Raport końcowy z realizacji projektu informatycznego POIS.02.04.00-00-0001/15 – 00 „Promocja Parków Narodowych jako marki”

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Wyszczególnienie** | **Opis** |
|  | Tytuł projektu | **„Promocja Parków Narodowych jako marki”** |
|  | Beneficjent projektu | Ministerstwo Klimatu i Środowiska |
|  | Partnerzy | 23 Parki Narodowe |
|  | Postęp finansowy | **Pierwotny planowany koszt realizacji projektu: 5 600 000,00 PLN (brutto)**  **Ostatni planowany koszt realizacji projektu: 5 258 885,94 PLN (brutto)** (kwota uległa zmianie w związku z dofinansowaniem realizacji Projektu kwotą w wysokość 600 000 PLN zgodnie z Aneksem nr 10 z dn. 1.09.2022 r.).  **Faktyczny koszt projektu: 5 249 765,90 PLN**  **Zakontraktowana wartość dofinansowania: 4 185 768,02 PLN**  ***Poziom certyfikacji w odniesieniu do zakontraktowanej wartości dofinansowania:***  ***Instytucja Wdrażająca zaakceptowała 32 Wnioski o płatność z 34 (94%), na łączną kwotę 3 657 579,92 PLN brutto (69,7%).***  W związku z nałożoną po kontroli ex post postępowania o udzielenie zamówienia publicznego pn. Produkcja serii 24 filmów o charakterze promocyjnoedukacyjnym prezentujących polskie parki narodowe (Zadanie 2) korektą w wysokości 5% wartości netto umowy na produkcję filmów z firmą Tomorrow. W związku z powyższym zmniejszona została o 50 000 złotych kwota wydatków kwalifikowalnych w projekcie.  W styczniu 2019 r. NFOŚiGW po analizie wyników kontroli NIK P/17/001 (Wykonanie budżetu państwa w 2016 r.) uznał wydatki na zawarcie umów cywilnoprawnych zawartych z firmami Hookpoint i Zielona Brygada za niekwalifikowane.  Z prognozowanego całkowitego kosztu projektu w wysokości 5 600 000,00 PLN zaangażowanych zostało 93,7% tej kwoty. Zmiana wynika z różnicy pomiędzy szacunkami poczynionymi na potrzeby postępowań o udzielenie zamówień publicznych, a faktycznymi wartościami zawartych umów. |
|  | Postęp rzeczowy | Pierwotna planowana data rozpoczęcia realizacji projektu: 01.03.2016 r.  **Faktyczna data rozpoczęcia realizacji projektu: 19.05.2016 r.**  Pierwotna planowana data zakończenia realizacji projektu: 31.12.2019 r.  Ostatnia planowana data zakończenia realizacji projektu: 31.12.2023 r.  **Faktyczna data zakończenia realizacji projektu: 31.12.2023 r.**  **Przyczyną zmiany terminu zakończenia realizacji projektu w stosunku do pierwotnego planu były następujące czynniki:**   1. niezakończenie postępowań przetargowych; 2. braki kadrowe; kilkukrotne powtarzanie naborów na stanowisko koordynatora projektu i administratora projektu; 3. zmiany organizacyjnych w Ministerstwie Środowiska. Zmiany te polegały na przekształceniu Ministerstwa Środowiska w Ministerstwo Klimatu w XI.2019 r., następnie w III.2020 r. utworzono nowy urząd – Ministerstwo Środowiska, po czym 07.X.2020 r. w drodze przekształcenia Ministerstwa Klimatu utworzono Ministerstwo Klimatu i Środowiska. Powyższe zmiany organizacyjne spowodowały konieczność uregulowania kwestii formalno-prawnych, wypracowania procedur, koniecznością zapoznania się z projektem nowozatrudnionych osób w Departamentach tzw. obsługowych to znaczy Departament Prawny, Wydział Zamówień Publicznych, Wydziały Finansowe; 4. zagrożeniem epidemiologicznym związanym z SARS CoV-2 co uniemożliwiło realizację Zadania nr 10 imprezy masowe i całkowitą zmianę sposoby realizacji w trybie on-line, a także Zadania nr 8 wykonanie murali ściennych w 3 miastach Polski; 5. odstąpieniem od realizacji umowy z Wykonawcą odpowiedzialnym za realizację Zadania 1 „Stworzenie