terminie 30 dni.

Warto zwrócić uwagę, że – tak jak w starej perspektywie – wyłączone będzie stosowanie:

- ▶ niektórych przepisów ustawy Prawo o postępowaniu przed sądami administracyjnymi,
- ▶ przepisów ustawy Kodeks postępowania administracyjnego, z wyjątkiem przepisów dotyczących wyłączenia pracowników organu, doręczeń i sposobu obliczania terminów. Procedura odwoławcza nie będzie wstrzymywała zawierania umów z wnioskodawcami, których projekty zostały wybrane do dofinansowania.

ZIT – nowa filozofia finansowania projektów

Żeby wzmocnić potencjał miast, Unia przygotowała narzędzia, dzięki którym samorządom będzie się opłacało wspólnie ubiegać o pieniądze na projekty służące rozwojowi miejskich obszarów funkcjonalnych. Będą to robić w ramach ZIT-ów – Zintegrowanych Inwestycji Terytorialnych.

Zgodnie ze wstępnymi przyjętymi założeniami RPO WZ 2014-2020, ZIT-y miałyby być realizowane na obszarach funkcjonalnych

największych miast regionu, tj. Szczecina i Koszalina. W celu urzeczywistnienia tej idei podjęta została współpraca z przedstawicielami Stowarzyszenia Szczecińskiego Obszaru Metropolitalnego (SSOM) oraz przedstawicielami samorządów Koszalina, Kołobrzegu i Białogardu (tu w ramach Koszalińsko-Kołobrzewsko-Białogardzkiego Obszaru Funkcjonalnego – KKBOF).

▶ PI 4e (EFRR): promowanie strategii niskoemisyjnych dla wszystkich typów obszarów, w szczególności na obszarach miejskich, wspieranie zrównoważonego transportu miejskiego oraz podejmowania odpowiednich działań adaptacyjnych i mitygujących (m.in. niskoemisyjny transport miejski)

▶ PI 7b (EFRR): zwiększanie mobilności regionalnej poprzez łączenie węzłów drugorzęd-

DZIĘKI ZINTEGROWANYM INWESTYCJOM TERYTORIALNYM SAMORZĄDOM BĘDZIE SIĘ OPŁACAŁO WSPÓLNIE UBIEGAĆ SIĘ O PIENIĄDZE NA PROJEKTY SŁUŻĄCE ROZWOJOWI MIEJSKICH OBSZARÓW FUNKCJONALNYCH



Podstawowymi dokumentami w zakresie udzielonego wsparcia w formule ZIT są Strategie ZIT – Strategia ZIT SOM oraz Strategia ZIT KKBOF, określające m.in. zasady wyboru projektów oraz listę przedsięwzięć do realizacji w formule ZIT. Przewidziane są dwa tryby wyboru projektów, tj. konkursowy i pozakonkursowy, przy zachowaniu odpowiednich, przejrzystych procedur i kryteriów wyboru. Zakłada się powierzenie SSOM i reprezentantowi KKBOF (pełniącym funkcję Związków ZIT) zadań obejmujących: udział w wyborze projektów do dofinansowania z zastosowaniem ustalonych procedur i kryteriów wyboru, udział w procesie akceptacji kryteriów wyboru projektów przez Komitet Monitorujący RPO, prowadzenie monitoringu i ewaluacji ZIT, sprawozdawczość, przygotowanie i zarządzanie budżetem ZIT.

Wstępna propozycja przewiduje, że w ramach RPO WZ 2014-2020 w ramach ZIT realizowane będą projekty w następujących priorytetach inwestycyjnych (PI):

▶ PI 3a (EFRR): promowanie przedsiębiorczości, w szczególności poprzez ułatwianie gospodarczego wykorzystywania nowych pomysłów oraz wspieranie tworzenia nowych firm, z uwzględnieniem inkubatorów przedsiębiorczości oraz stref inwestycyjnych

▶ PI 3c (EFRR): wspieranie zdolności MŚP w zaangażowanie się w proces wzrostu ekonomicznego i innowacji (wsparcie MŚP)

▶ PI 4c (EFRR): wspieranie efektywności energetycznej i wykorzystywania OZE w budynkach publicznych i sektorze mieszkaniowym (m.in. termomodernizacje)

nych i trzeciorzędnych z infrastrukturą TEN-T (m.in. drogi)

▶ PI 10i (EFS): ograniczenie przedwczesnego kończenia nauki szkolnej oraz zapewnienie równego dostępu do dobrej jakości edukacji elementarnej, kształcenia podstawowego i ponadpodstawowego

▶ PI 10iv (EFS): lepsze dostosowanie systemów kształcenia i szkolenia do potrzeb rynku pracy, ułatwianie przechodzenia z etapu kształcenia do etapu zatrudnienia oraz wzmacnianie systemów kształcenia i szkolenia zawodowego.

Zdaniem Mateusza Wagemanna, głównego specjalisty w Biurze ds. Programowania RPO, ostatecznych przesądzeń co do tego, jak będą wyglądały ZIT, w naszym RPO jeszcze nie ma. Nie ma dzisiaj możliwości określenia, jak finalnie będą przebiegały nabory projektów i kto będzie mógł aplikować. Ze wstępnych założeń wynika jednak, że najważniejszymi beneficjentami w ramach ZIT będą: przedsiębiorcy (PI 3c), spółki gminne (np. spółki autobusowe), gminy (np. działając na rzecz swoich jednostek, takich jak szkoły czy zarządy dróg).

Zbigniew Pankiewicz



Fot. Piotr Piosicki

Marcin Rom, koordynator Zespołu ds. Odwołań i Nieprawidłowości w Biurze ds. Systemu Realizacji RPO: W nowej perspektywie finansowej 2014-2020 jedynym środkiem zaskarżenia, przysługującym na etapie postępowania przed sądownego, będzie protest.



Zorientowani na przyszłość

Zakończyliśmy II edycję konkursu „Róża Promocji”, w którym wskazujemy najciekawsze i najskuteczniejsze działania promujące projekty wsparte z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013. 18 października na scenie Bałtyckiego Teatru Dramatycznego w Koszalinie poznaliśmy tych, którzy najlepiej promują swoje przedsięwzięcia.

Nazwa konkursu powinna być odczytywana w kontekście kulturowym i historycznym. Pomorze Zachodnie to region związany z morzem, tak jak było i jest związanych z morzem wielu jego mieszkańców. Dla nich czytelny jest znak róży wiatrów, która pomaga marynarzom w nawigacji. Pomoc w wyznaczaniu kierunku wiatrów i stron świata była podstawową funkcją tej figury przypominającej gwiazdę. W naszym konkursie wyłaniamy najlepsze praktyki w dziedzinie promocji projektów RPO. Nasza róża pomaga nawigować w dziedzinie komunikacji marketingowej. Wskazuje kierunki myślenia i działania, które pomogą rozwinąć i utrzymać efekty przedsięwzięć wspartych z funduszy unijnych.

wy o wartości prawie 2,3 mld zł (dofinansowanie projektów z EFRR wyniosło 1,06 mld zł). 350 projektów infrastrukturalnych o wartości 2,83 mld zł wsparto kwotą przekraczającą 1,5 mld zł. W obszarze społecznym dla 151 umów kwoty te wynoszą odpowiednio: 992,46 mln zł i 526,48 mln zł.

AKTYWNA PROMOCJA PROJEKTU ZWIĘKSZA WIDOCZNOŚĆ NASZEJ INSTYTUCJI LUB PRZEDSIĘBIORSTWA



Pokazujemy efekty

Koszalińskie spotkanie otworzył wicemarszałek Andrzej Jakubowski, który w pierwszej kolejności zaprezentował dotychczasowe efekty realizacji programu regionalnego na lata 2007-2013. Do 30 czerwca tego roku w obszarze gospodarki podpisano 1034 umo-

Wśród wielu osiągnięć warto wymienić: 328 km przebudowanych lub wybudowanych dróg, 203 km linii kolejowych objętych modernizacją, 27 projektów z zakresu infrastruktury oświaty, 2,8 tys. studentów korzystających z nowych inwestycji, 14 zmodernizowanych szpitali, ponad 90 obiektów



Wyróżnieni i laureaci II edycji konkursu „Róża Promocji”. Od lewej: prof. Piotr Niedzielski, dziekan Wydziału Zarządzania i Ekonomiki Usług Uniwersytetu Szczecińskiego (wyróżnienie), Iwona Czerniec, dyrektor Biura Związku Miast i Gmin Dorzecza Parsęty w Karlinie (wyróżnienie), Magdalena Klimaszewska, specjalista ds. reklamy i wizerunku w Power-Tech (Róża za III miejsce), Barbara Jaskierska, przewodnicząca Zarządu PSOUU – Koło w Szczecinie (Róża za II miejsce), Katarzyna Jaślarz, kanclerz Akademii Sztuki w Szczecinie (Róża za I miejsce) oraz wicemarszałek Andrzej Jakubowski

Fot. Konrad Królikowski



Po uroczystości wręczenia wyróżnień i nagród inspirujące wykłady dotyczące komunikacji wizualnej wygłosili Patryk Słowiński (na zdjęciu powyżej), wykładowca Zachodniopomorskiego Uniwersytetu Technologicznego, oraz Bohdan Pawłowicz (na zdjęciu obok), wykładowca, członek rady nadzorczej IAA i sędzia Komisji Etyki Reklamy

infrastruktury turystycznej, 473 mikro, małych i średnich przedsiębiorstw wspartych dotacjami z RPO, 21 projektów polegających na ścisłej współpracy między biznesem a sektorem B+R, prawie 1200 miejsc pracy utworzonych w firmach, ponad 4 tys. pożyczek i poręczeń udzielonych przedsiębiorcom w ramach inicjatywy JEREMIE. Wymieniać można by oczywiście dużo więcej.

