

ZARZĄDZANIE DZIAŁANAMI UPOWSZECHNIAJĄCYMI I WŁĄCZAJĄCYMI

PORADNIK DLA INSTYTUCJI POŚREDNICZĄCYCH I i II STOPNIA

Krajowa Instytucja Wspomagająca

Poradnik powstał z uwzględnieniem rekomendacji Grupy roboczej ds. upowszechniania i mainstreamingu składającej się z przedstawicieli KIW oraz Instytucji Pośredniczących I i II stopnia.

Opracowanie:

Agnieszka Jarmuszyńska

Marta Rudnik

Edyta Smolarska

Warszawa, styczeń 2013



Spis treści:

1.	UPOWSZECHNIANIE A WŁĄCZANIE	4
2.	ROLA IP/IP2.....	5
2.1.	Podejście do działań	5
2.2.	Narzędzia wsparcia.....	7
3.	ROLA KIW.....	16
3.1.	Linia demarkacyjna pomiędzy działaniami KIW a IP/IP2/ST w zakresie upowszechniania i włączania.....	16
3.2.	Założenia zasadniczych działań KIW na rzecz IP/IP2	17
4.	DODATKOWE KWESTIE ZWIĄZANE Z UPOWSZECHNIANIEM I WŁĄCZANIEM	18
4.1.	Planowanie działań.....	18
4.2.	Monitorowanie działań	19
	Załączniki	22

WSTĘP

Realizacja działań upowszechniających i włączających (mainstreamingowych) dotyczących produktów projektów innowacyjnych realizowanych w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, począwszy od etapu opracowania strategii wdrażania i wstępnej wersji produktu finalnego, jest przede wszystkim obowiązkiem beneficjenta.

Strategia upowszechniania i włączania jest obowiązkowym elementem wniosku o dofinansowanie, a następnie jest ona doprecyzowywana na etapie przygotowywania strategii wdrażania projektu. Działania włączające stanowią ostatni, obowiązkowy etap realizacji projektu innowacyjnego, a jednocześnie decydują o sukcesie jego realizacji, rozumianym jako wdrożenie wypracowanego produktu do powszechnego stosowania w praktyce i/lub w polityce.

Instytucje Pośredniczące / Instytucje Pośredniczące drugiego stopnia (IP/IP2) wspierają beneficjenta w realizacji działań upowszechniających i włączających. Ich zaangażowanie w ten proces rozpoczyna się już na etapie wyboru tematu, w ramach którego instytucja ogłasza konkurs na projekty innowacyjne. Wybór tematów określa obszary, w których IP/IP2 dostrzegają potrzebę wypracowania innowacyjnych rozwiązań w danym sektorze i/lub regionie. Decyzja o kierunku wsparcia powstających rozwiązań innowacyjnych potwierdzana jest następnie przez IP/IP2 poprzez pozytywne decyzje dotyczące: oceny wniosku o dofinansowanie, zawarcia umowy o dofinansowanie projektu, akceptacji strategii wdrażania, jak również pozytywnej walidacji produktu finalnego dokonanej przez Sieć Tematyczną.

Powyższe decyzje same w sobie nie są elementem działań upowszechniających czy włączających, są jednak potwierdzeniem celowości realizacji danego projektu, a podjąwszy je IP/IP2 powinny aktywnie wspierać beneficjentów w działaniach mających na celu włączenie pozytywnie zwalidowanego produktu do głównego nurtu praktyki i/lub polityki. Zdaniem Instytucji Zarządzającej PO KL, wsparcie beneficjenta przez instytucje będące stroną dofinansowania w działaniach włączających nie stanowi konfliktu interesów pomiędzy stroną finansującą i finansowaną oraz nie stoi w sprzeczności z rolą IP/IP2 w zakresie monitoringu, kontroli i rozliczania projektu innowacyjnego.

Zgodnie z obowiązującymi regulacjami, **beneficjenci projektów współpracy ponadnarodowej PO KL** nie mają obowiązku realizacji działań upowszechniających ani włączających. Niemniej w przypadku wypracowania w tych projektach ciekawych produktów noszących znamiona innowacji, warto prowadzić na rzecz tych przedsięwzięć działania upowszechniające oraz włączające. Z tego też powodu warto, aby działania IP/IP2 z zakresu wsparcia upowszechniania i włączania objęły także projekty współpracy ponadnarodowej.

Rekomenduje się, aby podczas prowadzenia działań upowszechniających i włączających IP/IP2 nawiązywały współpracę z innymi IP/IP2, zwłaszcza w sytuacji wypracowywania produktów finalnych o zbliżonych cechach.

Niniejszy materiał jest propozycją organizacji działań upowszechniających i włączających podejmowanych przez IP/IP2, opracowaną na podstawie dotychczasowych doświadczeń Krajowej Instytucji Wspomagającej w tym zakresie. Zaproponowane w nim narzędzia są kompatybilne z działaniami podejmowanymi przez KIW w zakresie wsparcia procesów upowszechniania i włączania produktów projektów innowacyjnych.

Poniższy materiał będzie aktualizowany oraz uzupełniany o nowe instrumenty upowszechniania i włączania, jak również dobre praktyki identyfikowane w obszarze działania KIW/IP/IP2.

1. UPOWSZECHNIANIE A WŁĄCZANIE

Upowszechnianie i włączanie to procesy, których efektywne przeprowadzenie jest szczególnie istotne dla powodzenia wdrażania projektów innowacyjnych. O sukcesie ich realizacji świadczy bowiem ostateczne wykorzystanie produktu finalnego w praktyce i rzeczywiste przyczynienie się do zwiększenia skuteczności polityki w obszarze, w którym projekt jest realizowany. Główny obowiązek prowadzenia działań upowszechniających i włączających spoczywa na beneficjencie, jednak instytucje finansujące projekty powinny w miarę możliwości wspierać go w tych działaniach, zwłaszcza w obszarach, w których działania pojedynczego podmiotu mogą być niewystarczające. **Kluczowym elementem wsparcia jest współpraca beneficjenta z IP/IP2 – tylko wzajemnie uzupełniające się działania gwarantują skuteczne włączenie produktu.**

Aby IP/IP2 mogły właściwie zaplanować wsparcie beneficjentów projektów innowacyjnych w zakresie prowadzenia działań upowszechniających oraz włączających, powinny zrozumieć istotę obydwu procesów oraz przekazywać tę wiedzę beneficjentom¹.

UPOWSZECHNIANIE należy rozumieć jako szerokie informowanie o produkcie finalnym wszystkich potencjalnie zainteresowanych. W tym miejscu warto podkreślić różnicę między upowszechnianiem a działaniami informacyjno-promocyjnymi. Informacja i promocja dotyczy projektu jako takiego: źródeł jego finansowania, obszaru wsparcia, zaangażowanych podmiotów etc. **Upowszechnianie natomiast koncentruje się na przekazaniu informacji o produkcie finalnym** wypracowanym w ramach projektu. Stanowi ono jednocześnie wprowadzenie do właściwych działań włączających i ich uzupełnienie.

Wsparciem IP/IP2 w zakresie upowszechniania należy objąć wszystkie dofinansowane projekty innowacyjne (ewentualnie projekty współpracy ponadnarodowej). Mimo iż koncentracja działań w tym zakresie następuje po pozytywnej walidacji produktu, wsparcie to powinno być udzielane beneficjentom od początku realizacji projektów.

WŁĄCZANIE (MAINSTREAMING) należy rozumieć jako działania mające na celu doprowadzenie do szerszego wykorzystania produktów oraz ich stosowania w praktyce w skali lokalnej, regionalnej lub krajowej. Ze względu na dwie podstawowe drogi transferu innowacji do faktycznego zastosowania, wyróżnia się:

- **Mainstreaming horyzontalny (włączanie na poziomie praktyk)**, który skoncentrowany jest na działaniach praktycznych polegających na bezpośrednim wdrożeniu danego rozwiązania do stosowania. Mainstreaming horyzontalny najczęściej odbywa się na poziomie lokalnym lub regionalnym, w zależności od poziomu, na którym wygenerowano dane rozwiązanie innowacyjne. Ten typ mainstreamingu z założenia nie wymaga zmian w prawodawstwie – jego kluczowym elementem jest zainteresowanie produktem podmiotów będących pośrednimi lub bezpośrednimi odbiorcami danego rozwiązania innowacyjnego. Dokonujące

¹ Tematyka związana z informowaniem beneficjentów o istocie działań upowszechniających i włączających została przedstawiona w następujących publikacjach KIW: *Upowszechnianie i mainstreaming w projektach innowacyjnych PO KL*, *Mainstreaming w pigułce*, *Zalecenia KIW w zakresie przeglądu okresowego w ramach realizacji projektów innowacyjnych PO KL*.

się w ramach tego procesu powielenie w całości lub w części przez inny podmiot danej dobrej praktyki nazywane jest również **mainstreamingiem praktyk**.

- **Mainstreaming wertykalny (włączanie na poziomie polityk)**, który angażuje instytucje i podmioty o kluczowym znaczeniu w danym obszarze problemowym, jak również otoczenie polityczne i decydentów różnych szczebli, w celu przekonania ich do włączenia danego rozwiązania innowacyjnego do systemu tworzącego lub współtworzącego główny nurt polityki w danym obszarze. Ten typ mainstreamingu może się wiązać z koniecznością zmiany programów, dokumentów strategicznych, prawodawstwa, ale czasami wystarczy, że podmiot odpowiedzialny za kreowanie polityki w danym obszarze podejmie decyzję o wdrożeniu danego rozwiązania. W zależności od planowanego zasięgu wypracowanego rozwiązania oraz jego specyfiki, planowane zmiany systemowe mogą dotyczyć różnych poziomów: lokalnego i/lub regionalnego i/lub krajowego. Jednocześnie może okazać się, że identyfikowany na początku realizacji projektu zasięg oddziaływania produktu (np. regionalny), sprawdzi się na tyle, że warto będzie zainteresować nim decydentów szczebla krajowego. Dokonujący się w ramach mainstreamingu wertykalnego wpływ doświadczeń i rozwiązań wypracowanych w projekcie na główny nurt polityki i decyzji politycznych nazywany jest inaczej **mainstreamingiem polityk**.