i uruchomienie 23 stron internetowych PPN i jednej strony głównej”. Naliczeniem kar umownych oraz toczącą   się obecnie sprawą sądową;   1. zmiana w zakresie zwiększenia dofinansowania tytułem płatności z budżetu środków europejskich do 100% dla projektów, dla których wkład krajowy zapewniono z budżetu państwa, skomplikowała sytuację finansową Projektu, co w konsekwencji wymagało szeregu zmian związanych z uruchomionymi środkami i wydanymi decyzjami finansowymi, które w związku z wprowadzoną zmianą należało skorygować i przeprocedować na nowo.   **Status realizacji kamieni milowych w projekcie :**   1. Wykonanie stron www Parków Narodowych:  * Pierwotny planowany termin: 12-2017 * Planowany termin osiągnięcia: 12-2023 * Rzeczywisty termin osiągnięcia: 12-2023 * Status realizacji kamienia milowego: zrealizowany  1. Produkcja serii 24 filmów informacyjno-promocyjnych o PN:  * Pierwotny planowany termin: 03-2019 * Planowany termin osiągnięcia: 01-2019 * Rzeczywisty termin osiągnięcia: 01-2019 * Status realizacji kamienia milowego: zrealizowany  1. Produkcja serii 6 krótkich filmów promujących właściwe zachowania na terenie parków narodowych:  * Pierwotny planowany termin: 03-2018 * Planowany termin osiągnięcia: 12-2019 * Rzeczywisty termin osiągnięcia: 12-2019 * Status realizacji kamienia milowego: zrealizowany  1. Wydanie serii 24 folderów o Polskich Parkach Narodowych:  * Pierwotny planowany termin: 04-2017 * Planowany termin osiągnięcia: 05-2020 * Rzeczywisty termin osiągnięcia: 05-2020 * Status realizacji kamienia milowego: zrealizowany  1. Produkcja multimedialnej gry edukacyjnej:  * Pierwotny planowany termin: 06-2018 * Planowany termin osiągnięcia: 12-2023 * Rzeczywisty termin osiągnięcia: 11-2023 * Status realizacji kamienia milowego: zrealizowany  1. Zaprojektowanie i stworzenie mobilnej wersji nowych stron internetowych Parków Narodowych:  * Pierwotny planowany termin: 03-2018 * Planowany termin osiągnięcia: 12-2023 * Rzeczywisty termin osiągnięcia: 12-2023 * Status realizacji kamienia milowego: zrealizowany  1. Współpraca z twórcami graffiti i murali:  * Pierwotny planowany termin: 09-2018 * Planowany termin osiągnięcia: 12-2021 * Rzeczywisty termin osiągnięcia: 11-2021 * Status realizacji kamienia milowego: zrealizowany  1. Przygotowanie i przeprowadzenie 4 szkoleń:  * Pierwotny planowany termin: 10-2018 * Planowany termin osiągnięcia: 12-2019 * Rzeczywisty termin osiągnięcia: 12-2019 * Status realizacji kamienia milowego: zrealizowany  1. Promocja PPN na imprezach masowych:  * Pierwotny planowany termin: 09-2018 * Planowany termin osiągnięcia: 12-2023 * Rzeczywisty termin osiągnięcia: 12-2023 * Status realizacji kamienia milowego: zrealizowany  1. Promocja projektu i PPN w mediach społecznościowych:  * Pierwotny planowany termin: 10-2018 * Planowany termin osiągnięcia: 12-2023 * Rzeczywisty termin osiągnięcia: 12-2023 * Status realizacji kamienia milowego: zrealizowany  1. Promocja dofinansowania ze środków UE:  * Pierwotny planowany termin: 03-2019 * Planowany termin osiągnięcia: 12-2023 * Rzeczywisty termin osiągnięcia: 08-2023 * Status realizacji kamienia milowego: zrealizowany  1. Zarządzanie projektem:  * Pierwotny planowany termin: 03-2019 * Planowany termin osiągnięcia: 12-2023 * Rzeczywisty termin osiągnięcia: 12-2023 * Status realizacji kamienia milowego: zrealizowany   W ramach realizacji Projektu powstały poniższe produkty:   * 23 strony internetowe parków narodowych oraz Brama główna w wersji mobilnej i desktopowej (utworzono moduły: (1) Biuletyn