– Tych efektów większość z nas na co dzień nie dostrzegaliśmy, gdyby nie działania promocyjne – przekonywał wicemarszałek Jakubow-

widoczności naszej instytucji lub przedsiębiorstwa. Dlatego w konkursie nagradzamy tych beneficjentów, którzy wykraczają poza działania obowiązkowe i starają się zainteresować użytkowników efektami swoich projektów – mówił wicemarszałek Jakubowski.

**POMORZE ZACHODNIE JAKO ORGANIZATOR „RÓŻY PROMOCJI”
JEST PREKURSOREM W UPOWSZECZNIANIU WIEDZY O PROMOCJI
PROJEKTÓW. KONKURS WSKAZUJE KIERUNKI MYŚLENIA
I DZIAŁANIA, KTÓRE POMOGĄ ROZWINĄĆ I UTRZYMAĆ EFEKTY
PRZEDSIĘWZIĘĆ WSPARTYCH Z FUNDUSZY UNIJNYCH**



ski. Dlaczego warto się bardziej angażować w promocję przedsięwzięć wspartych z RPO WZ? – Nie należy poprzestawać na minimum: aktywna promocja projektu to zwiększenie

Ubiegłoroczni laureaci – czyli Miasto Szczecin z promocją bulwarów nadodrzańskich, Związek Miast i Gmin Dorzecza Parsęty z popularyzacją ścieżek rowerowych po nasypie kolejki

wąskotorowej oraz ocieplający wizerunek własnej instytucji i przybliżający historię zabytkowego gmachu i całego miasta Zachodniopomorski Urząd Wojewódzki – wyznaczyli swoimi działaniami i przemyślanymi strategiami wysoki poziom dla kolejnych uczestników konkursu. Ale i w tej edycji znaleźli się tacy, którzy przekonali do siebie Kapitułę Konkursu wysoką jakością prowadzonych działań. To właśnie im wicemarszałek Andrzej Jakubowski wręczył wyróżnienia i nagrody w trakcie uroczystości.

Za efektywne działania PR i nawiązanie dobrych relacji z przyszłymi uczestnikami wydarzeń artystycznych odbywających się w Filharmonii Szczecińskiej wyróżnienie



Fot. Konrad Królikowski

otrzymało Miasto Szczecin. Kolejne wyróżnienie przypadło Wydziałowi Zarządzania i Ekonomiki Usług Uniwersytetu Szczecińskiego za promocję Centrum Transferu Wiedzy i Innowacji Service Inter-Lab – podjęte działania przyczyniają się do lepszego wykorzystania nowej infrastruktury uczelni podczas szkoleń, targów i konferencji. Związek Miast i Gmin Dorzecza Parsęty odebrał wyróżnienie za dostosowanie języka i formy komunikatów do młodego odbiorcy i skuteczne promowanie idei ochrony bioróżnorodności.

Wśród nowych zdobywców Róż znalazła się firma Power-Tech, która w proces doskonalenia produktów włączyła aktywne działania promocyjne. Firma udowodniła, że nawet niszowy projekt współfinansowany z funduszy europejskich może się przyczynić do zbudowania marki rozpoznawalnej na całym świecie. II miejsce przypadło Międzygminnemu Zakładowi Aktywności Zawodowej (MZA) w Dobrej. Działania promocyjne ośrodka za-



pewniają placówce zamówienia na usługi, które gwarantują miejsca pracy dla osób zagrożonych wykluczeniem. Kapituła doceniła też to, że MZAZ upowszechnia ideę przedsiębiorczości społecznej i wypracował sprawdzony model współpracy trzeciego sektora z samorządami.

dużo o nas piszą lub mówią. To sposób na uzyskanie bardzo ważnej informacji zwrotnej.

Większość beneficjentów – to znowu można wywnioskować na podstawie kontaktów – nie podejmuje żadnych prób budowania komunikacji marketingowej, ograniczając się

dozone w konkursie działania takie właśnie są – ożywają to, co stworzono w wyniku projektu.

Do konkursu zgłaszają się ci beneficjenci, którzy rzeczywiście chcą się pochwalić albo co najmniej podzielić swoimi doświadczeniami. A często jest to dość obcy obszar działania, bo nie przywykliśmy do współpracy z profesjonalistami i nie zawsze angażujemy należących do zespołu ludzi, którzy mogliby się zająć promocją projektów. Dlatego wszystkim Uczestnikom składamy głębokie podziękowania za czas poświęcony na wypełnienie ankiet i dużą staranność w przygotowaniu materiałów. Mamy nadzieję, że udział w konferencjach wieńczących kolejne edycje przyniósł korzystny zwrot z zainwestowanego wcześniej przez Państwa czasu.

PO PIERWSZE – PROMOCJĘ TRZEBA PLANOWAĆ. PO DRUGIE – MONITOROWAĆ JEJ EFEKTY. TO SPOSÓB NA UZYSKANIE BARDZO WAŻNEJ INFORMACJI ZWROTNEJ – WSKAZÓWEK DO KONTYNUACJI DZIAŁAŃ



Wreszcie pierwsza Róża przypadła Akademii Sztuki w Szczecinie. Kapitułę przekonało zręczne połączenie młodszej dynamiki działań z ich precyzyjnym zaplanowaniem w harmonogramie realizacji projektu „Akademia ZMIENIA Szczecin: modernizacja Pałacu pod Globusem”. Uczelnia umiejętnie dociera do mieszkańców regionu z informacją i promocją poprzez sztukę, organizację artystycznych happeningów, spójną kampanię medialną, konsekwentnie stosowany system identyfikacji wizualnej. Do społeczności Pomorza Zachodniego wychodzi z jednoznacznym komunikatem: Pałac pod Globusem otwiera się na wszystkich zainteresowanych kulturą i sztuką.

jedynie do obowiązków narzuconych w tym zakresie przez wytyczne dotyczące promocji (tablice informacyjne i pamiątkowe, naklejki, czasem ogłoszenia w prasie).

Musimy wyrwać się z pewnej pułapki w myśleniu o promocji projektów. Samo pojęcie „projekt” narzuca myślenie poprzez perspektywę procesu zamkniętego, mającego swój wyraźny początek i koniec. Tymczasem promocja dotyczy efektów, ma nam pomagać w ich uzyskiwaniu. A efekty pojawiają się w wyniku zrealizowania projektu. Tak więc promocja jest zorientowana na przyszłość. Ma wspierać rozwój i utrzymanie wskaźników, czyli tzw. trwałość projektu. Wszystkie nagro-

Pomorze Zachodnie jako organizator konkursu jest prekursorem w upowszechnianiu wiedzy o promocji projektów. Na łamach niniejszego biuletynu znajdują Państwo inspiracje oraz konkretne wskazówki i narzędzia, które można bezpośrednio stosować w planowaniu swoich działań w dziedzinie komunikacji marketingowej. Kolejne Róże zostały rozdane, a to oznacza, że wzbogacamy się o nowe historie udanych przedsięwzięć promocyjnych. To one najlepiej przekonują, że dobra promocja po prostu się opłaca.

Jerzy Gontarz

Juror i kierownik biura konkursu

Ożywianie projektów

Jeszcze garść wniosków nasuwających się po przeprowadzeniu dwóch edycji. Beneficjenci nie zawsze są świadomi prowadzonych działań promocyjnych. Podczas kontaktów biura konkursu z Państwem czasem wręcz musieliśmy przekonywać, że działania promocyjne są prowadzone, bo właśnie obejrzelismy film czy natrafiliśmy na publikację o Państwa projekcie. I niekiedy nam Państwo przyznawali rację. To, że dodatkowa promocja jest, świadczy bardzo dobrze. Należałoby jej nadać jedynie bardziej planowany charakter i lepiej monitorować efekty. To się naprawdę przydaje, i to nie tylko do przygotowania zgłoszenia konkursowego. Dzięki monitorowaniu efektów prowadzonej przez siebie promocji dowiadujemy się, co i jak



Na koniec spotkania najnowszą wiedzę dotyczącą negocjacji RPO WZ 2014-2020 podzielił się Marcin Szmyt, dyrektor Wydziału Zarządzania Strategicznego w Urzędzie Marszałkowskim Województwa Zachodniopomorskiego

Fot. Konrad Krollkowski

laureaci róży promocji

Akademia Sztuki w Szczecinie – RÓŻA ZA I MIEJSCE

promocja na ulicach miasta

Powstała 4 lata temu Akademia Sztuki w Szczecinie – jak na tak młodą uczelnię przystało – działa dynamicznie i z aspiracjami. Jest interdyscyplinarna – łączy kierunki muzyczne ze sztukami wizualnymi. Otrzymała I nagrodę w konkursie „Róża Promocji”, ponieważ pokazała, jak docierać do mieszkańców regionu z czytelnym i atrakcyjnym komunikatem o swoim projekcie.

Jak zmienia się Pałac pod Globusem i co nowe w nim powstaje? By się o tym przekonać, warto się wybrać na wirtualną wycieczkę po historii metamorfozy obiektu, zaglądając na stronę akademiazmieniaszczecin.eu. Przedstawiono tu opisy i zdjęcia Galerii Rektorskiej, głównego holu – miejsca organizacji koncertów, happeningów i spotkań, Sali Kameralnej, pracowni warsztatowych na poddaszu,

– siedzibą Akademii Sztuki. Animatorami tych działań byli naukowcy i studenci AS. Ale to właśnie szczecinianie, przyjezdni lub turyści mogli się poczuć twórcami. – Działania promocyjne skierowaliśmy do mieszkańców Szczecina i całego regionu. Chcieliśmy poruszyć wyobraźnię i pokazać, że nasze miasto jest pełne energii i kreatywnych ludzi. Wszystkie nasze działania i cała kampania w mediach mają wspólną



Fot. Akademia Sztuki w Szczecinie

promocja modernizacji pałacu pod globusem nie tylko umocniła pozytywny wizerunek uczelni. pokazała też, że dobry pomysł inspirowe mieszkańców szczecina i regionu do uczestnictwa w wydarzeniach artystycznych

oprawę i odbywają się pod hasłem „Akademia ZMIENIA Szczecin” – mówi Joanna Wojtarowicz z Biura Promocji Akademii Sztuki w Szczecinie.