2. ROLA IP/IP2

2.1. Podejście do działań

Z uwagi na to, że IP/IP2 mają obowiązek wspierania wszystkich projektów innowacyjnych w zakresie upowszechniania i włączania, powinny – planując swoje działania w tym zakresie – zwrócić uwagę na poniższe kwestie:

- W skutecznym zaplanowaniu działań włączających **kluczowe jest określenie, czy do włączenia produktu do stosowania „wystarczy” mainstreaming praktyk, czy konieczny jest mainstreaming polityk**.
- **Główne działania w obszarze włączania** zarówno na poziomie praktyki jak i polityki (np. spotkania z decydentami, informacje dla mediów itp.) powinny być podejmowane w odniesieniu do produktów **po walidacji**. Decydenci/media/użytkownicy replikujący rozwiązania do praktyki i/lub polityki są zainteresowani ostateczną, niepodlegającą modyfikacjom wersją produktu finalnego.
- **Do czasu walidacji** wybrane produkty powinny być objęte szczególnym nadzorem i wsparciem IOK (szczególnie działania upowszechniające i włączające beneficjentów powinny być monitorowane przez IOK w celu skorelowania ich z własnymi inicjatywami lub inicjatywami innych IP/IP2 działających na rzecz podobnych produktów).
- Działania upowszechniające powinny się rozpocząć przed działaniami włączającymi i przygotować dla nich odpowiedni grunt. Jednakże mogą one być realizowane równolegle z działaniami włączającymi, co powinno wpłynąć na większą skuteczność tych drugich.
- Wsparcie IP/IP2 powinno koncentrować się przede wszystkim na wsparciu działań włączających podejmowanych przez beneficjentów, ponieważ te działania sprawiają

beneficjentom więcej trudności niż działania upowszechniające. W większości przypadków beneficjenci prawidłowo planują i realizują działania upowszechniające, ale również w tych działaniach IP/IP2 mogą ich wesprzeć i umożliwić realizowanie działań upowszechniających przy okazji organizowanych przez siebie różnego rodzaju imprez (np. konferencji).

- IP/IP2 mają możliwość zwrócenia się o pomoc (w kontekście planowania wsparcia dla beneficjentów w ramach upowszechniania i włączania) do komórek merytorycznych w swoim urzędzie lub też zewnętrznych instytucji posiadających wiedzę i doświadczenie merytoryczne w danym obszarze tematycznym. Warto także rozważyć udział przedstawicieli komórek merytorycznych w przeglądach okresowych projektów innowacyjnych, co pozwoli im dokładniej poznać specyfikę wypracowywanych produktów finalnych.
- Dodatkowo rekomenduje się podejmowanie zindywidualizowanych działań wspierających w odpowiedzi na indywidualne zgłoszenia beneficjentów (komunikat informujący o takim wsparciu IP/IP2 może zostać zamieszczony na stronie internetowej właściwej instytucji; informacje mogą być dodatkowo przekazywane podczas spotkań z beneficjentami).
- W prowadzeniu działań upowszechniających i włączeniowych **niezwykle istotna jest jasność i precyzyjność przekazu**. Specyfika języka projektowego, a zwłaszcza języka projektów innowacyjnych, oraz nierzadko wąski obszar merytoryczny, w którym wypracowywane są rozwiązania innowacyjne sprawia, że osobom nie zajmującym się na co dzień tematyką projektową może być trudno zrozumieć informacje przekazywane w tym języku. Dlatego należy pamiętać oraz przypominać beneficjentom, że opis projektu, a także związane z nim materiały informacyjne (np. broszury o produkcie, prezentacje) muszą być pisane językiem przejrzystym i łatwym do zrozumienia, gdyż może to znacząco przyczynić się do powodzenia w przekonaniu użytkowników i/lub decydentów do zastosowania danego rozwiązania.

Przy opracowywaniu materiałów informacyjnych warto pamiętać o kilku kwestiach:

- Należy unikać sformułowań typowych dla projektów innowacyjnych, np. produkt finalny, użytkownicy i odbiorcy. Tego rodzaju nazewnictwo trzeba zastąpić słownictwem zrozumiałym dla przeciętnego odbiorcy. I tak zamiast pisać o produkcie finalnym należy wskazywać na innowacyjne rozwiązanie. Termin „odbiorcy” można zastąpić przez osoby/instytucje, których problemy będą mogły być bardziej efektywnie rozwiązywane. Użytkowników lepiej opisać jako osoby/instytucje, które mogą wykorzystać innowacyjny produkt do rozwiązywania problemów odbiorców.
- Informacja o wypracowanym w ramach projektu rozwiązaniu powinna zawierać nie tylko dane nt. jego technicznej postaci (np. podręcznik, scenariusze lekcji, platforma e-learningowa), ale przede wszystkim powinna wskazywać na jego użyteczność, korzyści płynące z jego stosowania oraz wyjaśniać, na czym polega jego przewaga w stosunku do dotychczas stosowanych rozwiązań.
- W przekazywanych komunikatach nt. produktu należy skupić się na oczekiwaniach odbiorcy, do którego produkt jest kierowany – hasłowo przedstawić istotę produktu oraz wskazać miejsce, w którym można zasięgnąć bardziej szczegółowych informacji, np. adres strony internetowej. Jeśli pierwszy komunikat wywrze pozytywne wrażenie, umożliwi przekazanie kolejnej, pogłębionej, informacji.

Pomocna w tym zakresie może być publikacja Ministerstwa Rozwoju Regionalnego *Jak pisać o Funduszach Europejskich?*. Jest ona dostępna w wersji elektronicznej na stronie internetowej MRR i można ją rekomendować także beneficjentom. (<http://www.funduszeuropejskie.gov.pl/DzialaniaPromocyjne/Strony/Raporty.aspx>)

- Skuteczność działań upowszechniających i włączających będzie większa przy zastosowaniu marketingowego podejścia do informowania o wypracowanych innowacjach. Produkty finalne prezentowane w sposób atrakcyjny, przyciągający uwagę (np. wizyty studyjne lub wypowiedzi osób zaangażowanych w wypracowanie danego rozwiązania zamiast wielostronicowych raportów) zachęcą decydentów i potencjalnych użytkowników do wykorzystania ich w zawodowej praktyce. W przypadku produktów podobnych, komplementarnych można pomyśleć o upowszechnianiu „pakietowym”.
- Efektywna współpraca pomiędzy IP/IP2 a beneficjentami wymaga, aby IP/IP2 przygotowały komunikat dotyczący zakresu wsparcia, jakie mają do zaoferowania w ramach działań upowszechniających oraz włączających. Taki komunikat warto zamieścić na stronie internetowej IP/IP2. Należy jednak pamiętać, że IP/IP2 powinny w miarę możliwości starać się wychodzić do beneficjenta, podchodzić w sposób proaktywny do swojej roli w zakresie wsparcia procesów upowszechniania i włączania.
- Aby zapewnić właściwą koordynację działań IP/IP2 podejmowanych na rzecz wsparcia beneficjentów, można utworzyć stanowisko/zespół ds. upowszechniania i włączania. Do jego zadań mogłaby należeć koordynacja działań beneficjentów oraz IP/IP2 w powyższym zakresie, współpraca z beneficjentami, a także monitoring działań upowszechniających i włączających.
- IP/IP2 powinny prowadzić bieżący monitoring planowanych przez beneficjentów działań upowszechniających i włączających. Jest to niezbędne w celu planowania efektywnego wsparcia z uwzględnieniem działań IP/IP2 prowadzonych w tym zakresie.
- W przypadku wdrażania projektów innowacyjnych wypracowujących podobne narzędzia i/lub skierowanych do podobnych grup docelowych, IP/IP2 powinny rozważyć podejmowanie wspólnych działań upowszechniających, a przede wszystkim włączających produkty takich projektów. Dzięki temu efektywność tego typu działań będzie większa: decydenci/przedstawiciele instytucji o kluczowym znaczeniu dysponują zwykle ograniczonym czasem. Należy także zachęcać beneficjentów, aby również we własnym zakresie podejmowali wspólne działania upowszechniające i włączające.
- W przypadku wypracowania innowacyjnych produktów wartych upowszechnienia na szerszą skalę IP/IP2 (we współpracy z Sieciami Tematycznymi – ST), powinny informować o efektach projektów innowacyjnych inne regiony (komponent regionalny) i/lub instytucje centralne (komponent centralny) funkcjonujące w danym obszarze tematycznym. Jest to istotne również ze względu na zapewnienie komplementarnego podejścia do rozwiązywania problemów społecznych z wykorzystaniem wypracowanych narzędzi.

2.2. Narzędzia wsparcia

Katalog proponowanych narzędzi, które można wykorzystać na potrzeby upowszechniania i włączania zawarty jest w wydany przez KIW poradniku pt. ***Upowszechnianie i mainstreaming***

w projektach innowacyjnych PO KL. Poradnik jest dostępny w wersji elektronicznej na portalu KIW.

Poniżej przypominamy wybrane narzędzia, jak również proponujemy **nowe inicjatywy**, wypracowane i przetestowane dotychczas przez KIW, które szczególnie rekomendujemy. Część opisanych narzędzi może być wykorzystywanych zarówno w działaniach upowszechniających, jak i włączających.