Informacji Publicznej, (2) Zakup biletów e-Bilet, (3) Wolontariat, (4) Mapa Parku, (5) Zaplanuj wizytę, (6) Newsletter, (7) e-Sklep, (8) Załatw sprawę, (9) Pogoda, (10) O Parku, (11) Aktualności), (12) Kalendarium wydarzeń, (13) Wsparcie finansowe, (14) Na skróty, (15) Obiekt noclegowy, (16) Warto wiedzieć, (17) Największe atrakcje Parku, (18) Lista szlaków (data wdrożenia: 29-12-2023); * 24 filmy z serii „Przeżyj to! Polskie Parki Narodowe” (data wdrożenia: 04-03-2019); * 6 filmów z serii „Polskie Parki Narodowe” promujących właściwe zachowania na terenie parków (data wdrożenia: 03-12-2019); * 24 foldery promujące dziedzictwo przyrodnicze i kulturowe parków narodowych (data wdrożenia: 02-05-2020); * 1 multimedialna gra edukacyjna „Odkrywca Parków Narodowych (data wdrożenia: 20-12-2022); * 2 500 gier planszowych „Odkrywca Parków Narodowych”( data wdrożenia: 30-11-2023); * 3 murale w mieście Zabrzu, Łodzi i Warszawie promujące historię, dziedzictwo, przyrodnicze kulturowe i działalność edukacyjną parków narodowych (data wdrożenia: 30-11-2021); * 5 imprez masowych poświęconych Polskim Parkom Narodowym (data wdrożenia: 20-09-2022); * 1 ogólnopolska kampania informacyjno – promocyjna poświęcona Polskim Parkom Narodowych z udziałem Influencera (data wdrożenia: 20-12-2023); * 1 kampania promująca Projekt POIS i produkty powstałe w ramach Projektu oraz Polskie Parki Narodowe w mediach społecznościowych MKiŚ i parków narodowych (data wdrożenia: 31-12-2023); * 30 tablic pamiątkowych, które zostały zainstalowane w siedzibach wszystkich parków narodowych oraz MKiŚ (data wdrożenia: 31-12-2023).   Ponadto zorganizowano także 4 szkolenia dla pracowników i wolontariuszy pracujących w parkach narodowych (data wdrożenia: 11-12-2019). |
|  | E-usługi dla obywateli i przedsiębiorców | ***W ramach projektu powstały następujące e-usługi dla obywateli i przedsiębiorców (poniżej wymieniono najbardziej kluczowe z punktu funkcjonowania stron internetowych):***   1. Biuletyn Informacji Publicznej, który został zaprojektowany  w zunifikowany sposób dla wszystkich 23 parków narodowych, co znacznie zwiększyło jego funkcjonalność i efektywność odnajdowania tych samych informacji; 2. Zakup biletów „e-Bilet” (min. zakup biletu wejścia do parku, na wystawę, do muzeum, bilet parkingowy itd.); 3. e-usługa Wolontariat; 4. e-usługa Newsletter; 5. e-Sklep (umożliwiający zakup wydawnictw, gadżetów parkowych, pamiątek, map turystycznych itp.); 6. e-usługa Załatw sprawę umożliwiający min. wystąpienie o zgodę na badania w parku, uzyskanie licencji, patronat parku itd. 7. e-usługa Obiektów noclegowych umożliwiający szybkie wyszukanie miejsc noclegowych w bliskim sąsiedztwie danego Parku;   Utworzony w ramach Projektu POIS.02.04.00-00-0001/15 „Promocja Parków Narodowych jako marki” serwis PPN (również w formie aplikacji mobilnej) oraz wszystkie e-usługi, które zostały zaimplementowane w ramach tego serwisu w sposób pośredni bądź bezpośredni spełniają wszystkie poziomy dojrzałości zgodnie z 5-stopniową klasyfikacją stosowaną w projektach UE:   1. Informacyjną – Serwis zawiera szereg informacji praktycznych i merytorycznych oraz prawnych dotyczących Polskich Parków Narodowych, z którymi odbiorcy/użytkownicy (obywatele, przedsiębiorcy) mogą się z nimi zapoznać; 2. Interakcyjny – odbiorcy/użytkownicy przekazują informacje drogą elektroniczną, ale nie we wszystkich przypadkach instytucja im odpowiada tą samą drogą (komunikacja jest jednostronna); 3. Transakcyjny – odbiorcy/użytkownicy komunikują się z instytucją drogą