Pałac pod Globusem poddano gruntownej modernizacji. Uczelnia pozyskała na ten cel 11 mln zł ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013. Dodatkowe pieniądze pochodziły z budżetu województwa oraz z Ministerstwa Kultury i Dziedzictwa Narodowego. W wyniku realizacji projektu w zabytkową tkankę Pałacu pod Globusem wpisano funkcje nowoczesnego obiektu użytkowego. Co istotne – otwartego dla wszystkich.

„Akademia ZMIENIA Szczecin: modernizacja Pałacu pod Globusem” to wprawdzie projekt infrastrukturalny, lecz jego oddziaływanie ma silny wydźwięk społeczny. Obiekt będzie służył nie tylko działalności akademickiej, ale także zachęca społeczność regionu do włączenia się w życie kulturalne. Nowe przestrzenie Akademii będą dostępne dla mieszkańców i turystów.

Akademickiego Teatru Kameralnego, Ogrodu Zimowego – czytelnicy Mediateki i Przyziemia. Aktualizowane na bieżąco wpisy zachęcają do obejrzenia nowych fotografii, programów telewizyjnych czy odsłuchania w radiu kolejnych odcinków, które relacjonują, jak zmienia się Pałac pod Globusem. Można też wygrać atrakcyjne nagrody w konkursach związanych z projektem.

Akademia z promocją modernizacji Pałacu pod Globusem wyszła też na ulice miasta. Szybko do mediów przeniknęły takie akcje, jak koncert na bębnach, inaugurujący rozpoczęcie prac modernizacyjnych, czy uliczne warsztaty z projektowania „Ładne umeblowanie”. Happening „Piano week” w Alei Kwiatowej i jednym z centrów handlowych w Szczecinie zachęcał do nadania pianinu nowego wizerunku. Wszyscy kojarzyli zjawiskowe zmiany i wędrowki instrumentu z modernizacją Pałacu pod Globusem

Misją uczelni jest promocja talentów i wolności artystycznej. Na rynek pracy już trafiły

Działania promocyjne:

- ▶ akcje plenerowe angażujące mieszkańców
- ▶ wydarzenia organizowane w modernizowanym budynku
- ▶ programy w telewizji regionalnej i audycje radiowe
- ▶ publikacje w ogólnopolskiej prasie specjalistycznej
- ▶ konkurs z nagrodami
- ▶ warsztaty i gry dla dzieci
- ▶ strona internetowa akademiazmieniaszczecin.eu
- ▶ publikacja promocyjna z materiałami informacyjnymi o beneficjencie i donatorach



setki absolwentów Akademii, którzy zdobyli wykształcenie w różnych dziedzinach sztuki. Pracują dziś w takich branżach, jak reklama, projektowanie, muzyka, teatr, komunikacja medialna. Współtworzą przemysły kreatywne, które wytwarzają ok. 5% polskiego PKB.

Działania składające się na promocję modernizacji Pałacu pod Globusem nie tylko umocniły pozytywny wizerunek uczelni. Pokazały też, że dobry pomysł inspiruje mieszkańców Szczecina i regionu do uczestnictwa w wydarzeniach artystycznych. Uliczny happening jest świetnym punktem wyjścia do zmiany mentalności. Teraz nikt już nie ma wątpliwości, że uczelnia jest potrzebna, ożywia życie kulturalne stolicy Pomorza Zachodniego, a jej absolwenci to fachowcy, których warto zatrzymać w regionie. Za te działania Akademia Sztuki zdobyła główną nagrodę w drugiej edycji konkursu „Róża Promocji”.



Fot. Akademia Sztuki w Szczecinie

—— Międzygminny Zakład Aktywności Zawodowej w Dobrej – RÓŻA ZA II MIEJSCE ——

żywa reklama ekonomii społecznej

Ekonomia społeczna to jeden ze skutecznych sposobów na włączanie do „normalnego” życia osób, które z różnych powodów znalazły się poza obszarem wspólnoty społecznej. Praca jest najlepszą formą terapii i integracji. O tym najlepiej wiedzą w Dobrej na ulicy Spełnionych Marzeń.

Szczecińskie Koło Polskiego Stowarzyszenia na rzecz Osób z Upośledzeniem Umysłowym przez lata zabiegało o środki na stworzenie miejsca, w którym niepełnosprawni mogliby pracować, a przy okazji świadczyć usługi dla

lokalnej społeczności. Wreszcie dzięki wsparciu z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007-2013 udało się wybudować w powiecie polickim Międzygminny Zakład Aktywności Zawodowej (MZAŻ). Zatrudnienie znalazło w nim 175 osób, w tym 127 z orzeczoną umiarkowaną i znacznym stopniem niepełnosprawności. Wiele z nich nie wychodziłoby z domu – dziś pracują i zarabiają na siebie.

Zakład w Dobrej jest efektem innowacji społecznej i organizacyjnej. W projekt jego utwo-

zakład w dobrej jest efektem innowacji społecznej i organizacyjnej. skutecznie promuje i upowszechnia ideę ekonomii społecznej

żenia zaangażowało się pięć gmin, dwa powiaty i dwie organizacje pozarządowe – takie partnerstwo publiczno-społeczne nie zdarza się na co dzień. MZAŻ jest dziś najnowocześniejszym i największym w Polsce obiektem



Fot. Konrad Królikowski

Działania promocyjne:

- ▶ opracowanie elementów systemu identyfikacji wizualnej (logo, kolorystyka)
- ▶ strona internetowa
- ▶ plakaty i reklama wielkoformatowa
- ▶ informacje o projekcie w mediach – prasa, radio i TV
- ▶ wykorzystanie mediów społecznościowych – Facebook, Twitter
- ▶ organizacja wydarzeń promujących projekt i jego efekty
- ▶ prezentacja projektu podczas wydarzeń organizowanych przez inne podmioty
- ▶ udział w konkursach

służącym rehabilitacji zawodowej i społecznej. W ośrodku działa pralnia, kuchnia i stolarnia – zakłady świadczące usługi na zewnątrz. Pracownicy MZAZ-u przy ul. Spełnionych Marzeń przyjmują zlecenia na proste prace montażowe i demontażowe, sprzątanie pomieszczeń czy ogrodnictwo. Dużym powodzeniem cieszy się także działalność cateringowa.

Za umiejętną promocję swojej działalności oraz upowszechnianie idei ekonomii społecznej Międzygminny Zakład Aktywności Zawodowej został uhonorowany II nagrodą w konkursie „Róża Promocji”. – Głównym celem naszych działań promocyjnych było informowanie o inicjatywie, która daje pracę osobom niepełnosprawnym – mówi Barba-

ra Jaskierska, przewodnicząca Zarządu Koła PSOUU w Szczecinie. – Chcieliśmy, by nasz zakład był żywą reklamą ekonomii społecznej. I to także się udało. A sukces zawdzięczamy ludziom tworzącym nasz zespół.

Power-Tech – RÓŻA ZA III MIEJSCE

dynamiczny proces

W Polsce tylko pięć firm produkuje wycinarki laserowe w technologii fiber. Wśród nich jest przedsiębiorstwo Power-Tech z Wałcza, które nieustannie pracuje nad rozwojem technologii. I potrafi promować produkty powstające dzięki dotacjom z RPO.

Doskonalenie produktów, odpowiedzialność, rzetelny stosunek do klientów, pracowników i konkurentów – na tych wartościach Power-Tech zbudował markę firmy rozpoznawalnej w branży przemysłu maszynowego. Nowe rozwiązania, np. korpusy polimerobetonowe, są wdrażane dzięki dofinansowaniu z Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego. Maszyny oparte na tej technologii znalazły uznanie u klientów zagranicznych. Pomogła w tym mądra promocja – dopracowane katalogi, filmy, a przede wszystkim udział w targach.

Dla przedsiębiorców kluczowe znaczenie ma możliwość pokazywania swojej oferty podczas spotkań z profesjonalistami z branży. Taką szan-

się stwarzają np. targi EuroBLECH w Hanowerze, które przyciągają ok. 60 tys. ludzi z całego świata. W 2012 r. firma z Wałcza zawarła tam nowe kontrakty i nawiązała współpracę z przedstawicielami handlowymi z USA, Włoch czy Niemiec.

**mądra promocja –
dopracowane katalogi, filmy,
a przede wszystkim udział
w targach – podniosła
konkurencyjność firmy
power-tech z wałcza**

– Dzięki współfinansowaniu inwestycji z RPO WZ mogliśmy rozszerzyć nie tylko działania produkcyjne, ale też promocyjne. Oczywiście jest dla nas bowiem to, że należy nimi objąć nawet produkt o doskonałych parametrach. Skoncentrowaliśmy się na podkreślaniu innowacyjności polimerobetonu, który jest podstawą naszych wycinarek laserowych – mówi



Fot. Power-Tech

Marcin Ejma, prezes Power-Tech. – Promocja to dynamiczny proces. Wymaga więc czujnej obserwacji rynku, potrzeb klienta i błyskawicznej reakcji na nie – dodaje. Tym umiejętnościom Power-Tech zawdzięcza otrzymanie trzeciej nagrody w tegorocznej edycji konkursu.