IP/IP2 mogą wdrożyć wszystkie zaproponowane poniżej rozwiązania lub tylko niektóre z nich. Mogą także zaplanować działania i narzędzia nie ujęte w niniejszym modelu.

Niektóre zaproponowane poniżej narzędzia generują koszty, inne mają charakter bardzo indywidualny. IP/IP2 planując swoje wsparcie w tym zakresie powinny je konsultować z beneficjentami.

Upowszechnianie

- **Strona internetowa IP/IP2 /członków ST**

Warto, aby zarówno IP/IP2, jak i członkowie Sieci Tematycznych reprezentujący instytucje działające w obszarach tematycznych, których dotyczą wypracowywane produkty założyli na swoich stronach internetowych osobną zakładkę poświęconą projektom innowacyjnym i ich produktom (lub umieścili link, przy pomocy którego osoba zainteresowana jest przekierowywana do strony internetowej beneficjenta/projektu). Poza produktami finalnymi można tam również zamieszczać ciekawe prezentacje dotyczące produktu, wywiady z beneficjentami lub użytkownikami, filmy związane z produktem, przykłady skutecznych działań włączających podjętych przez beneficjentów etc. Ponadto warto rozważyć założenie profilu IP/IP2 lub projektów innowacyjnych realizowanych w danym województwie na portalach społecznościowych typu facebook. Zwiększy to liczbę potencjalnych odbiorców informacji o efektach projektów innowacyjnych.

- **Baza przedsięwzięć o charakterze upowszechniającym**

W wielu regionach wdrażana jest większa liczba projektów innowacyjnych, a beneficjenci tych projektów zakładają w zbliżonym czasie realizację podobnych działań upowszechniających (np. konferencje, panele, targi) skierowanych do podobnych odbiorców: instytucji/organizacji. W praktyce nakładanie się tych samych lub podobnych działań może utrudnić poszczególnym podmiotom skuteczne dotarcie z informacją do potencjalnych użytkowników i odbiorców. Dlatego ważne jest, aby stworzyć miejsce lub bazę danych (np. na stronie internetowej IP/IP2), która zbierałaby informacje o planowanych przedsięwzięciach oraz ich odbiorcach i udostępnić ją wszystkim zainteresowanym beneficjentom. Dzięki temu będą oni mogli lepiej planować swoje działania, lub też – co jest równie pożądane – podejmować próby wspólnego organizowania tego typu działań z innymi podmiotami wypracowującymi innowacje w tym samym lub podobnym obszarze.

- **Mapa upowszechniania**

Zestawienie, które pokazuje na osi czasu harmonogram realizacji działań upowszechniających planowanych przez beneficjentów projektów innowacyjnych w danym województwie. To narzędzie pozwala, podobnie jak w przypadku bazy przedsięwzięć o charakterze upowszechniającym, na właściwą koordynację tych działań, co może korzystnie wpłynąć na

podniesienie ich skuteczności. Ponadto stwarza możliwość łączenia przez beneficjentów ich działań.

- **Publikacje IP/IP2**

Upowszechnianie informacji o efektach projektów innowacyjnych może się także odbywać w ramach wydawnictw własnych IP/IP2, w których można publikować informacje o stanie realizacji projektów, a także prezentować same produkty finalne. Warto rozważyć wydawanie biuletynów lub newsletterów, w których te zagadnienia będą miały stałą wydzieloną sekcję, możliwe jest również wydawanie broszur informacyjnych poświęconych pojedynczym projektom lub grupom projektów powiązanych ze względu na zakres tematyczny.

- **Jednolity wzór formularza opisu produktu finalnego**

Skuteczne upowszechnianie wymaga, aby przekaz informacyjny dotyczący produktów finalnych był prosty, zrozumiały i zawierał najistotniejsze informacje. Dlatego warto, aby IP/IP2 opracowały wzór formularza podsumowującego np. najważniejsze cechy produktu finalnego, zalety jego stosowania, warunki konieczne do jego wdrożenia. Zastosowanie tego typu formularza do wszystkich wypracowywanych w regionie produktów finalnych może zwiększyć siłę przekazu i pozytywnie wpłynąć na skuteczność dotarcia z informacją o produktach do potencjalnych użytkowników i odbiorców. Ponadto wdrożenie tego typu narzędzia przez IP/IP2 może im ułatwić uzyskanie od beneficjenta przejrzystej i treściwej charakterystyki wypracowanego produktu finalnego.

- **Wsparcie innowacji jako element działań upowszechniających IP/IP2**

Włączenie działań IP/IP2 wspierających wypracowane innowacje np. do Planu Pomocy Technicznej znacząco zwiększa ich skuteczność. W ten sposób innowacyjność wypracowanych produktów finalnych pomaga promować daną jednostkę/instytucję (zarówno IP/IP2 jak i beneficjenta) i staje się elementem jej pozytywnego wizerunku. Jest to bardzo dobre narzędzie budujące podstawy do skutecznego włączenia produktów do powszechnego stosowania.

- **Sieci Tematyczne**

Sieci Tematyczne jako gremia osób reprezentujących podmioty/instytucje potencjalnych użytkowników, a także decydentów, od których może zależeć udane włączenie produktu do polityki/praktyki, powinny być na bieżąco informowane o postępach w realizacji projektu, a w szczególności prac nad produktem finalnym. Dzięki temu członkowie Sieci będą mogli szczegółowo poznać produkt i korzyści związane z jego wdrożeniem, a co za tym idzie rozpowszechniać informacje o produktach wśród własnych instytucji, co może znacząco ułatwić późniejsze działania włączające. ST są więc znakomitym forum upowszechniania. Dodatkowym ułatwieniem jest fakt, że sieci tematyczne są administrowane przez IP lub KIW. Warto umożliwić beneficjentom szersze prezentowanie ich produktów członkom sieci nie tylko przy okazji oceny strategii lub walidacji produktu finalnego, ale także podczas np. dodatkowych spotkań tych gremiów. Jeśli zajdzie taka potrzeba, możliwe jest także zapraszanie na posiedzenia Sieci – w charakterze obserwatorów – przedstawicieli podmiotów/organizacji mogących odegrać kluczową rolę w procesie upowszechniania, a także włączania konkretnych produktów innowacyjnych.

Ciekawą inicjatywą, którą ST mogą podjąć w ramach swojej roli upowszechniającej jest organizacja **makroregionalnych spotkań przedstawicieli Sieci Tematycznych**. Przedmiotem takich spotkań może być upowszechnianie informacji o wypracowywanych w poszczególnych województwach produktach finalnych (w szczególności dotyczy to projektów wypracowujących podobne rozwiązania lub też skierowanych do podobnych lub tych samych grup docelowych), wymiana doświadczeń i dobrych praktyk w zakresie podejmowanych przez poszczególne ST działań w obszarze upowszechniania, a także włączania.

• Baza/wyszukiwarka produktów

IP/IP2 może rozważyć wydzielenie na swojej stronie internetowej podzakładki poświęconej produktom finalnym. Zebranie produktów finalnych w jednym miejscu umożliwi zainteresowanym szybkie dotarcie do informacji o wybranych rozwiązaniach. Istotne jest, aby obok takiej wyszukiwarki było odniesienie do wyszukiwarki produktów finalnych KIW, która zbiera w jednym miejscu produkty finalne wypracowane i walidowane na terenie całej Polski.

• Kontakty z mediami

Przekazywanie komunikatu informacyjnego dotyczącego produktu finalnego za pośrednictwem mediów (m.in. prasa, w tym branżowa, telewizja) pozwala na dotarcie do większej liczby potencjalnych użytkowników. Ponadto opiniotwórcza funkcja mediów może przyczynić się do budowania pozytywnej atmosfery wokół danego produktu. Upowszechnianie z wykorzystaniem mediów może być realizowane poprzez kontakt z dziennikarzami, ale może też mieć postać notatki prasowej. Nawiązując kontakty z dziennikarzami, których chcemy zainteresować produktem finalnym, powinniśmy pamiętać o takich kwestiach jak:

- Przygotowanie bazy dziennikarzy/mediów potencjalnie zainteresowanych wypracowanym produktem finalnym;
- Nawiązanie kontaktu z wybranymi dziennikarzami poprzez wysłanie osobistego zaproszenia lub kontakt telefoniczny;
- Dokładne przygotowanie zakresu informacji do zaprezentowania;
- Dbłość o język wypowiedzi: poprawny, ale zrozumiały dla odbiorcy.

Na etapie opracowywania notatki prasowej również należy pamiętać o kilku sprawach:

- Komunikat prasowy powinien zawierać pięć podstawowych informacji: kto, co, dlaczego, kiedy oraz gdzie;
- Na samym początku informacji prasowej należy umieścić najważniejszą informację;
- Treść komunikatu należy układać od informacji najważniejszej do najmniej ważnej;
- Informacja prasowa powinna posiadać tytuł;
- Do notatki można załączyć materiały dodatkowe, np. zdjęcia;
- W treści opisującej produkt finalny można uwzględnić opinię eksperta z danej dziedziny, co dodatkowo uwiarygodni jakość upowszechnianego produktu.