elektroniczną, a instytucja odpowiada tą samą drogą (komunikacja jest dwustronna np. formularz załatw sprawę, konto wolontariatu, newsletter); 4. Integracyjny - odbiorcy/użytkownicy korzystają z modułów, w których udostępniane są informacje pochodzące z różnych serwisów. Jest to możliwe dzięki zintegrowaniu danych z różnych źródeł. Połączenie danych umożliwia przejście przez cały proces załatwiania danej sprawy zdalnie i elektronicznie (np. formularz załatw sprawę, konto wolontariatu, newsletter). Dzięki internetowemu Serwisowi odbiorcy/użytkownicy uzyskują informacje, uzupełniają dane w formularzach, przesyłają je, wnoszą opłaty i uzyskują decyzje (np. zaświadczenia, zezwolenia itp.) od instytucji/parku; 5. Personalizacja – odbiorcy/użytkownikowi oferowane są usługi dostosowane do ich indywidualnych potrzeb i sytuacji. |
|  | Postęp w realizacji strategicznych celów Państwa | Zgodność Projektu POIS „Promocja Parków Narodowych jako marki  z następującymi dokumentami strategicznymi:   1. Strategia Rozwoju Polski Południowej; 2. Strategia Rozwoju Polski Zachodniej; 3. Program Zintegrowanej Informatyzacji Państwa. Cel szczegółowy: 4.2.1. Zwiększenie jakości oraz zakresu komunikacji miedzy obywatelami i innymi interesariuszami, a państwem; 4. Program Operacyjny Infrastruktura i Środowisko. PRIORYTET: II. Ochrona środowiska, w tym adaptacja do zmian klimatu DZIAŁANIE: 2.4 Ochrona przyrody i edukacja ekologiczna.   Pomiar wpływu zrealizowanego projektu oraz faktyczne wykorzystanie usług/produktów wytworzonych w ramach projektu po realizacji projektu mierzony będzie poprzez kontynuację monitorowania poniższych wskaźników rezultatu:   | **Nazwa** | **Jedn. miary** | **Wartość**  **docelowa** | **Planowany termin osiągnięcia** | **Wartość osiągnięta od początku realizacji projektu (narastająco)** | | --- | --- | --- | --- | --- | | 1. liczba użytkowników nowych stron internetowych Parków Narodowych | szt. | 6 000 000 | 12-2024 | 206 471 | | 1. liczba odsłon mobilnej wersji nowych stron internetowych Parków Narodowych | szt. | 8 000 | 12-2024 | 595 860 | |
|  | Ryzyka i problemy | | **Nazwa ryzyka** | **Siła oddziaływania** | **Prawdopodobieństwo wystąpienia ryzyka** | **Sposób zarządzania ryzykiem** | | --- | --- | --- | --- | | Brak ofert potencjalnych Wykonawców na ogłoszone postepowania dotyczące poszczególnych zadań w projekcie | duża | średnie | 1. Działania zarządcze: Ogłoszenie o zamówieniu będzie publikowane w BIP na stronie internetowej Zamawiającego oraz zostanie rozesłana do wielu potencjalnie zainteresowanych podmiotów. 2. Efekty działań: Intensyfikacja ofert złożonych przez potencjalnych Wykonawców 3. Ryzyko zamknięte. | | Ewentualne protesty na SWZ lub na rozstrzygnięcie postepowań o udzielenie zamówienia | średnie | średnie | 1. Działania zarządcze: Odpowiednio, zgodnie z PZP wybrany tryb realizacji zamówienia, precyzyjnie przygotowany SWZ z właściwie określonymi kryteriami wyboru wykonawcy, sporządzony przy udziale doświadczonego eksperta. 2. Efekty działań: ograniczenie lub brak ewentualnych protestów 3. Ryzyko zamknięte. | | Ryzyko związane z procedurami uzgadniania dokumentacji niezbędnej do przeprowadzenia procedury wyboru wykonawców. | duża | wysokie | 1. Działania zarządcze: Wskazanie konkretnych osób do obsługi projektu w komórkach organizacyjnych odpowiedzialnych za uzgadnianie dokumentacji. 2. Efekty działań: Współpraca z osobami, które już wcześniej współpracowały przy realizacji poprzednich postępowań, znacznie skraca czas realizacji i brak konieczności wyjaśniania specyfiki realizacji projektu. 