Działania promocyjne:

- ▶ film promocyjny
- ▶ udział w targach EuroBLECH 2012 w Hanowerze
- ▶ katalog produktów w wersji polskiej, angielskiej i francuskiej
- ▶ zewnętrzne reklamy wielkoformatowe
- ▶ materiały drukowane, np. ulotki promocyjne, teczki na dokumenty
- ▶ system wystawienniczy, umożliwiający prezentacje dla klientów w zakładzie w Wałczu
- ▶ realizacja kampanii reklamowej Google AdWords



Fot. Power-Tech



wyróżnienia

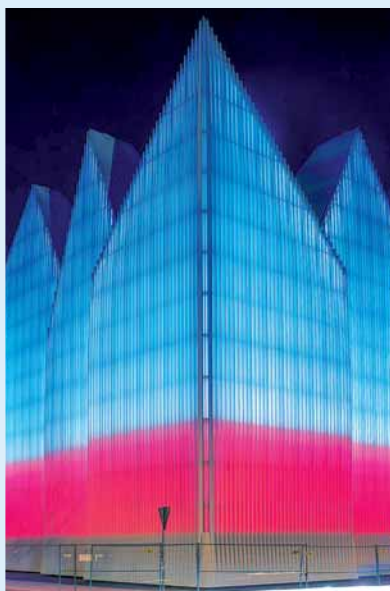
z myślą o odbiorcach

Jurorzy tegorocznej edycji konkursu Róża Promocji przyznali też 3 wyróżnienia. Twórcy projektów pokazali, jak ważny jest społeczny odbiór ich działań. Tu nie ma sztuki dla sztuki.

Filharmonia Szczecińska: ośwoić nowe

Wśród mieszkańców futurystyczny projekt Filharmonii Szczecińskiej początkowo budził sporo kontrowersji. Dziś umacnia się w świadomości szczecinian i turystów jako nowy symbol miasta. Jego promocja była prowadzona na kilku płaszczyznach. Dzięki Media Trip, konferencji zamykającej i podsumowującej inwestycję dla dziennikarzy mediów ogólnopolskich z prasy, radia i telewizji, o Filharmonii dowiedzieli się melomani i miłośnicy architektury z całej Polski. Informacja dotarła także do potencjalnych turystów, którzy podczas zwiedzania miasta nie powinni przeoczyć tego wyjątkowego miejsca.

Doskonałym pomysłem na ocieplenie wizerunku filharmonii był plebiscyt na repertuar koncertu „Filharmonia szczecinianom”, który odbył się w ramach cyklu wydarzeń inaugurujących działalność artystyczną w nowej siedzibie. Mieszkańcy głosowali na wybrane przez siebie utwory muzyczne, których na początku września tego roku mogli wysłuchać w nowych salach koncertowych. Pozwoliło to ukazać pełnię możliwości obiektu oraz sprawiło, że filharmonia utrwaliła się w świadomości mieszkańców jako miejsce, w którym warto być.



Fot. Filharmonia Szczecińska

Związek Miast i Gmin Dorzecza Parsęty: być przewodnikiem

Związek Miast i Gmin Dorzecza Parsęty, pomysłodawca warsztatów w Ośrodku Edukacji Ekologicznej (OEE) w Lipiu, stworzył imponujące warunki do odkrywania i poznawania walorów zachodniopomorskiej przyrody.



Fot. Związek Miast i Gmin Dorzecza Parsęty

Zaangażowani w projekt uczniowie szkół podstawowych, gimnazjalnych i ponadgimnazjalnych uczestniczyli w warsztatach pozwalających odkrywać bogactwo przyrodnicze regionu i zgłębiać wiedzę o Europejskiej Sieci Obszarów Natura 2000. Zajęcia uzupełniały wycieczki piesze i rowerowe po okolicznych ścieżkach przyrodniczych oraz wyjazdy do Wolińskiego Parku Narodowego i ogrodów Hortulus w Dobrzycy. Wyróżnienie przyznano Związkowi Miast i Gmin Dorzecza Parsęty za dostosowanie działań promocyjnych do młodego odbiorcy i skuteczne promowanie idei ochrony bioróżnorodności. Dzięki temu dzieci i młodzież uczestnicząca w projekcie stały się ambasadorami swojej małej ojczyzny.

Service Inter-Lab: poczuć się gospodarzem

Reklama zewnętrzna, artykuły w prasie regionalnej, filmy promocyjne, eventy – w promocji

projektu warto wykorzystać różnorodne kanały informacji. Ten kierunek obrał Service Inter-Lab Centrum Transferu Wiedzy i Innowacji dla sektora usług (SIL), działający przy Wydziale Zarządzania i Ekonomiki Usług Uniwersytetu Szczecińskiego. Jednostka pełni funkcję ośrodka badawczo-rozwojowego i inkubatora przedsiębiorczości. Realizowany przez nią projekt stał się rozpoznawalny w dużej mierze dzięki spójnemu systemowi identyfikacji wizualnej. Wydział Zarządzania i Ekonomiki Usług US, przy którym funkcjonuje obiekt, wykorzystał różnorodne narzędzia promocyjne, by dotrzeć do głównych grup docelowych – studentów, naukowców, przedsiębiorców. Gra miejska „Droga do euro”, skierowana do uczniów szkół ponadgimnazjalnych woje-



Fot. Service Inter-Lab Centrum Transferu Wiedzy i Innowacji

wództwa zachodniopomorskiego, pozwoliła poznać uniwersyteckie obiekty, z kolei autorska gra edukacyjna PlayLab odkryła przed przyszłymi maturzystami możliwości oferowanych przez laboratoria SIL. Dzięki gotowości na kooperację przybywa przedsiębiorców zainteresowanych współpracą z jednostką. Promocja przyniosła więc oczekiwany skutek.

Jerzy Gontarz

Współpraca Agata Rokita

Reklama a etyka



Tym razem spojrzę na komunikację marketingową z nieco innego punktu widzenia. Podczas rozmaitych konferencji, na festiwalach reklamowych czy kongresach branżowych coraz wyraźniej słyszę głos ubolewania nad sposobem traktowania przez społeczeństwo grupy zawodowej związanej z PR.

Mówi się już nie tylko o pauperyzacji tego zawodu, ale o dramatycznie niskiej, i wciąż spadającej, reputacji przedstawicieli PR czy reklamy¹. Krążą nawet specyficzne kawały na temat tej branży, które – jak to kawały – są zwykle przerysowanym czy karykaturalnym odzwierciedleniem rzeczywistości. Trzeba jednak przyznać, że na ogół jest w nich coś symptomatycznego.

Poszukiwanie winnego

Na każdej konferencji, w licznych artykułach czy wywiadach wskazuje się na zewnętrzne przyczyny fatalnej opinii o środowisku, które reprezentują. I okazuje się, że to inni odpowiedzialni są za tę złą ocenę. W pierwszym rzędzie wymienia się dwie profesje: polityków oraz dziennikarzy, których środowisko PR najczęściej obarcza winą. W drugiej kolejności za fatalną ocenę branży odpowiadają sami klienci, czyli usługobiorcy. Większość skarg na tę grupę płynie ze strony agencji reklamowych oraz im podobnych (BTL, eventowych czy interaktywnych).

W przypadku polityków wskazuje się na dwa ich największe nadużycia, przez które środowisko PR ma tak złą reputację. To – po pierwsze – korzystanie z usług branży wyłącznie w kontekście socjotechnicznym i manipulacyjnym: głównym zadaniem PR-owców ma być działanie ułatwiające uzyskiwanie określonego postrzegania przez potencjalnych wyborców, budowane jednak jako pusta fasada, otoczka wizerunkowa, za którą nic rzeczywistego nie stoi. Po drugie – sami politycy w przypadku jakichkolwiek kłopotów, wpadek czy wskazywanych im nadużyć natychmiast zaczynają mówić o uprawianym przez adwersarzy czarnym PR, który ma zniweczyć ich rzekome osiągnięcia.

Dziennikarzom zaś przypisuje się oczernianie praktyk PR w taki sposób, jak to robiono dotychczas z lobbingiem. Sugeruje się, że przez rozliczne publikacje i ciągłe powoływanie się

w nich na działania PR-owców, na ogół w kontekście rozmaitych malwersacji, manipulacji czy innych nadużyć, komunikacja marketingowa zaczyna być traktowana jako zło samo w sobie.

Klienci agencji reklamowych, traktując je w tym szerokim, powyżej zaproponowanym ujęciu, ograniczają ich kreatywność, a przez to postrzeganie ich wartości przez

Miało być tak pięknie

Nierzadko zadaję – nie tylko sobie, ale i kolegom – pytanie, czy rzeczywiście słaby wizerunek branży komunikacji marketingowej ma swoje korzenie we wskazanych nadużyciach tych poszczególnych aktorów. Z pewnością znaleźlibyśmy sporo przykładów pokazujących, że jest coś na rzeczy, a próba obrony stwierdzenia, że przytoczone zarzuty nie mają żadnych podstaw, skończyłaby się niepowodzeniem.