• Konferencje, panele dyskusyjne

IP/IP2 powinny w ramach organizowanych konferencji lub paneli dyskusyjnych prezentować i upowszechniać produkty finalne wypracowane w ramach dofinansowywanych przez te

instytucje projektów. W celu zwiększenia efektywności narzędzia, jakim jest konferencja, warto rozważyć połączenie jej z warsztatami/szkoleniami, które pozwolą potencjalnym odbiorcom empirycznie poznać prezentowane innowacje. W takim układzie będzie to narzędzie, które oprócz celu upowszechniającego spełni także rolę włączającą. Ponadto w ramach konferencji możliwe jest także zaplanowanie publikacji, która prezentowałaby w sposób prosty, zrozumiały, ciekawy i obrazowy innowacje, którym poświęcona jest konferencja. Może to być trwały rezultat tego typu imprez. Warto również rozważyć możliwość prezentowania produktów finalnych podczas imprez organizowanych przez inne instytucje/podmioty na szczeblu lokalnym, regionalnym czy krajowym. IP/IP2 powinny zgłaszać swoje projekty do udziału w takich inicjatywach.

• Konkursy

Efektywnym narzędziem upowszechniającym projekty innowacyjne jest organizowanie konkursów, w ramach których nagradzane są najlepsze innowacyjne rozwiązania w danym obszarze tematycznym i/lub regionie. Konkursy mogą być stosowane jako narzędzie osobne lub jako część większych przedsięwzięć, np. konferencji. Do składu zespołu dokonującego wyboru najlepszych rozwiązań warto zaprosić nie tylko przedstawicieli IP/IP2 i ekspertów, ale także przedstawicieli decydentów, którzy w ten sposób mają możliwość dokładniej poznać wypracowane rozwiązania i przekonać się do ich rekomendowania.

• Targi Innowacji

Wydarzenie o charakterze wystawienniczym, które można realizować np. przy okazji konferencji dotyczącej EFS lub posiedzenia Podkomitetu Monitorującego PO KL. Jego celem jest umożliwienie beneficjentom projektów innowacyjnych zaprezentowania produktów finalnych szerokiej grupie potencjalnych użytkowników oraz decydentów (z danego obszaru lub regionu, w którym realizowane są dane projekty, jak też z innych obszarów/regionów), od których zależy skuteczne włączenie produktów do praktyki i/lub polityki. Dodatkowym atutem tego modelu jest możliwość dotarcia z informacją o kilku/kilkunastu produktach do tych samych/podobnych grup adresatów działań upowszechniających i włączających w jednym czasie i jednym miejscu. Ponadto beneficjenci na poziomie regionu lub kilku regionów będą mieli okazję nawiązania kontaktów oraz wymiany informacji i doświadczeń. Praktyczne wskazówki, które pomogą w organizacji Targów Innowacji znajdują Państwo w materiale KIW pn. *Forum partnerskie oraz Targi Innowacji – narzędzia na rzecz włączania i upowszechniania produktów finalnych projektów innowacyjnych PO KL* (dostępny w wersji elektronicznej na stronie internetowej KIW, www.kiw.po-kl.org.pl, w zakładce: Publikacje).

Włączanie

• Baza przedsięwzięć o charakterze włączającym

Narzędzie to zostało opisane w części dotyczącej upowszechniania i może znaleźć także zastosowanie w przypadku planowanych przez beneficjentów działań włączających.

• Mapa włączania

Narzędzie to zostało opisane w części dotyczącej upowszechniania i może znaleźć także zastosowanie w przypadku planowanych przez beneficjentów działań włączających.

• Fora Partnerskie projektów innowacyjnych

W skali kraju realizowanych jest blisko 300 projektów innowacyjnych. Również w poszczególnych regionach rośnie liczba projektów innowacyjnych skierowanych na rozwiązanie podobnego problemu, realizowanych w tym samym lub podobnym Temacie innowacyjnym. Duże natężenie działań upowszechniających i włączających prowadzonych przez poszczególnych beneficjentów może osłabić skuteczność tych działań. Dlatego warto rozważyć organizację wydarzeń, które zachęcą beneficjentów wdrażających podobne lub komplementarne projekty do realizacji części działań upowszechniających i/lub włączających wspólnie, co wzmocni przekaz i podniesie jego efektywność.

Fora Partnerskie dają szansę beneficjentom projektów innowacyjnych poznania innych przedsięwzięć tego typu, wymiany doświadczeń oraz stworzenia tzw. klastrów projektowych, tj. grup projektów zmierzających do wypracowania produktów finalnych rozwiązujących podobne lub te same problemy społeczne, które będą mogły wspólnie prowadzić część działań upowszechniających i włączających produkty do głównego nurtu praktyki i/lub polityki kierując przekaz do tych samych grup adresatów.

Więcej szczegółów na temat organizacji tego typu wydarzenia znajdują Państwo w materiale opracowanym przez KIW pn. *Forum partnerskie oraz Targi Innowacji – narzędzia na rzecz włączania i upowszechniania produktów finalnych projektów innowacyjnych PO KL* (dostępny w wersji elektronicznej na stronie internetowej KIW).

• **Seminaria tematyczne**

Kolejnym skutecznym narzędziem włączania jest organizowanie przez IP/IP2 seminariów z udziałem potencjalnych użytkowników produktu finalnego bądź decydentów. Uczestnicy seminariów mogą dogłębnie poznać produkt finalny oraz, w przypadku wprowadzenia do seminarium modułu szkoleniowego, także nabyć umiejętności posługiwania się nim. Dzięki temu szansa na jego wykorzystanie w codziennej pracy lub dalsze jego promowanie przez decydentów znacznie wzrasta. Warto w tym miejscu podkreślić, że organizację seminarium można połączyć z większym wydarzeniem, np.: konferencją podsumowującą dany rok w EFS lub konferencją podsumowującą RPO, posiedzeniem PKM, konwentem Dyrektorów PUP, sesją Sejmiku Wojewódzkiego, konferencją organizowaną przez beneficjentów lub konferencją branżową etc.

• **Plany włączające dla poszczególnych projektów**

Rekomenduje się przygotowanie planów działań włączających dla poszczególnych projektów uwzględniające ich charakter oraz harmonogram realizacji. Opracowując harmonogram w zakresie działań upowszechniających i włączających, należy w szczególności wziąć pod uwagę etap realizacji projektu, specyfikę produktu finalnego oraz zapotrzebowanie na wsparcie w zakresie upowszechniania i włączania zgłoszone przez beneficjenta.

• **Grupy Robocze ds. mainstreamingu w ramach Sieci Tematycznych**

Członkowie Sieci Tematycznych reprezentują instytucje potencjalnych użytkowników, decydentów, a także innych podmiotów funkcjonujących w obszarach tematycznych, których dotyczą produkty finalne. Dokonują walidacji produktów finalnych, potwierdzając lub też nie ich efektywność i użyteczność. Stanowią gremium osób, których wiedza, doświadczenia oraz kontakty zawodowe mogą znacząco ułatwić włączenie produktów finalnych do głównego nurtu polityki i/lub praktyki. Wsparcie działań włączających jest jednym z zadań Sieci

Tematycznych wskazanych w *Wytycznych Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie wdrażania projektów innowacyjnych i współpracy ponadnarodowej w ramach PO KL*.

Z doświadczeń KIW wynika, że dla ukierunkowania i usprawnienia działań ST w przedmiotowym obszarze warto rozważyć powołanie w ramach składu Sieci Tematycznych Grup Roboczych ds. mainstreamingu. Mniejsza grupa członków, którzy mogą dodatkowo poświęcić swój czas na podejmowanie działań mających na celu wsparcie włączania wypracowanych produktów, może spotykać się częściej niż cała sieć i przeznaczyć swoje spotkania na doradztwo w zakresie upowszechniania, a w szczególności włączania. Rekomendujemy, aby prace Grup Roboczych ds. mainstreamingu były ukierunkowane na konkretne działania na rzecz konkretnych projektów, które zostały pozytywnie zwalidowane.

Przykładowy zakres prac Grupy Roboczej może obejmować:

- Analizę i uszczegółowienie zapisów strategii upowszechniania i mainstreamingu opracowanych przez beneficjentów, z uwzględnieniem zmian w produkcie, które zostały wprowadzone po testowaniu;
- Wsparcie i doradztwo dla beneficjentów w zakresie doprecyzowania planów działań włączających po etapie testowania a przed walidacją;
- Wskazanie beneficjentom decydentów oraz ułatwianie kontaktu z nimi w celu zwiększenia szans na skuteczne wdrożenie produktu do głównego nurtu polityki/praktyki.

Grupa Robocza może także włączyć się w proces tworzenia założeń do przyszłej perspektywy finansowej 2014-2020.

Z uwagi na to, iż działania Grupy Roboczej z założenia powinny odpowiadać na specyficzne potrzeby beneficjentów w danej ST, które mogą być odmienne w przypadku każdej z Sieci, zaproponowany wyżej katalog zadań może ulegać modyfikacjom zgodnie ze specyfiką poszczególnych Sieci oraz możliwości jej członków.

Aby działania Grupy Roboczej okazały się skuteczne, warto rozważyć następujące kwestie:

- W pracach Grupy powinni uczestniczyć członkowie ST gotowi do zaangażowania się – na zasadzie dobrowolności – w prace na rzecz skutecznego upowszechniania i włączania do szerszego stosowania produktów finalnych;
- Liczebność Grupy nie powinna być zbyt duża (maksymalnie 15 osób), a jej prace zbyt sformalizowane, co ułatwi sprawną organizację jej działań;
- W składzie Grupy powinny być reprezentowane środowiska mogące odegrać istotną rolę w procesie skutecznego włączania poszczególnych produktów;
- Członkami Grupy powinni być (w miarę możliwości) przedstawiciele wszystkich sektorów występujących w składach ST, czyli np.: przedstawiciele IP/IP2, organizacje pozarządowe, beneficjenci itp.;
- Uczestnictwo przedstawicieli IP/IP2 w Grupie Roboczej jest niezwykle istotne ze względu na konieczność współpracy i właściwej koordynacji działań podejmowanych w zakresie włączania do praktyk/polityk pomiędzy IP/IP2 a ST.
- Powołanie Grupy Roboczej może zainicjować Przewodniczący ST albo Sekretarz ST w porozumieniu z Przewodniczącym. Rekomendujemy rozesłanie do członków ST materiału na temat możliwych zadań grupy, a następnie przedyskutowanie sprawy podczas posiedzenia.