3. Ryzyko zamknięte. | | Brak wiedzy eksperckiej w zakresie IT i aplikacji mobilnych przy realizacji zadań związanych z narzędziami IT w projekcie. | średnie | średnie | 1.Działania zarządcze: Podjęto decyzję o powierzeniu wyboru wykonawcy i nadzoru nad realizacją nowych stron www – Tatrzańskiemu Parkowi Narodowemu jako Pełnomocnikowi, najbardziej doświadczonemu w tym zakresie. Podjęto decyzję o zatrudnieniu Konsultanta wspierającego Pełnomocnika (TPN) i Beneficjenta (MKiŚ) przy realizacji Zadania nr 1. 2. Efekty działań: wsparcie eksperckie przy realizacji zadań związanych z narzędziami IT w projekcie. 3. Podpisano Aneks do Umowy z firmą tworzącą prototypy funkcjonalno – wizualne nowych stron internetowych w wersji mobilnej i desktopowej na świadczenie usług doradztwa eksperckiego w zakresie UX do czasu zakończenia prac programistyczno – wdrożeniowych, które są przedmiotem odrębnego postępowania. Umowę zakończono. Ryzyko zamknięte. | |
|  | Uzyskane korzyści | Stworzono i uruchomiono Serwis Internetowy Polskich Parków Narodowych (PPN) pozwalającego ogółowi społeczeństwa na:   * uzyskanie informacji na temat PPN, * skorzystanie z oferty PPN, * komunikację z pracownikami PPN oraz zgłoszenie/rejestrację do udziału  w aktywnościach organizowanych przez PPN (np. konkursy, wolontariaty etc.), a także załatwienie sprawy, * serwis funkcjonuje również jako aplikacja responsywna, co pozwala na korzystanie w serwisu na dowolnym urządzeniu i w dowolnym czasie.   Do tej pory strony Parków Narodowych charakteryzowały się głównie: (1) chaotyczną strukturą (te same treści na stronach różnych parków znajdowały się w różnych często bardzo nie intuicyjnych miejscach; (2) brakiem wyraźnej hierarchii treści; (3) nieodpowiednimi kontrastami (brak dostępności treści); (4) brakiem spójnego brandingu; (5) brakiem elementów i cech wspólnych dla wszystkich stron, co znacznie ułatwiłoby poruszanie się przez użytkowników po stronach; (6) przestarzałym i mało atrakcyjnym design systemem; (7) brakiem spójności kolorystycznej oraz ikonograficznej w obrębie poszczególnych stron.  Nowo utworzone strony internetowe Parków Narodowych posiadają jeden wspólny design system, co znacznie porządkuje wizualizację stron. Struktura serwisu jest taka sama dla każdego Parku, co znacznie przyspiesza i ułatwia odszukanie konkretnych treści. Strony posiadają nowoczesną strukturę, która z jednej strony umożliwia użytkownikom szybkie, sprawne ale przede wszystkim bardzo intuicyjne odszukanie niezbędnych informacji, czy załatwienie sprawy, a z drugiej strony pozwala na promowanie przez konkretne parki dziedzictwa przyrodniczego  i kulturowego.  Ponadto zostały także ujednolicone adresy stron. Nowe strony zostały zainstalowane w domenie „*gov.pl*”. Do tej pory tylko dwa Parki (Słowiński PN i PN „Ujście Warty”) posiadały stronę zainstalowaną we wskazanej domenie. Pozostałe parki posiadają strony internetowe zainstalowane w różnych domenach (np.: „pn.pl”, „org.pl”, „com.pl”, „nazwa.pl” ), co znacznie utrudniało odszukiwanie stron parków w sieci Internet, a także tworzyło niepotrzebny szum informacyjny, który był trudny do zweryfikowania. Zainstalowanie stron w domenie gov.pl  z jednej strony pozwoliło na uporządkowanie i ujednolicenie adresów www parków narodowych i przyczyniło się do stworzenia wspólnej marki stron, co jest jednym z kluczowych założeń Projektu, a dodatkowo domena „*gov.pl*” gwarantuje większe bezpieczeństwo strony, potwierdza rzetelność i weryfikowalność umieszczanych treści i informacji, a także umożliwia łatwiejsze pozycjonowanie strony w przeglądarkach internetowych, co pozwoli dotrzeć do większej liczby odbiorców. |