Mimo to warto rozważyć, na ile wskazywane przez samych zainteresowanych czynniki mają wpływ na zły wizerunek branży reklamy i czy przypadkiem nie istnieją jeszcze jakieś inne jego źródła. Dodatkowe pytanie, które

**CZĘSTO PRACE NAJWIĘKSZYCH, NAJBARDZIEJ UZNANYCH
AGENCJI REKLAMOWYCH SĄ PODSTAWOWĄ PRZYZINĄ RÓŻNYCH
KATASTROF WIZERUNKOWYCH I MAJĄ WPŁYW NA POSTRZEGANIE
CAŁEJ BRANŻY**



społeczeństwo, na kilka sposobów. Wymienia się wśród nich coraz mocniejsze ograniczanie budżetów, dyktowane filozofią „more for less”, co naturalnie odbija się na jakości pracy i jej owoców. Wskazuje się również na zachowawczość klientów, brak odwagi, niechęć do poszukiwania nowych rozwiązań kreatywnych czy egzekucyjnych (w kontekście kanałów komunikacji), a wreszcie silne przywiązanie do korporacyjnych stereotypów i zasad komunikowania oraz traktowania każdego odstępstwa od tych zasad jako „niezrozumienie produktu czy marki”. Pojawiają się również głosy środowiska PR, że klienci zmuszają ich do stricte prospektowego trybu funkcjonowania, gdyż nie w pełni rozumieją sens długotrwałego budowania wizerunku, oczekują zaś szybkich i bezpośrednich efektów działania agencji. Często zresztą chcą oceniać pracę agencji tylko na podstawie liczby uzyskanych publikacji, próbując a priori uzyskać gwarancję sukcesu.

może się okazać znacznie trudniejsze, odnosi się do tego, czy przypadkiem to nie te inne czynniki mają decydujące znaczenie. Kolejne pytanie brzmi: gdzie tych innych czynników należy szukać? Odpowiedź, o ile nie nasunie się spontanicznie sama, zaczyna się zarysowywać, gdy przyjrzymy się uważniej różnym efektom pracy tej branży.

I rzecz nie dotyczy tylko i wyłącznie, jak chcą to przedstawić niektórzy więksi gracze tego rynku, owoców pracy rozmaitych domorosłych „reklamiarzy czy pijarów”. Oczywiście efekty ich pracy w postaci przysłowiowych przydrożnych reklam blachodachówek, zrobionych dla klienta przez „jego kuzyna, co umie sporo w Corelu”, czy telefony od pseudopiarowców z dopytywaniem się dziennikarzy, kiedy opublikują tekst z konferencji, na której byli, już nie wspominając o tym, że jedli tam i pili – też mają, niestety, swój udział w ogólnym obrazie branży. Ale mimo wszystko to nie oni stanowią mainstream², to nie ich intelek-

¹ <http://blog.przykawie.pl/?p=816>: „Sporo było narzekania na fatalną opinię medialną środowiska PR. Za współwinnych nagonki uznano dziennikarzy – jako że lobbing został skutecznie zgąbniony licznymi publikacjami i restrykcyjną ustawą utrudniającą życie lobbyistom, wzięto się za public relations”.

² Mainstream (z ang.) – główny nurt, główna, dominująca część grupy, zjawiska, działań etc.

tualne erupcje są tym, co decyduje o wizerunku branży.

Tak naprawdę to często prace tych największych, najbardziej uznanych agencji są prawdziwą przyczyną różnych katastrof wizerunkowych i tym, co istotnie wpływa na postrzeganie branży oraz prestiż (a właściwie brak, a przynajmniej wątpliwą estymę) tego zawodu.

BYŁOBY NIEUCZCIWIE PRÓBOWAĆ PRZEKONYWAĆ, ŻE ŚRODOWISKO KOMUNIKACJI MARKETINGOWEJ PRÓBUJE SZUKAĆ WINNYCH SVOJEJ ZŁEJ REPUTACJI POZA BRANŻĄ, UCIEKA OD PROBLEMU I PRÓBUJE GO TUSZOWAĆ, PRZYPISUJĄC NEGATYWNE DZIAŁANIA DZIENNIKARZOM, POLITYKOM LUB KLIENTOM



To – koniec końców – duże agencje, znaczące domy medialne, profesjonalni (teoretycznie) rzecznicy stoją za różnymi kataklizmami komunikacyjnymi, które potem wpływają na sposób postrzegania tego środowiska. Jeżeli to branża tworzy reklamę, w której głównym bohaterem, traktowanym jak śmieszna pop-kulturowa ikonka, jest Lenin, a na dodatek część tej branży mówi, że właściwie nie widzi w tym działaniu niczego złego, jeżeli to profesjonalna rzeczniczka wielkiej sieci sklepów traktuje – w wypowiedzi dla telewizyjnej Panoramy – swoich klientów jako potencjalnych złodziei, jeżeli przy dużej współpracy ze strony jednego z większych domów medialnych zostaje zamalowany na czarno, jako wstępny etap jego dalszej komercjalizacji, mur warszawskich wyścigów – najsłynniejsza polska galeria graffiti – a takie przykłady można by mnożyć, to nie należy upatrywać kłopotów wizerunkowych branży wyłącznie w działaniach wspomnianych środowisk zewnętrznych.

Krytyczna analiza choćby jednorocznego okresu funkcjonowania środowiska komunikacji marketingowej przyniesie nam solidne żniwa w kontekście działań co najmniej kontrowersyjnych, jak choćby viral pt. „Mafia dla psa”, jeśli nie zupełnie urągających podstawowym kanonom etycznym, formułowanym przez autorytety branży.

Winien i ma

Przyglądając się charakterowi problemów czy „wykroczeń” popełnianych przez środowisko,

można wyodrębnić **4 podstawowe grupy naruszeń:**

1. Posługiwanie się kłamstwem – przyjmując za kłamstwo nie tylko proceder podawania informacji niezgodnych ze stanem faktycznym, ale również wszystkie manipulacje czy inne techniki mające na celu wywołanie u odbiorcy przekonania niezgodnego ze stanem faktycznym.

2. Agresja – uznając za działania agresywne wszystkie treści niosące ze sobą treści wulgarne, obsceniczne czy drastyczne i narażające odbiorców na konieczność obcowania z nimi. Króluje w tej kategorii reklama zewnętrzna, jako ta najsilniej ingerująca w przestrzeń publiczną, czyli ta, którą najtrudniej ominąć.

3. Dyskryminacja i propagowanie niewłaściwych postaw – jako kategoria szkodliwa ze względu na częste stosowanie czy nawiązywanie, a przez to ich utrwalanie, do najgorszych stereotypów bądź uprzedzeń (oraz

przedstawianie lub nawiązywanie do niewłaściwych zachowań czy postaw społecznych, ukazując je jako normę albo zachowanie pozytywne, np. pochwała cwaniactwa).

4. Seksualizacja – ogół działań czy trików promocyjnych, nagminnie wykorzystywanych przez środowisko komunikacji, mających na celu popularyzację produktu czy marki w oparciu o ich (rzekomy) wpływ na wzrost atrakcyjności ich nabywców – atrakcyjności pojmowanej tylko w kontekście seksualnym w wąsko rozumianych kanonach (przysłowiowa – w ślad za kolejnym stereotypem, przytaczanym tu dla lepszego zobrazowania problemu – szczupła, wysoka, długonoga, najczęściej blondynka o niebieskich oczach itp.). W kategorii tej mieszczą się również wszelkie działania reklamowe czy wizerunkowe, które epatują seksem lub nawiązują do niego w bezpośredni bądź pośredni sposób, wskazując, że jest to główny atrybut wartości danej osoby, na ogół kobiety, albo wykorzystują wizerunek kobiet w sposób uprzedmiotawiający – wyłącznie jako obiektu seksualnego. Często w tej kategorii mieszczą się działania szczególnie niebezpieczne – seksualizujące wizerunek dzieci, na ogół małych dziewczynek, bądź z wykorzystaniem dorosłych (18+) modelek, tyle że stylizowanych na gimnazjalistki czy licealistki.

Nie ma kary bez winy

Byłoby nieuczciwie i niezgodnie z rzeczywistością obrazem próbować przekonywać, że środowisko komunikacji marketingowej ucieka od problemu, próbuje go tuszować czy szukać winnych swojej złej reputacji poza



Obraz licencjonowany przez Depositphotos.com/Drukarnia Chroma

branżą, przypisując negatywne działania dziennikarzom, politykom lub klientom.

Żeby nie pozostawać gołosłownym: w ostatnich kilku latach znajdziemy co najmniej kilkadziesiąt rozmaitych przykładów wpisujących się w powyższe kategorie. Od wielu lat również w branży podejmowane są działania mające na celu wyznaczanie standardów czy mechanizmów monitorujących, osądzających i piętnujących postawy naganne.

Chyba najsprawniej działającym w tym zakresie ciałem jest Rada Reklamy (dokładnie Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy) – instytucja skupiająca rozmaite stowarzyszenia branżowe. Mimo prób kwestionowania przez wybranych specjalistów wartości orzeczeń, w kontekście możliwych do użycia sankcji („skazanie” danej reklamy przez zespół orzekający Komisji Etyki Reklamy oraz publikacja tego wyroku jest jedyną sankcją do zastosowania) oraz tempa działania (wyroki często zapadają w czasie, gdy reklama nie jest już emitowana), branży tej udało się stworzyć stosunkowo najsprawniejszy system, realnie działający i rozpatrujący (i skazujący w większości wypadków) z roku na rok coraz większą liczbę spraw (w rekordowym roku 2012 przyjęto 3500 skarg). Na dodatek rozpatrywane są tu skargi, które może złożyć każdy obywatel tego kraju, każdy przysłowiowy Kowalski.

jednak redakcję i dziennikarza. Ale pamiętajmy też, że błędem byłoby rozpatrywanie działań PR tylko w kontekście pojawiających się publikacji. Mamy wszak całe spektrum in-

zarówno bezpośrednie ofiary zbrodniarza, jak i ich rodziny. Wydaje się, że w tym kontekście jeszcze bardziej zadziwiające niż sama reklama są próby jej obrony przez przedstawicieli



nych działań, w których baczniejsza analiza wykazałaby – jeśli nie naruszenie kodeksów branżowych – to tak dalekie balansowanie na krawędzi, że niemożliwe jest, by nie wpływało to na ocenę środowiska.

branży. Tego typu wypowiedzi przyczyniają się dodatkowo do sposobu postrzegania środowiska przez ludzi z zewnątrz, skłonnych – w obliczu takich faktów – powiedzieć, że to już nie tylko brak empatii i podstawowego zrozumienia szerszego kontekstu, ale wręcz pewna gotowość intelektualno-moralna do przekraczania wszelkich granic w dążeniu do komercji i maksymalizacji zysków.