Wzór informacji zastosowany w przypadku KST stanowi załącznik nr 1 do niniejszego dokumentu;

- Grupa Robocza może się spotykać kilkakrotnie w ciągu roku poza posiedzeniami ST. Grupa powinna wybrać swojego przewodniczącego, a jej spotkania powinny kończyć się notatką wskazującą zakres prac do wykonania na rzecz konkretnego produktu/produktów, wraz z przypisaniem ról poszczególnym jej członkom oraz określeniem ramowego harmonogramu prac;
- Członkowie ST powinni być świadomi, że powołanie Grupy Roboczej ds. mainstreamingu nie zwalnia ich z obowiązku podejmowania działań na rzecz procesów upowszechniania i włączania produktów do głównego nurtu praktyki i/lub polityki w ramach prac Sieci;
- Członkowie Grupy Roboczej powinni na bieżąco informować pozostałych członków Sieci o wynikach swoich prac, jak również angażować w swoje prace członków ST reprezentujących te instytucje, których zaangażowanie w prace Grupy jest niezbędne.

• Kontakty z decydentami

Projekty innowacyjne powinny odpowiadać na problemy identyfikowane przez decydentów. Zagwarantuje to zainteresowanie decydentów rezultatami wypracowanymi w ramach projektów. Wiedzę o tym, jakie problemy interesują decydentów, najlepiej jest uzyskać dzięki dialogowi z twórcami polityki/decydentami lub na podstawie analiz i ekspertyz. Warto też śledzić powstające programy, dokumenty strategiczne, jak również projekty ustaw, ustawy znajdujące się w uzgodnieniach międzyresortowych lub będące przedmiotem obrad komisji sejmowych. Określając potencjał produktu w zakresie jego mainstreamingu, należy się zapoznać z tendencjami obowiązującymi w danej dziedzinie. Dobrze jest też postarać się o kontakt z decydentami oraz na bieżąco informować ich o postępach prac nad produktem. W późniejszych fazach realizacji w znaczący sposób ułatwi to dotarcie do wybranych decydentów z komunikatem o produkcie i korzyściach płynących z jego wykorzystania. Uwzględnienie potrzeb decydentów spowoduje ich większe zaangażowanie w późniejsze włączanie produktu do głównego nurtu polityki, a tym samym ułatwi to zadanie beneficjentowi. Badanie potrzeb decydentów powinno odbywać się na bieżąco. Informowanie decydentów o wypracowanych rezultatach powinno być realizowane w sposób ostrożny i dyplomatyczny. Osoby, które zbyt często są zasypywane informacjami nt. produktów finalnych mogą się ostatecznie zniechęcić, przez co wysiłek włożony przez beneficjenta w ten proces może nie przynieść oczekiwanych rezultatów.

Dlatego też IP/IP2 powinny szczególnie wspierać beneficjentów w nawiązywaniu kontaktów i docieraniu do decydentów, których zainteresowanie i poparcie dla produktów finalnych będzie miało kluczowe znaczenie dla ich wdrożenia. W tym celu można wykorzystywać np. posiedzenia PKM PO KL, KM PO KL, ale również spotkania innych gremiów, zwłaszcza obszarowych, związanych z tematyką danego rozwiązania innowacyjnego (np. spotkania Wojewódzkich Rad Zatrudnienia, Powiatowych Urzędów Pracy, Powiatowych Centrów Pomocy Rodzinie czy Ośrodków Pomocy Społecznej).

Oprócz udziału w spotkaniach ww. gremiów IP/IP2 mogą także kierować do decydentów komunikaty pisemne, przygotowywane w ścisłej współpracy z beneficjentami. Taka forma przekazu – sformułowanego w sposób prosty, przejrzysty oraz podkreślający korzyści dla polityki lokalnej/regionalnej/krajowej wynikające z wdrożenia danego produktu finalnego do stosowania – podnosi rangę przekazywanych przez beneficjentów informacji. Dobrą praktyką

jest również zorganizowanie w ślad za komunikatem pisemnym indywidualnego spotkania z decydem, w którym poza beneficjentem weźmie udział także przedstawiciel IP/IP2.

- **Wizyty studyjne**

Pokazanie w praktyce wypracowanego narzędzia/rozwiązania daje największe szanse na zainteresowanie jego wdrożeniem osób biorących udział w wizycie studyjnej. To narzędzie możliwe jest do zastosowania w przypadku tych projektów, których produkty można pokazać, zaprezentować i stanowi ciekawą alternatywę dla wielostronicowych raportów lub opracowań.

- **Przewodnik wprowadzania zmian systemowych**

Beneficjenci podejmujący działania włączające bardzo często nie posiadają wiedzy nt. poruszania się po urzędach, załatwiania kwestii formalnych związanych z uzyskaniem poparcia dla stosowania ich rozwiązania, czy też inicjowania procesu wprowadzania zmian prawnych. Dlatego IP/IP2 powinny zaplanować działania mające na celu podniesienie wiedzy beneficjentów w tym zakresie. Może to być np. szkolenie, spotkanie informacyjne lub opracowanie poradnika zawierającego najbardziej użyteczne informacje ułatwiające dotarcie do decydentów.

- **Implementacja wypracowanych rozwiązań do dokumentów o charakterze strategicznym**

Skutecznym narzędziem włączającym jest umożliwienie wpisania wypracowanych innowacyjnych rozwiązań do dokumentów o znaczeniu strategicznym dla rozwoju danego obszaru/regionu, np. Strategia Rozwoju Województwa, Regionalna Strategia Innowacji. Dzięki temu wdrożenie produktów finalnych będzie mogło się odbywać w sposób naturalny, jako narzędzie pozwalające realizować cele określone w powyższych dokumentach.

- **Ambasadorzy produktu**

Jedną z form wsparcia beneficjentów może być również zaproszenie przez IP/IP2 osób mających wpływ na ewentualne zastosowanie produktu w praktyce do przyjęcia na siebie roli tzw. ambasadora produktu. Ambasadorzy to osoby, które aktywnie promują produkt podczas różnorodnych spotkań, polecają go szerszym gronom użytkowników. Taką rolę może także pełnić beneficjent, szczególnie w przypadku gdy jest organizacją/institucją działającą w danym obszarze tematycznym i posiadającą autorytet merytoryczny w danym temacie. Ambasadorami mogą być także osoby, które brały udział w testowaniu i chcą podzielić się swoimi praktycznymi doświadczeniami związanymi z wykorzystaniem produktu finalnego, przekazywać je dalej i zachęcać swoim przykładem innych do jego wdrożenia. Beneficjenci mogą zabiegać o pozyskanie takich osób samodzielnie, jednak w przypadku niektórych użytkowników i decydentów nieocenione może być poparcie tej idei przez IP lub IP2.

- **„Patronat publiczny”**

Zarekomendowanie stosowania danego innowacyjnego rozwiązania przez instytucje publiczne/media może być bardzo skutecznym narzędziem włączania do głównego nurtu polityki/praktyki. Poparcie ze strony podmiotów/organizacji/institucji o kluczowym znaczeniu dla obszaru tematycznego, którego dotyczy produkt finalny, potwierdzone np. w formie pisemnej, zachęci potencjalnych użytkowników narzędzia do podjęcia próby jego zastosowania. Podobnie jak w przypadku „ambasadorów produktu”, beneficjent może

samodzielnie zabiegać o pozyskanie takiego patronatu, jednakże wskazane jest wsparcie w tym zakresie ze strony IP/IP2.

- **Nieformalne partnerstwa**

Włączanie produktów do głównego nurtu polityki/praktyki może być łatwiejsze dzięki nawiązaniu współpracy z instytucjami publicznymi o kluczowym znaczeniu w obszarze tematycznym, którego dotyczy wdrażany produkt. Współpraca nie musi mieć charakteru sformalizowanego. Jej celem jest uzyskanie poparcia dla innowacyjnego rozwiązania poprzez zainteresowanie nim organizacji cieszących się uznaniem i autorytetem w danej dziedzinie. IP/IP2 mogą wspierać beneficjenta w nawiązaniu partnerstwa.

- **Certyfikacja proponowanych rozwiązań**

Narzędziem, które może wesprzeć skuteczność działań włączających jest wystawienie certyfikatu potwierdzającego wysoką jakość wypracowanego rozwiązania. Tego typu certyfikaty mogłyby być wydawane przez IP/IP2 na podstawie opinii ekspertów z obszaru, którego dotyczy innowacja. Można także rozważyć możliwość wydania decyzji przez np. marszałka, rekomendującej wdrożenie produktu do głównego nurtu polityki/praktyki.

3. ROLA KIW

3.1. Linia demarkacyjna pomiędzy działaniami KIW a IP/IP2/ST w zakresie upowszechniania i włączania

KIW jako instytucja centralna prowadzi:

- Działania na rzecz IP/IP2.

Szczegółowe zestawienie działań w tym zakresie zostało przedstawione w dokumencie *Plan działań KIW w obszarze upowszechniania i włączania produktów do głównego nurtu polityki* (dokument jest dostępny w wersji elektronicznej na stronie internetowej KIW, www.kiw.pokl.org.pl). Zasadnicze inicjatywy KIW w tym zakresie zostały przedstawione poniżej.