|  | E-usługi i rejestry z jakimi zintegrował się wytworzony system w ramach realizacji projektu | Serwis PPN integruje wszystkie 23 strony Parków Narodowych w jeden zunifikowany system, którego głównym narzędziem jest tzw. Brama Główna. Ponadto użytkownik/odbiorca/obywatel może poprzez jedno logowanie do Serwisu uzyskać dostęp do konta wolontariatu czy newslettera we wszystkich Parkach, bez konieczności logowania się do 23 osobnych systemów.  Moduł „Pogoda” zintegrowany jest z bazą pogodową IMGW i w czasie rzeczywistym wyświetla aktualne warunki pogodowe oraz prognozy pogodowe na kilka dni do przodu. Ponadto wyświetlany jest także alert lawinowy (w przypadku parków górskich), co pozwala dokładniejsze zaplanowanie wizyty zgodnie planowaną pogodą. Serwis połączony jest także z systemem Airly, który dostarcza informację na temat jakości powietrza. Moduł „Mapa” zintegrowany jest  z systemem Mapa turystyczna, dzięki czemu użytkownik ma dostęp do bardzo szczegółowych map parków i ścieżek znajdujących się na ich terenie. Sklepy i system e-Biletów połączony jest  z serwisami płatniczymi umożliwiającymi w szybki sposób zakup biletów bezgotówkowo (cashless) bez konieczności stania w kolejkach do kas biletowych. Serwis ma zbudowany Biuletyn Informacji Publicznej, który na potrzeby nowych stron również został zunifikowany, co znacznie ułatwia odszukiwanie niezbędnych informacji. |
|  | Zapewnienie utrzymania projektu (w okresie trwałości) | Trwałość utrzymania Projektu:   1. 2024: utrzymanie zabezpieczone w ramach umowy zawartej z Wykonawcą realizującym zamówienie; 2. 2025: 547 000 PLN (brutto) z dedykowanej RC MKiŚ; 3. 2026: 657 000 PLN (brutto) z dedykowanej RC MKiŚ; 4. 2027: środki zostaną zabezpieczone na etapie planowania ustawy budżetowej na te lata; 5. 2028: środki zostaną zabezpieczone na etapie planowania ustawy budżetowej na te lata. |
|  | Doświadczenia związane z realizacją projektu | Realizacja Projektu pokazała konieczność przygotowania z odpowiednim wyprzedzeniem kompletu dokumentów przetargowych zwłaszcza OPZ, ponieważ procedury wewnętrzne i opiniowanie dokumentacji z komórkami obsługowymi oraz partnerami Projektu jest zabiegiem  bardzo czasochłonnym. Wielowątkowość działań była również trudnym elementem tego Projektu. Było to jednak celowe podejście, bo z jednej strony należało dotrzeć do jak najszerszej grupy odbiorców, a z drugiej strony takie działanie wymagało dużo większych nakładów pracy i zaangażowania zespołu projektowego oraz pracowników z parków narodowych. Dzięki takiemu podejściu w bardzo krótkim czasie udało się dotrzeć do wielu grup odbiorców – zróżnicowanych pod względem wieku, jak i z różnym podejściem do ochrony przyrody. Kluczowe jest także dokładne przemyślenie wszystkich działań na etapie planowania projektu. Należy zwrócić uwagę, czy wszystkie działania są spójne. Czy wpisują się w ogólne założenia projektu? Czy poszczególne działania wzajemnie się uzupełniają? Czy zaplanowane do realizacji wskaźniki są realne do osiągnięcia? Poza tym trzeba dokładnie zaplanować, które działania należy wdrożyć jak najszybciej, aby te wskaźniki osiągnąć w założonym czasie. Podstawą takiego projektu jest dobre planowanie działań i realizowanie zadań zgodnie z harmonogramem. Warto też zastanowić się nad przygotowaniem produktu, który od momentu powstania zaczyna „pracować” na osiągnięcie wskaźników. |