DZIAŁANIA DYSKRYMINUJĄCE, A SZCZEGÓLNI SEKSUALIZUJĄCE, STAŁY SIĘ W ŚWIECIE REKLAMY NORMĄ. W EFEKcie POWOLI PRZESTAJEMY NA NIE REAGOWAĆ. A W ICH PRZYPADKU KONSEKWENCJE SPOŁECZNE SĄ TRUDNE DO ZLICZENIA



Nieco gorzej prezentuje się sprawa Rady Etyki Public Relations. Oczywiście istotnym elementem utrudniającym działanie Rady PR jest zdecydowanie mniejsza widoczność naruszeń etycznych. Pamiętajmy, że za treść komunikatu w przypadku reklamy do końca procesu – samej emisji czy ekspozycji – odpowiada jego nadawca. Wygląda to zupełnie inaczej w przypadku działań PR i w tym kontekście, nawet w przypadku pojawienia się publikacji „wątpliwych” etycznie, odpowiedzialność – w wymiarze moralnym – jest podzielona pomiędzy redakcję a PR-owca, który dostarczył materiał, a w świetle prawa obciąża

Są pewne granice

Jednym z bardziej spektakularnych przykładów naruszeń etyki w kilku kategoriach jest wspomniana reklama Heyah, wykorzystująca postać Lenina. Ona nie tylko mija się z prawdą (postać zbrodniarza pokazana jako ikona popkultury, co w odniesieniu do ludzi młodych, mniej odczytanych, wypacza historię i maskuje realny wymiar zbrodniczych czynów tego człowieka), jej oddziaływanie jest bowiem głębsze. Skarżący reklamę (do Rady Reklamy wpłynęło kilkaset skarg) podkreślali kompletny brak empatii i wyczucia, podkreślając, że w naszym kraju nadal żyją

Agresję najsilniej wdzierającego się w przestrzeń publiczną outdooru, m.in. w postaci reklamy kinowej (np. filmu „Frontiere(s)”) czy obscenicznych plakatów, można rozpatrywać tylko i wyłącznie w kontekście reklamy zewnętrznej. Proszę jednak spróbować odpowiedzieć sobie na pytanie, czy PR-owiec, zajmujący się wsparciem promocji danego tytułu, naprawdę nie ma nic do powiedzenia?

Stereotypy i droga na skróty

Działania dyskryminujące, a szczególnie seksualizujące, stały się w świecie reklamy normą. W efekcie powoli przestajemy na nie reagować. A w ich przypadku konsekwencje społeczne – szeroki wachlarz szkód psychologicznych, socjopatycznych i psychosomatycznych – trudno zliczyć. Gros pojawiających się tu naruszeń dotyczy przedmiotowego, najczęściej zseksualizowanego używania wizerunku kobiet, ale jest też sporo działań wykorzystujących czy zasadzających się na szkodliwych stereotypach. Często reklamy przemycają te

treści pod hasłem posługiwania się humorem. Tak tłumaczyli się autorzy spotu radiowego (skazanego przez Radę Reklamy), który reklamował środki czystości do zakupienia w sieci handlowej Kaufland. Spot ten zaczynał się od rozmowy syna (8-12-letniego, sądząc po głosie) z ojcem: „Tato, a dlaczego wszystkie brudne prace w domu wykonuje mama, a nie ty? – pyta syn. – BO ONA TAK SAMA CHCE, ŻEBY MIEĆ CZYSTE SUMIENIE – odpowiada tata”. O seksualizacji wizerunku kobiet w reklamach powstały bardzo duże opracowania, w których przytacza się przykłady działań oraz precyzyjnie opisuje ich szkodliwość. Mam tu na myśli np. przeprowadzone na dużą skalę badania APA (American Psychological Association) pod kierunkiem Eileen L. Zurbriggen³ czy zrealizowany pod kierownictwem Rega Baileya na zlecenie Ministerstwa Edukacji Wielkiej Brytanii niezależny raport na temat komercjalizacji i seksualizacji dzieciństwa⁴.

Warto jednak zwrócić uwagę, iż w poczynaniach PR pewne działania przebiegają równolegle do określonych produktowych działań reklamowych. Na przykład w publikacjach z czasopism młodzieżowych dla dziewczynek i dziewcząt zamieszczane są teksty opisujące produkt, które nie są reklamą, lecz teoretycz-

ŚWIAT DOKOŁA PEŁEN JEST ROZMAITYCH „BOHATERÓW MEDIALNYCH”, Z KTÓRYMI NIKT Z NAS NIE CHCIAŁBY SIĘ ZAMIEŃCIĆ, CHOĆ BYWA O NICH BARDZO GŁOŚNO. ZAPAMIĘTAJMY: KINDERSZTUBA – TAK JAK W ŻYCIU – RÓWNIEŻ W REKLAMIE WCIĄŻ MA GŁĘBOKI SENS



siedztwie zdjęć opakowań (tzw. packshotów) zapachów dedykowanych, sądząc po grafice i nazwie, dla dziewczynek (8-10 lat), mamy tekst: „Na imprezę wybierasz się w skąpym topie? Zadbaj o odpowiednie nawilżenie skóry, ramion, dekoltu i pleców”.

Wszystkie przytoczone przykłady praktyk zdają się być tylko fragmentami wyrwanymi z większej całości. Ta większa całość to czubek góry lodowej, która z dużym prawdopodobieństwem nie jest w stanie zatopić (idąc już tym tropem) tego Titanica, jakim jest branża komunikacji marketingowej, ale niewątpliwie ma istotny wpływ na jej społeczne postrzeganie. Często zaś, niestety, ta ocena przeno-

szanowaniem dla norm etycznych, choćby ze względu na wyższy poziom kontroli ze strony instytucji nadzorujących. Tak czy inaczej, ogólna tendencja do przekraczania rozmaitych granic jest na tyle wyraźna, że warto na zimne dmuchać. Nie życzę tego nikomu z Państwa, ale może się zdarzyć, że jakaś współpracująca z Państwem agencja czy specjalista ds. promocji zaproponuje rozwiązanie idące w kontrowersyjnym kierunku, i jeszcze będzie argumentować, że „wszyscy tak teraz robią”.

Dlatego warto pamiętać o pewnej kardynalnej zasadzie. Jest ona zaprzeczeniem jednego z największych i najgłośniejszych mitów reklamowych, niestety rozpowszechnionych i dobrze zakodowanych, który głosi, że „nie ważne jak, byleby o nas mówili”. Otóż świat dookoła pełen jest rozmaitych „bohaterów medialnych”, z którymi nikt z nas nie chciałby się zamienić, choć bywa o nich bardzo głośno. A wspomniana zasada, mocno przeze mnie artykułowana, niezależnie od słuchaczy (bez względu na to, czy są nimi moi studenci, czy uczestniczący w szkoleniu top management firm), mówi o tym, że kindersztuba – tak jak w życiu – i w reklamie wciąż ma głęboki sens. I życzyłbym sobie, aby – trochę wbrew niektórym dzisiejszym praktykom – to się nie zmieniło.

Bohdan Pawłowicz

Autor od 20 lat jest związany z rynkiem komunikacji marketingowej w Polsce. Członek rady nadzorczej IAA – Międzynarodowego Stowarzyszenia Reklamy w Polsce. Sędzia Komisji Etyki Reklamy. Wykładowca Public Relations na Uniwersytecie Warszawskim, komunikacji marketingowej i zarządzania kryzysowego na Uniwersytecie Wrocławskim (IDiKS), a także marketingu sportowego w SGH.

*Chcesz o coś spytać autora:
b.pawlowicz@pawlowicz.eu*

KLIENCI AGENCJI REKLAMOWYCH NIERZADKO OGRANICZAJĄ ICH KREATYWNOŚĆ NA KILKA SPOSOBÓW. WYMIENIA SIĘ WŚRÓD NICH CORAZ MOCNIEJSZE OGRANICZANIE BUDŻETÓW, DYKTOWANE FILOZOFIĄ „MORE FOR LESS”, CO NATURALNIE ODBIJA SIĘ NA JAKOŚCI PRACY I JEJ OWOCÓW



nie tekstami odredakcyjnymi. Trudno byłoby powyższą tezę udowodnić, ale możemy z dużym prawdopodobieństwem przyjąć, że połowa tego typu tekstów wyszła spod pióra PR-owca zajmującego się daną kategorią produktów, nie zaś redaktora pisma.

Analizując zawarte w nich sugestie, zauważymy proste przykłady nadużyć czy skrótów myślowych mieszczących się w szkodliwych praktykach opisywanych w cytowanych raportach: „Marzysz o miłości. Zadbaj o buzię, a bez trudu znajdziesz swoją drugą połówkę”. Albo jeszcze ciekawiej: w bezpośrednim są-

szona jest na klienta. Koniec końców – każdy z przytoczonych przykładów, o ile nie był inspirowany przez klienta, to przynajmniej był przez niego akceptowany. Na ogół zresztą nie przez jedną osobę, lecz kilka.