- Działania tzw. własne, które obejmują horyzontalne wsparcie projektów innowacyjnych w zakresie upowszechniania i włączania. Będzie ono miało dwojaki charakter:

- **wsparcie blokowe** polegające na wspieraniu procesów upowszechniających i włączających w odniesieniu do pogrupowanych w bloki tematyczne projektów/produktów (klastrów). Jego podstawą będzie informowanie jak najszerszych kręgów potencjalnych odbiorców o wypracowanych innowacyjnych narzędziach i instrumentach. KIW nie będzie, co do zasady, prowadziła działań włączających skierowanych do pojedynczych projektów, z zastrzeżeniem upowszechniania informacji o interesujących produktach realizowanych w danym województwie/instytucji wśród innych regionów/instytucji.
- **wsparcie „case by case”** – tj. w odniesieniu do pojedynczych projektów, których beneficjenci nie tylko mają problem z planowaniem i realizacją efektywnych działań upowszechniających i włączających, ale dodatkowo nie zdają sobie sprawy z tego faktu. Działania KIW w tym zakresie będą obejmować zwrócenie beneficjentom uwagi na

powyższe kwestie oraz ewentualne zaproponowanie wsparcia. Tego typu wsparcie będzie na bieżąco konsultowane z IP/IP2.

IP/IP2 jako instytucje odpowiedzialne za komponent regionalny lub centralny PO KL:

- odpowiadają za całościowe wsparcie beneficjentów, z którymi podpisały umowy o dofinansowanie projektów.
- Oznacza to, że IP/IP2 wspierają beneficjentów w zakresie mainstreamingu horyzontalnego oraz wertykalnego na poziomie regionalnym i lokalnym (komponent regionalny) oraz zakresie mainstreamingu horyzontalnego oraz wertykalnego na poziomie krajowym (komponent centralny).

Sieci Tematyczne jako forum dialogu i komunikacji:

- udzielają wsparcia merytorycznego beneficjentom;
- podejmują działania w celu wypracowania efektywnych form dialogu między beneficjentami a decydentami politycznymi.

Wykorzystanie potencjału merytorycznego Sieci Tematycznych wzmocni i podniesie efektywność działań upowszechniających i włączających podejmowanych zarówno przez beneficjenta, jak i przez IP/IP2.

Ze względu na powyższe niezwykle istotna jest ścisła współpraca, wymiana informacji i podział zadań pomiędzy IP/IP2 a ST w celu uporządkowanego, przemyślanego i skutecznego wspierania beneficjentów we wdrożeniu wypracowanych produktów finalnych do polityki/praktyki.

3.2. Założenia zasadniczych działań KIW na rzecz IP/IP2

Prowadzenie zestawienia wszystkich projektów innowacyjnych i współpracy ponadnarodowej realizowanych w kraju

KIW opracowała „bazę wiedzy” będącą punktem wyjścia dla działań wszystkich podmiotów podejmujących inicjatywy w zakresie upowszechniania i włączania (tj. beneficjentów, IP, IP2, ST, KIW, IZ PO KL oraz innych zainteresowanych podmiotów).

Narzędzia te:

- Mapa projektów innowacyjnych,
- Analiza jakościowa projektów innowacyjnych PO KL,

powinny być szczególnie przydatne przy organizacji opisanych w niniejszym materiale Forów Partnerskich oraz Targów Innowacji. Obydwa narzędzia są aktualizowane w cyklu kwartalnym oraz dostępne na stronie internetowej KIW.

Opracowanie oraz promocja wykorzystania przez IP/IP2 modeli Forów na Rzecz Projektów Innowacyjnych oraz Targów Innowacji

Opracowany przez KIW materiał pn. *Forum partnerskie oraz Targi Innowacji – narzędzia na rzecz włączania i upowszechniania produktów finalnych projektów innowacyjnych PO KL* zawiera wskazówki odnośnie do organizacji przez zainteresowane IP/IP2 tego typu wydarzeń, wraz z wypracowanymi przez KIW narzędziami. Materiał został przekazany do IP/IP2. Dodatkowo KIW służy wsparciem przy organizacji tego typu wydarzeń.

Wyłonienie Grupy Roboczej IP/IP2/KIW ds. upowszechniania i mainstreamingu

KIW wyłoniła przedstawicieli IP/IP2 zajmujących się zagadnieniami upowszechniania i włączania, wspólnie z którymi utworzyła grupę roboczą o charakterze dyskusyjnym. Grupa powstała w celu wymiany doświadczeń w zakresie realizacji działań w obszarze upowszechniania i włączania, wypracowywania wspólnych narzędzi działania i rozwiązywania kwestii problematycznych, a także zgłaszania ewentualnych kwestii horyzontalnych do rozwiązania przez KIW i/lub IZ PO KL. Udział w pracach grupy jest dobrowolny.

Wymiana dobrych praktyk pomiędzy IP/IP2

Za pomocą swojej strony internetowej KIW będzie rozpowszechniać informacje o dobrych praktykach w zakresie wsparcia przez poszczególne IP/IP2 projektów innowacyjnych w działaniach upowszechniających i włączających. Informacje na ten temat będą zamieszczane w osobnej zakładce poświęconej upowszechnianiu i włączaniu.

Forum dyskusyjne dla IP/IP2

Zgodnie ze zgłoszonym przez przedstawicieli IP/IP2 zapotrzebowaniem, od początku 2013 roku na portalu KIW działać będzie forum dyskusyjne. Forum powstanie w celu zapewnienia zainteresowanym instytucjom możliwości wymiany informacji i doświadczeń, w tym także w zakresie działań upowszechniających i włączających.

4. DODATKOWE KWESTIE ZWIĄZANE Z UPOWSZECHNIANIEM I WŁĄCZANIEM

4.1. Planowanie działań

Wspominaliśmy wcześniej, że opracowując harmonogram działań w zakresie upowszechniania i włączania należy wziąć pod uwagę etapy realizacji projektu. Na poniższym wykresie przedstawiono możliwość wykorzystania opisanych w niniejszym materiale form/narzędzi wsparcia w zakresie upowszechniania i włączania w odniesieniu do poszczególnych etapów realizacji projektu innowacyjnego.

	Etap I			Etap II				Po projekcie
	faza I	faza II	faza III	faza I	faza II	faza III	faza IV	
<i>Strategia wdrażania</i>				X				
Strona internetowa IP/IP2								
Publikacje IP/IP2								
Targi Innowacji								
Fora Partnerskie PI								
Seminaria tematyczne								
Sieci Tematyczne - upowszechnianie								
Konferencje, panele dyskusyjne								
Konkursy								

Grupy Robocze w ST								
Kontakty z decydentami								
Kontakty z mediami								
Ambasadorzy produktu								
Wizyty studyjne								
Baza przedsięwzięć upowszechniających i włączających								
Mapa upowszechniania i włączania								
Implementacja wypracowanych rozwiązań do dokumentów o charakterze strategicznym								
Formularz opisu produktu finalnego								
Wsparcie innowacji jako element działań upowszechniających IP/IP2								
Baza/wyszukiwarka produktów								
Plany włączające projektów innowacyjnych								
Przewodnik wprowadzania zmian systemowych								
„Patronat publiczny”								
Nieformalne partnerstwa								
Certyfikacja								

4.2. Monitorowanie działań

Z punktu widzenia efektywności prowadzenia działań upowszechniających i włączających, w tym zapewnienia kompatybilności inicjatyw podejmowanych przez IP/IP2 i beneficjentów, **niezbędne jest monitorowanie działań w przedmiotowym zakresie**. Istotna może też okazać się wiedza o działaniach podejmowanych przez inne IP/IP2 w odniesieniu do projektów wypracowujących zbliżone lub komplementarne produkty.

Zagadnienia dotyczące monitorowania działań w zakresie upowszechniania i włączania zostały opisane w poradniku KIW pt. *Upowszechnianie i mainstreaming w projektach innowacyjnych Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki*.

Materiał ten wskazuje:

- Przykładowe elementy, które mogą podlegać monitoringowi:
 - Zadania w ramach upowszechniania i włączania;
 - Narzędzia wykorzystywane w procesie upowszechniania i włączania;
 - Uczestnicy procesu upowszechniania i włączania;
 - Metody zastosowane w procesie upowszechniania i włączania;
 - Efekty działań w procesie upowszechniania i włączania.

- Przykładowe narzędzia, które mogą zostać wykorzystane na potrzeby monitoringu:
 - Sprawozdania beneficjentów (wewnętrzne oraz inne wynikające z systemu wdrażania PO KL);
 - Raporty z ewaluacji na poziomie projektów i priorytetów ze szczególnym uwzględnieniem projektów innowacyjnych;
 - Protokoły/notatki z przeglądów okresowych;
 - Część sprawozdawcza wniosków o płatność;
 - Strony internetowe beneficjentów (liczba wejść);
 - Listy sprawdzające opracowane przez IP/IP2 na potrzeby monitorowania działań upowszechniających i włączających podejmowanych przez beneficjentów, jak i działań własnych IP/IP2 w tym zakresie;
 - Formularz przekazania produktu finalnego – możliwy do zastosowania przez beneficjentów (wzór formularza stanowi załącznik nr 2 do niniejszego dokumentu).