Dlaczego o tym, w sumie dość nieprzyjemnym, temacie postanowiłem Państwu napisać na zakończenie tegorocznego cyklu? Przyczyna jest naturalnie prosta – aby przestrzec. Szczególnie się składa, że niejednokrotnie promocja towarzysząca projektom, realizowanym z wykorzystaniem środków unijnych czy innych pomocowych, budowana jest z większym po-

³ www.apa.org/pi/women/programs/girls/report-full.pdf

⁴ www.official-documents.gov.uk

WIATR W ŻAGLE

W ostatni weekend października, na zakończenie sezonu regatowego mieszkańcy Szczecina uczestniczyli w wyjątkowym wydarzeniu. Po raz pierwszy w historii Odry i miasta, między 2 mostami, najlepsi żeglarze z województwa zachodniopomorskiego rywalizowali w I Regatach Mistrzów – Złoty Gryf Pomorza Zachodniego. Konkurowali na 6 identycznych jednostkach regatowych TOM28, na co dzień używanych w regatach Pucharu Świata Polish Match Tour. Była to więc okazja do sprawdzenia skuteczności nie sprzętu, ale umiejętności i taktyki najlepszych zawodników oraz kapitanów. – Dzięki współpracy z Urzędem Marszałkowskim stworzyliśmy wyjątkowe i emocjonujące widowisko w centrum miasta. Daliśmy szansę wybitnym żeglarzom, by zmierzyli się na identycznych jachtach, dzięki czemu o zwycięstwie decydowały ich umiejętności, a nie sprzęt – powiedział Maciej Cylupa z MT Partners, organizator regat.

Oprócz widowiskowego pojedynku mistrzów na wodzie nie zabrakło również atrakcji na nadodrzańskich bulwarach. Ich przebudowa została sfinansowana dzięki wsparciu z RPO WZ w ramach projektu „Promenada z widokiem na Odrę – przebudowa szczecińskich bulwarów (Modernizacja Bulwaru Gdynińskiego, Piastowskiego, Elbląskiego)”. – Po raz pierwszy organizujemy takie spotkanie przy okazji regat. Ale chyba nie tylko ja myślę, że to dobry pomysł. Żagle na stałe wpisały się w zachodniopomorski krajobraz – mówił Marszałek Województwa Olgierd Geblewicz, który wraz z zaproszonymi gośćmi przedstawił najważniejsze wydarzenia i statystyki mijającego sezonu. W poprzedniej perspektywie z Regionalnego

Programu Operacyjnego na turystykę przeznaczono niemal 287 mln zł. Powstało do tej pory 164 km szlaków rowerowych, a Pomorze Zachodnie zajmuje pierwsze miejsce w kraju pod względem łącznej liczby turystów odwiedzających region oraz pod względem liczby noclegów (17,80% ogólnej liczby noclegów udzielonych w Polsce). Turyści, którzy spędzili czas wolny w naszym regionie, zostawili u nas ok. 1 mld zł. – Do tej sumy należy doliczyć także pieniądze, które trafiają do wielu biznesów powiązanych z branżą turystyczną – mówił Olgierd Geblewicz, który podkreślał, że turystyka to jeden z priorytetów władz województwa. – Należy pamiętać, że turystyka to jedna z naszych pięciu regionalnych specjalizacji – mówił marszałek.



Fot. Sławek „Wiśnia” Wiśniewski (3x)



W trakcie imprezy Marszałek Województwa Zachodniopomorskiego Olgierd Geblewicz podsumował letni sezon turystyczny 2014 oraz przyznał wyróżnienia za markowe produkty turystyczne i działania na rzecz turystyki w województwie. Wyróżnienia odebrali:

Waldemar Miśko – prezes Zachodniopomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej: **za budowę i zagospodarowanie ścieżek rowerowych na terenie Dorzecza Parsęty oraz Zachodniopomorski Szlak Żeglarski**

Zbigniew Jaglątkowski – prezes Związku Portów i Przystani Jachtowych – LOT Zachodniopomorskiego Szlaku Żeglarskiego. Autor koncepcji ZSZ: **za działania związane z Zachodniopomorskim Szlakiem Żeglarskim**

Andrzej Górski – prezes LOT Wokół Drawy, animator działań związanych z wykreowaniem produktu turystycznego na bazie rzeki Drawy: **za promocję i zagospodarowanie rzek Drawy i Korytnicy**

Wojciech Celiński – prezes stowarzyszenia „Centrum Słowian i Wikingów Wolin – Jomsborg – Vineta”, promującego wiedzę historyczną na temat wczesnego średniowiecza: **za Centrum Słowian i Wikingów**

Iwona Bigońska – właścicielka i zarządcą atrakcji turystycznej „Ogrody tematyczne Hortulus i Ogrody Hortulus Spectabilis

Piotr Piwowarczyk – prezes Świnoujskiej Organizacji Turystycznej, dyrektor Muzeum Obrony Wybrzeża w Świnoujściu: **za Fort Gerharda i Podziemne Miasto**

Danuta Borkowska – prezes Zarządu Regionalnego Oddziału Szczecińskiego PTTK: **za działalność na rzecz turystyki**

Maria Syrek – prezes Zarządu Oddziału Zachodniopomorskiego Polskiego Towarzystwa Schronisk Młodzieżowych: **za działalność na rzecz upowszechniania turystyki wśród dzieci i młodzieży**

Magda Węgielnik – prezes Kite Mielno, propagatorka kitesurfingu: **za upowszechnianie możliwości uprawiania kitesurfingu na Pomorzu Zachodnim**

Zbigniew Głabiński – aktywny działacz Zachodniopomorskiej Izby Turystyki, wykładowca na Uniwersytecie Szczecińskim: **za działalność na rzecz kształcenia kadr turystycznych**

Biegaj z Programem Regionalnym

Bieganie dzięki swej popularności stało się znakomitym nośnikiem działań promujących Regionalny Program Operacyjny Województwa Zachodniopomorskiego. Przyłącz się i Ty.

współfinansowanych z RPO WZ. Od tego czasu zarówno otwarcia, jak i uroczystości wręczenia nagród odbywały się we wnętrzach projektów RPO – Hali Widowiskowo-Sportowej przy Politechnice Koszalińskiej oraz Bałtyckim Teatrze Dramatycznym.

Na ulicach, w parkach, lasach, na bieżniach – biegacze wpisali się w krajobraz naszych miast i przedmieść. Nie ma bardziej egalitarnego sportu. W dowolnym miejscu, o dowolnej porze możemy wyruszyć na przebieżkę. Nie zatrzyma nas noc ani wiatr, ani deszcz czy też luźno biegające psy. Dlaczego biegamy? Bo bieganie redukuje stres, poprawia kondycję, bo pokonując kilometry, walczymy z własną słabością, czujemy się zmęczeni, ale szczęśliwi.

– Biegam dla siebie... czyli dla lepszego samopoczucia, zdrowia. Dotlenienie organizmu, obniżenie wagi ciała wpływają pozytywnie na kręgosłup i stawy. Po intensywnym dniu pracy przy biurku bieganie dodatkowo umożliwia mi odpoczynek psychiczny – przyznaje Nikodem Trus.

– Biegam zupełnie amatorsko dla relaksu, odstresowania, zdrowia. Jest to również fajna forma spędzania czasu przede wszystkim z żoną, czasami także ze znajomymi – mówi Marcin Rom.

– Dla mnie to świetny czas na przemyślenia, nabranie dystansu do problemów. Ważna jest

też walka z własnymi słabościami – lubimy coś sobie udowodnić. Można też po prostu słuchać muzyki, więc nadrabiamy zaległości. No i obcowanie z naturą – jeśli mamy możliwość biegać po lesie, polecam właśnie takie trasy. Powodów jest mnóstwo i każdy coś znajdzie dla siebie, warto więc to robić! – zachęca Marcin Sauk.

Pomorce Zachodnie Biega

Po raz pierwszy RPO promował się w trakcie eventu sportowego w 2012 r. Był to **maraton „Nocna Ścieżka”**, który od kilku lat odbywa się w Koszalinie w noc zmiany czasu z letniego na zimowy. Tamtej mroźnej, październikowej nocy uczestnicy pobiegli trasą wyznaczoną przez lokalizacje projektów

wej przy Politechnice Koszalińskiej oraz Bałtyckim Teatrze Dramatycznym.

Promocja w trakcie biegów okazała się na tyle widowiskowa i efektywna, że Województwo Zachodniopomorskie postanowiło poszerzyć jej skalę. Forpocztą był **bieg „10 km na 10 lat w Unii Europejskiej”**, zorganizowany w Szczecinie w ramach Majówki Europejskiej. Aby uczcić Święto Konstytucji 3 Maja, biegacze na starcie utworzyli biało-czerwoną flagę. Sukces promocyjny imprezy zainspirował Urząd Marszałkowski do prowadzenia regularnej akcji **„Pomorce Zachodnie Biega”**.

– Jeszcze całkiem niedawno nikomu przez myśl by nie przeszło, że bieganie może być tak szalenie popularne. Nie dziwi już nikogo młody, senior, kobieta czy mężczyzna, biegający po lasach, parkach, w centrum miasta. Dziś bieganie staje się niemal sportem narodowym. Każdy robi to z innego powodu: żeby odreagować stres, spalić kalorie, spędzić czas w gronie pozytywnych ludzi, a niektórzy po prostu po to, żeby poczuć endorfiny, których nigdy za dużo – tak o narodzinach projektu opowiada Krzysztof Barczyk, dyrektor Gabinetu Marszałka i pomysłodawca projektu. – Chcieliśmy jedną klamrą spiąć wszystkich entuzjastów biegania. Nasza akcja „Pomorce Zachodnie Biega” idealnie wpisuje się w ten trend, przygotowaliśmy 10 tys. koszulek dla biegaczy biorących udział w imprezach biegowych na terenie całego województwa. Już dziś wiemy, że był to strzał w dziesiątkę. Nasi biegacze na codzienne treningi zakładają koszulki z logo Pomorza Zachodniego, ponieważ są uszyte z tkanin „oddychających” i dobrej jakości. Co najważniejsze – są bardzo

REGIONALNY PROGRAM OPERACYJNY OBJĄŁ WSPARCIEM BIEGI ORGANIZOWANE OD WIOSNY DO PÓŹNEJ JESIENI 2014 R. DO KOŃCA ROKU ZAPLANOWANO 30 IMPREZ NA TERENIE WOJEWÓDZTWA