Niezależnie od ww. źródeł informacji **rekomendujemy akcentowanie wagi kwestii związanych z prowadzeniem i monitorowaniem działań upowszechniających i włączających w ramach bezpośrednich kontaktów z beneficjentami, w szczególności prowadzonych przez opiekunów projektów. Pozyskiwanie od beneficjentów informacji na temat tego, jak realizują działania upowszechniające i włączające, powinno dać im sygnał, iż powyższe kwestie są naprawdę ważne, a także, że IP/IP2 są faktycznie zainteresowane postępami beneficjentów w realizacji tych działań oraz gotowe służyć wsparciem w tym zakresie.** Jednocześnie proponujemy, aby przed zwróceniem się do beneficjentów z prośbą o informacje przeanalizować, które dane są nam rzeczywiście potrzebne, gdyż ich zakres może być różny w zależności od np. specyfiki projektu lub postawy beneficjenta względem działań upowszechniających i włączających (niektórzy beneficjenci bardzo angażują się w prowadzenie tych działań, inni przeciwnie – nie przykładają wagi do powyższych zagadnień).

Monitoring i ocena działań upowszechniających i włączających, w tym inicjatyw własnych IP/IP2, pozwoli zweryfikować ich efektywność i podjąć ewentualne działania zaradcze.

Niezależnie od przyjętych kryteriów i narzędzi służących monitorowaniu działań w zakresie upowszechniania i włączania, musimy pamiętać o tym, że włączenie produktów finalnych do stosowania stanowi o istocie projektów innowacyjnych, a co za tym idzie – instytucje odpowiedzialne za ich realizację będą musiały dysponować wiedzą na temat rezultatów prowadzonych działań włączających i przekazywać odpowiednie informacje w sprawozdaniach rocznych PO KL.

Wytyczne MRR w sprawie projektów innowacyjnych i współpracy ponadnarodowej mówią, iż „... w przypadku projektów innowacyjnych kluczowym zadaniem KIW jest wspieranie i monitorowanie procesu upowszechniania i włączania wypracowanych rezultatów do głównego nurtu polityki.” Zgodnie z ustaleniami z IZ PO KL, KIW będzie prowadzić w stosunku do IP/IP2/ST działania monitoringowe, których celem będzie pozyskanie informacji o faktycznych rezultatach prowadzonych działań włączających, tj. **informacji na temat tego, ile projektów faktycznie zakończyło się włączeniem do praktyki i/lub polityki.** KIW wykorzysta w tym zakresie pozyskiwane dotychczas dane, jednakże możliwe będzie również zwracanie się do IP/IP2 o niektóre informacje.

4.3. Zarządzanie informacjami o produktach

Zgodnie z zasadami realizacji projektów innowacyjnych, po przejściu od beneficjenta majątkowych praw autorskich, „właścicielem” produktu finalnego staje się IP/IP2. W tym celu **należy bezwzględnie zadbać o to, aby wejść w posiadanie wszystkich niezbędnych informacji o produkcie: oprócz samego produktu finalnego niezwykle istotna jest instrukcja jego stosowania.** Z dotychczasowych doświadczeń KIW wynika, że brak czytelnych, przejrzystych instrukcji użycia produktu jest częstą przyczyną niepowodzeń we włączaniu produktu do praktyki. Zwłaszcza w przypadku mainstreamingu praktyk w odniesieniu do „prostych” produktów, gdzie do powielenia danego rozwiązania najczęściej wystarczy sama decyzja o jego zastosowaniu, bez konieczności np. zmiany otoczenia prawnego. **Zadbanie o pozyskanie przejrzystych i wyczerpujących instrukcji stosowania produktów w czasie trwania umowy leży w interesie instytucji przejmujących do nich prawa** – po zakończeniu umowy o dofinansowanie projektu część beneficjentów może nie być zainteresowana poprawianiem/doprecyzowywaniem opisów i instrukcji.

Kolejną sprawą związaną z zakończeniem realizacji projektów pozostających w gestii poszczególnych IP/IP2 jest **kwestia zarządzania informacjami na temat produktów finalnych projektów.** Mimo iż KIW jako instytucja krajowa gromadzi i archiwizuje ostateczne wersje wszystkich produktów finalnych projektów innowacyjnych, zarówno tych zwalidowanych pozytywnie jak i negatywnie, oraz produkty projektów współpracy ponadnarodowej, to **rekomendujemy stworzenie na swoje potrzeby prostych baz danych** (np. w formie pliku Excel), gromadzących w jednolitym formacie informacje na temat produktów wytworzonych w danym regionie czy obszarze. W zależności od liczby produktów i zróżnicowania potrzebnych informacji można gromadzić je np. z uwzględnieniem obszarów tematycznych, typu mainstreamingu (do praktyk, do polityk) oraz jego poziomu (lokalny, regionalny, krajowy). **Prowadzona na bieżąco, ujednolicona baza produktów finalnych z pewnością ułatwi zarządzanie działaniami w obszarze upowszechniania i włączania, a także pomoże w efektywnej wymianie informacji w tym zakresie z innymi IP/IP2, a także KIW oraz IZ PO KL.**

W Załączniku nr 3 do niniejszego dokumentu znajduje się przykładowy wzór formularza opisu produktu finalnego, który można wykorzystać do gromadzenia jednolitych informacji na temat produktów finalnych. Jest to formularz stosowany przez KIW w celach archiwizacyjnych. W zależności od rodzaju produktu oraz własnych preferencji może on być dowolnie modyfikowany.

W przypadku KIW, archiwizowane produkty gromadzone są w wersji papierowej i/lub elektronicznej. KIW udostępnia produkty wszystkim zainteresowanym – na życzenie – ale tylko w wersji elektronicznej. Ze względu na rozmiar produkty są nagrywane na nośniku elektronicznym oraz wysyłane pocztą. Od początku 2013 roku produkty będą dostępne na stronie internetowej KIW poprzez wyszukiwarkę internetową.

Załączniki:

Załącznik nr 1: Wzór informacji dla członków ST nt. powołanie Grupy Roboczej
ds. upowszechniania i włączania,

Załącznik nr 2: Formularz przekazania produktu finalnego,

Załącznik nr 3: Wzór formularza opisu produktu finalnego.

KONCEPCJA WSPARCIA PRZEZ ST DZIAŁAŃ UPOWSZECHNIAJĄCYCH I WŁĄCZAJĄCYCH PODEJMOWANYCH PRZEZ BENEFICJENTÓW PI

Informacja dla członków ST

Szanowni Państwo,

Bieżący rok realizacji projektów innowacyjnych rozpoczyna okres **intensyfikacji działań** upowszechniających i włączających wypracowane rezultaty do głównego nurtu polityki/praktyki. **Jednym z istotnych czynników mających wpływ na sukces** tego typu działań podejmowanych przez beneficjentów **jest wsparcie ze strony praktyków i ekspertów będących członkami Sieci Tematycznych.**

Zgodnie z „Wytycznymi Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie wdrażania projektów innowacyjnych i współpracy ponadnarodowej w ramach PO KL”, **jednymi z głównych zadań Sieci Tematycznych są:**

- **wsparcie merytoryczne dla beneficjentów** wdrażających projekty innowacyjne ze strony ekspertów, beneficjentów już realizujących projekty oraz innych zainteresowanych podmiotów, pozwalające na wymianę doświadczeń, niwelowanie pojawiających się problemów oraz uwzględnienie w testowanych rozwiązaniach rzeczywistych potrzeb głównego nurtu polityki,
- **wypracowanie efektywnych form dialogu** między beneficjentami projektów innowacyjnych a decydentami politycznymi poprzez zwiększenie efektywności działań mających na celu wdrożenie do powszechnego stosowania wypracowanych produktów finalnych.

Sieci Tematyczne jako gremia gromadzące z jednej strony osoby posiadające ogromne doświadczenie w danym obszarze tematycznym (niejednokrotnie utrzymujące kontakty z decydentami zaangażowanymi w kreowanie polityki w danym obszarze tematycznym), z drugiej zaś beneficjentów realizujących projekty, mogą zapewnić zarówno beneficjentom jak i IP/IP2 możliwość wymiany doświadczeń w zakresie realizacji działań U&M, i w konsekwencji wsparcie dla projektów w tym zakresie.

Oznacza to, że w miarę postępów w realizacji projektów konieczne będzie organizowanie posiedzeń, których celem będzie realizacja wskazanych powyżej zadań. Z obserwacji KIW dotyczących projektów na bardziej zaawansowanym etapie realizacji wynika, że **jednym z największych problemów jest właściwe zaplanowanie działań włączających.** Działania te planowane są zbyt ogólnie oraz nie uwzględniają wielu istotnych potencjalnych użytkowników i/lub kluczowych decydentów.

W związku z tym zasadne jest przeanalizowanie możliwych do podjęcia przez ST działań w obszarze upowszechniania i włączania produktów projektów innowacyjnych, a także celowe zaplanowanie tych działań. Dlatego też, idąc za przykładem innych państw UE, **KIW proponuje powołanie grupy roboczej ds. mainstreamingu**, jako efektywnej formy wsparcia beneficjentów w najbardziej deficytowych obszarach z wykorzystaniem Państwa wiedzy i kontaktów, zgodnie z poniższymi założeniami.

Założenia dotyczące Grupy Roboczej ds. mainstreamingu

- w pracach Grupy będą uczestniczyli członkowie ST gotowi do zaangażowania się w prace na rzecz skutecznego upowszechniania i włączenia do szerszego stosowania produktów finalnych projektów realizowanych w danym obszarze tematycznym
- liczebność Grupy nie powinna być zbyt duża, co ułatwi sprawną organizację jej działań (maksymalnie 10 osób)
- w składzie Grupy powinny być reprezentowane środowiska mogące odegrać istotną rolę w procesie skutecznego upowszechniania i włączania poszczególnych produktów
- członkami Grupy powinni być przedstawiciele wszystkich sektorów występujących w składach ST, czyli przedstawiciele IP/IP2, organizacje pozarządowe, beneficjenci
- Grupa Robocza może się spotykać kilkakrotnie w ciągu roku poza posiedzeniami ST
- Spotkania Grup Roboczych będą finansowane przez KIW w zakresie: refundacji kosztów podróży i ewentualnie zakwaterowania, zapewnienia sali i cateringu.

Proponowany zakres prac Grupy:

- wsparcie i doradztwo dla beneficjentów w zakresie doprecyzowania planów działań włączających (opracowanych na etapie strategii wdrażania projektu innowacyjnego) z uwzględnieniem zmian zaistniałych po zakończeniu etapu testowania wstępnej wersji produktu finalnego
- analiza grup decydentów ujętych w szerokim znaczeniu (przedstawiciele organów decyzyjnych, jak również NGO's, środowisko naukowe itd.) oraz ułatwianie beneficjentom kontaktu z nimi w celu zwiększenia szans na skuteczne włączenie produktu do głównego nurtu polityki/praktyki
- analiza przy wsparciu IP/IP2 projektów z uwzględnieniem opracowanej przez KIW *Mapy projektów* pod kątem punktów wspólnych projektów w danym obszarze tematycznym (produkt finalny, grupa docelowa, temat projektu), oraz zaplanowanie wsparcia w zakresie działań włączających dla wyłonionych grup projektów.

Mając na uwadze, iż prace Grupy Roboczej z założenia mają odpowiadać na specyficzne potrzeby beneficjentów w danej ST, które mogą być odmienne w przypadku każdej z nich, zaproponowany wyżej katalog zadań może ulegać modyfikacjom zgodnie ze specyfiką poszczególnych Sieci oraz możliwości jej Członków.

Plan działania ze strony KIW w przedmiotowym zakresie:

1. Przesłanie powyższej informacji do Przewodniczących ST.
2. Wprowadzenie do programu najbliższego posiedzenia ST (po uzgodnieniu z Przewodniczącym ST) tematu związanego z powyższą koncepcją wsparcia, przeprowadzenie dyskusji na posiedzeniu i podjęcie decyzji o ewentualnym powołaniu Grupy.
3. Zaplanowanie przez członków Grupy Roboczej/ST celów, działań i ich harmonogramu.
4. Rozpowszechnienie informacji o dobrych rezultatach niniejszej inicjatywy pośród Sieci Tematycznych.

Załącznik nr 2: Formatka przekazania produktu finalnego

Potwierdzenie

Potwierdzam odbiór otrzymanego podczas
(nazwa produktu finalnego)

.....

L.p.	Imię i nazwisko, nazwa instytucji	Liczba odebranych egzemplarzy	Liczba użytkowników, którzy będą korzystać z produktu finalnego	Liczba odbiorców, którzy będą korzystać z produktu finalnego

.....
podpis



Opis produktu finalnego projektu innowacyjnego (PI)

Typ projektu	Projekt innowacyjny testujący	☐	
	Projekt innowacyjny testujący z komponentem współpracy ponadnarodowej	☐	
	Wyodrębniony projekt współpracy ponadnarodowej	☐	
	Standardowy projekt z komponentem współpracy ponadnarodowej	☐	
Tytuł projektu			
Typ produktu	Produkt finalny	☐	
Rezultat walidacji produktu finalnego	pozytywny	☐	
	negatywny	☐	
Beneficjent	Dane instytucji :		
	Osoba kontaktowa ¹ :		
Partnerzy			
Cel projektu²			
Grupy docelowe	Odbiorcy PI:	Grupa docelowa PWP:	
	Użytkownicy PI:		
Opis produktów finalnych <i>(elementy składowe produktu oraz sposoby ich stosowania, upowszechniania i włączania)</i>	Szczegółowy opis produktu finalnego:		
	Elementy składowe produktu finalnego*:	Upowszechnianie	Włączanie
		☐	☐
		☐	☐
		☐	☐

*w miarę potrzeby proszę dodać kolejne wiersze.

¹ Dane osoby odpowiedzialnej za przygotowanie merytoryczne produktu/produktu finalnego

² Cel projektu opisany zgodnie z wnioskiem o dofinansowanie projektu

Produkt finalny, przekazywany do IP/IP2, powinien zostać przygotowany wg. określonych zasad:

1) Jednoznacznie identyfikowalny tytuł/nazwa.

Wersja elektroniczna produktu powinna zostać zapisana na płycie lub płytach CD/DVD i opisana w następujący sposób:

Tytuł projektu.....
Beneficjent
Nazwa produktu finalnego

2) Opis produktu zawierający takie informacje, jak:

- tło (sytuację wyjściową) i cel stworzenia rozwiązania,
- grupy docelowe,
- aktualny, odpowiadający rzeczywistości opis rozwiązania (czym jest, do czego służy, dla kogo jest przeznaczony, problem na który odpowiada, do kogo jest kierowany, gdzie i jak był testowany),
- opis poszczególnych elementów rozwiązania (z uwzględnieniem powiązanych produktów pośrednich),
- przewidywany (wykazany w trakcie testowania) efekt wdrożenia produktu,
- koszty związane z zastosowaniem produktu,
- korzyści dla użytkowników,
- wskazanie możliwości wdrożenia rozwiązania do powszechnej praktyki oraz określenie potencjalnych użytkowników produktu (instytucji, organizacji, grup).

Ze względu na swoją specyfikę niektóre opisy nie będą zawierały wszystkich wymienionych wyżej elementów.

3) Elementy składowe produktu finalnego i/lub produkty pośrednie.

W trakcie działań projektowych powstaje szereg produktów – opracowań, podręczników, programów komputerowych, filmów, dokumentów, itp. – które wspomagają wdrożenie produktu finalnego. Przekazany produkt powinien zatem zawierać, oprócz wspomnianego opisu, także spis produktów, które mogą wspierać multiplikowanie produktów finalnych.

Załącznik nr 3

Produkty pośrednie powinny zawierać nazwy (tytuły) oraz krótkie opisy (w formie plików tekstowych, czym jest i do czego służy dany produkt). Opisy mogą być później wykorzystane podczas tworzenia bazy produktów lub publikacji.

Poszczególne rodzaje produktów powinny być przekazywane w formatach określonych poniżej:

Publikacje powinny być przekazywane w określonych formach:

- pliku lub plików przygotowanych do druku (jeśli takie powstały),
- pliku PDF przygotowanego do zamieszczenia na stronach internetowych (np. w zbiorczej bazie produktów i rezultatów)
- pliku tekstowego (edytowalnego).

Pozostałe pliki tekstowe (dokumenty, opracowania itp.) powinny być przekazywane w formie tekstowej (txt, doc) oraz dokumentu pdf dostosowanego do publikacji na stronie.

Filmy, powinny być przekazywane w następujących wersjach (jeśli są dostępne):

- otwartej (do nagrywania na CD/DVD),
 - skompresowanej (na www),
- oraz, jeśli powstała
- broadcastowej (nośnik beta – do emisji w TV).

Uwagi o charakterze organizacyjnym i technicznym

Do nośników elektronicznych powinien zostać dołączony spis treści ze szczególnym uwzględnieniem elementów składowych produktu /produktu finalnego (z podaniem nazw) **UWAGA: spis treści powinien zostać dostarczony w wersji wydrukowanej oraz elektronicznej.** W przypadku elementów składowych wymagających dodatkowej instrukcji obsługi (np. specyfikacja techniczna, instrukcja instalacji) prosimy o jej dołączenie. Na jej podstawie będą realizowane wdrożenia, w związku z czym powinna być ona na tyle szczegółowa, a jednocześnie przejrzysta, żeby użytkownicy produktów finalnych nie mieli problemów z jej wykorzystaniem. Instrukcja powinna zawierać opisane „krok po kroku” etapy wdrożenia produktu finalnego. Każdy etap wdrożenia lub element (część składowa) produktu powinien być opisany. Warto również przekazać informacje dotyczące przewidywalnych problemów, które mogą wystąpić podczas wdrażania (lub opisać problemy, jakie faktycznie wystąpiły). **Niezbędne jest również załączanie instrukcji wdrożenia produktów**, ponieważ opis wypracowanego rozwiązania nie zawsze zawiera wszystkie istotne praktyczne informacje.

Użytkownicy produktów finalnych mogą mieć wątpliwości dotyczące procesu wdrożenia, których rozwiązania nie znajdą w instrukcji. Dlatego warto, żeby w tym dokumencie znalazły się również kontakty do osoby/osób/instytucji, mogących wspomóc potencjalnych użytkowników, które były zaangażowane w prace nad produktem finalnym.

Dodatkowe uwagi:

- Produkty powinny być przekazywane w wersjach ostatecznych, a nie w formie fragmentarycznej (np. pojedynczych rozdziałów publikacji, rozproszonych tekstów),
- Niecelowe jest przekazywanie produktów pośrednich, które służyły podczas bieżącego prowadzenia projektu (list obecności na szkoleniach, projektów graficznych stworzonych na cele organizowanego wydarzenia /np. plakatu reklamowego/, tekstów z zaznaczonymi uwagami redaktorskimi, ulotek itp.) – warto zatem przeprowadzić pod tym kątem selekcję wypracowanych produktów.
- Produkty na nośnikach cyfrowych powinny być przekazywane w dwóch kopiach, jednoznacznie oznakowanych (identyfikacja graficzna zgodna z wymogami PO KL) i opisanych. Wraz z przekazaniem pakietu produktów uczestnicy projektów powinni przekazywać spis produktów wraz z opisami. Tytuły/nazwy powinny być jednoznacznie identyfikowalne z plikami zawartymi na płytach. Jeśli to konieczne – pliki na nośnikach powinny być uporządkowane (od najbardziej istotnych do najmniej istotnych) i/lub pogrupowane (przypisane do danego produktu).