CIEKAWOSTKI Z IMPREZ BIEGOWYCH

- **Dźwirzyno, Bieg Ku Słońcu:** Najstarszym biegaczem był 83-letni Bruno Zieliński z Berlina.
- **Dąbki, Nadmorski Bieg Uzdrowiskowy:** wydarzenie uświetnili swoją obecnością utytułowani zawodnicy: Łukasz Kujawski – złoty medalista Mistrzostw Polski w 2011 r. w biegu na 5000 m, Antonina Rychter – srebrna medalistka Mistrzostw Polski w 2013 r. w długodystansowym biegu górskim (41 km), Jan Rybarczyk – brązowy medalista Halowych Mistrzostw Europy Weteranów w 2013 r. na 5 km w biegu przełajowym.
- **Szczecin, IV Bieg Górski na K2:** poza biegiem pojawiły się dodatkowe atrakcje w postaci stoiska z komputerowym badaniem postawy i stóp oraz stoisko z darmowymi masażami.
- **Płoty, XVIII Międzynarodowy Bieg Uliczny o Sztachetkę – Płoty 2014:** gościem honorowym był Marek Kolbowicz, złoty medalista olimpijski z Igrzysk Olimpijskich Pekin 2008.
- **Choszczno, Choszczeński Bieg Terenowy:** dekoracji zwycięzców wszystkich biegów dokonał brązowy medalista mistrzostw świata w biegu na 800 m – Paweł Czapiewski.
- **Wołczkowo, Gmina Dobra Biega:** gościem specjalnym był były piłkarz Pogoni Szczecin Edi Andradina.
- **Gryfice, Biegi Niepodległości:** najmłodszym uczestnikiem był trzylatek Michał Krysiak, najmłodszą uczestniczką – pięcioletnia Marysia Czysz.



Michał Kojder, amator biegów:

Ilu biegaczy, tyle rad, jak zacząć mądrze uprawiać ten sport. Przestrzegam początkujących przed bardzo długimi dystansami i zbyt szybkim tempem – w każdym sporcie liczy się cierpliwość i konsekwencja. Forsując swój organizm do granic wytrzymałości, na pewno nabawimy się kontuzji, które skutecznie zniechęcą nas do kontynuowania treningów. Pamiętajmy o tym, że lata zaniedbań w zakresie aktywności fizycznej, nadwaga lub otyłość mogą – jeśli zdecydujemy się od początku na długie dystanse – doprowadzić do uszkodzeń stawów. Umiar i rozsądek – to złota zasada biegaczy. Dla początkujących ważny jest dobór obuwia, dopasowanego do anatomii naszej stopy (neutralny, pronacja, supinacja), oraz do nawierzchni, po jakiej planujemy biegać (twarde lub miękkie podłoże). Aby biegać zdrowo, w zgodzie ze swoim organizmem, nie wolno zapominać o rozciąganiu przed treningiem lub po nim. Może to być np. delikatny trucht, mający na celu wprowadzenie organizmu w „stan gotowości”, natomiast po zakończonym treningu warto poświęcić 15 minut na wykonanie zestawu ćwiczeń rozciągających, który pozwoli rozgrzanym mięśniom powrócić do ich pierwotnego stanu. Wykonując gimnastykę rozciągającą przed treningiem lub po nim, uchronimy się przed niepotrzebnymi kontuzjami.

Bieganie stało się moim sposobem na dobre samopoczucie na co dzień, pozwala mi uporządkować myśli. Nie ma nic przyjemniejszego niż tzw. high endorfinowy, spowodowany zmęczeniem i dotlenieniem organizmu. Można się od niego uzależnić. Początki nie są łatwe, zwłaszcza jeśli czujemy konsekwencje lat siedzącego trybu życia. Pozytywne myślenie wraz z odrobiną determinacji i konsekwencji doprowadzą jednak do celu.

eleganckie – informuje dyrektor o działaniach promocyjnych. Taka pamiątka z biegu to zarazem wspinała promocja RPO WZ – fundatora koszulek.

Pasja i wyższe cele

Program Regionalny objął wsparciem biegi organizowane od wiosny do późnej jesieni 2014 r. na terenie województwa. Akcja ma na celu propagowanie zdrowego trybu życia oraz promocję tego najbardziej powszechnego i dostępnego sportu. Do końca 2014 r. zaplanowano 30 imprez. – Już 25 listopada odnotowaliśmy ponad 10 tys. uczestników. To oznacza 10 tys. zawodników startujących w koszulkach technicznych ufundowanych przez RPO WZ. Biegi odbywają się i w dużych, i w małych miejscowościach Pomorza Zachodniego pod wspólnym hasłem „**Biegaj z Programem Regionalnym**” – informuje Krzysztof Garczyński, organizator i opiekun akcji.

Ta forma promocji spotkała się z pozytywnym odbiorem uczestników: „Można odnieść wrażenie, że sponsorzy (patroni) takich biegów są bardzo widoczni zarówno dla zawodników, jak i kibiców. Co ważne, imprezy tego typu gromadzą coraz więcej uczestników, coraz więcej się o nich mówi, często tym imprezom towarzyszą inne atrakcje. Jeżeli zależy komuś na szerokim przekroju aktywnych odbiorców – to jest to bardzo dobre miejsce dla promocji”. W ankietach prowadzonych po każdym z biegów oceny efektywności działań wypadły bardzo pomyślnie.

W narodowe święto 11 Listopada pod auspicjami Regionalnego Programu Operacyjnego odbyło się 5 Biegów Niepodległości. W Darłowie, Gryficach, Kamieniu Pomorskim i Świernie oraz – największy z nich – w Szczecinie. Ten ostatni został zorganizowany w ramach cyklu „Wieczorne bieganie w Szczecinie”. Trasa biegu prowadziła przez tereny miasta, które

zyskały nowy wygląd dzięki dofinansowaniu ze środków Unii Europejskiej w ramach RPO, m.in. przy zmodernizowanym Teatrze Letnim oraz kąpielisku „Arkonka”. Znalazły się przy niej znane szczecińskim miłośnikom rekreacji na świeżym powietrzu stacje ze stanowiskami do ćwiczeń („ścieżka zdrowia” w Puszczy Wkrzańskiej, oznakowana i zagospodarowana dzięki dofinansowaniu ze środków Programu Regionalnego).

Biegi uliczne, przełajowe, górskie, biegi na 10 km, biegi ligowe, masowe, sztafetowe, transgraniczne przyciągnęły ponad 10 tys. uczestników. To pasja, która łączy ludzi w różnym wieku, różnych zawodów. Przyciąga także mistrzów innych dyscyplin. Bo bieganie to ogólnorozwojowy fundament dla każdego zawodnika – czy to zawodowca, czy amatora.

Natasza Wolska

Współpraca Krzysztof Garczyński



Fot. Archiwum UMWZP, Adam Kaźmierski/eXploRa.pl



REGIONALNY PROGRAM OPERACYJNY WOJEWÓDZTWA ZACHODNIOPOMORSKIEGO DOFINANSOWAŁ PONAD **1600** PROJEKTÓW

Zobacz, jak Pomorze Zachodnie wykorzystuje swoją szansę na rozwój.
Zapraszamy na wirtualną wycieczkę po unijnych inwestycjach.

WEJDŹ NA MAPĘ PROJEKTÓW www.projektyrpo.wzp.pl

Portal BIP RBP eRegion Inne Szukaj Zaloguj

31 października 2014 16:37 CET 5°C Stettin

Pomorze Zachodnie

Mapa projektów Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego 2007-2013

Strona główna Efekty Projekty Mieszkańcy o projektach Mapy Statystyka

47 obiektów infrastruktury turystycznej wybudowano lub zmodernizowano [zobacz projekty](#)

Budowa i zagospodarowanie szlaków rowerowych na terenie Dobrej Pierzy
Kwota dofinansowania: 13 183 905,67 zł
[Więcej o projekcie...](#)

Program Regionalny

Dzięki realizacji projektów ze środków Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Zachodniopomorskiego na lata 2007 - 2013 zmienia się obraz naszego regionu: inwestujemy w zachodniopomorskie firmy, modernizujemy infrastrukturę techniczną, dbamy o rozwój szkolnictwa.

Zobacz, jak Pomorze Zachodnie wykorzystuje swoją szansę na rozwój. Zapraszamy na wirtualną wycieczkę po projektach, które realizowane są w różnych zakątkach regionu.

Wybierz powiat

Liczba projektów

Łączna wartość: **6 758 176 zł**

Wydatki kwalifikowalne: **5 942 591 zł**

Dofinansowanie: **3 768 665 716,35 zł**

Wybierz powiat

Wyszukiwarka projektów

Określenie: Wybierz ok
Działanie: Wybierz działanie
Poddziałanie: Wybierz poddziałanie
Dofinansowanie: Wybierz przedział
Nazwa beneficjenta:
[Zastosuj](#)

Z perspektywy projektu

Wpływ Programu na rozwój Pomorza Zachodniego można zmierzyć – wskaźnikami osiąganymi przez dofinansowane projekty.

Zapoznaj się efektami realizacji Programu, przyjrzyj się każdemu z projektów, które za nimi stoją.

Z perspektywy mieszkańca

To, czy Pomorze Zachodnie zmienia się dzięki Programowi, najlepiej ocenić mogą mieszkańcy regionu.

Obejrzyj galerie projektów, złożone ze zdjęć z konkursu fotograficznego i zdjęć lotniczych, przeczytaj raporty o realizacji z "życia" projektów Programu

Z perspektywy statystyka

Postęp w realizacji Programu ilustrują konkretne liczby. Można je pokazać na mapie Pomorza Zachodniego.

Przeanalizuj finansową stronę realizacji Programu w różnych ujęciach. Sprawdź, ile projektów realizowanych jest w Twoim powiecie i gminie.

Najciekawsze projekty

Wybierz powiat na mapie aby przejść do gmin

