



Formularz sprawozdawczy dotyczący promocji i informacji

Numer programu (CCI):	CCI2007PL161PO018
Nazwa programu:	Regionalny Program Operacyjny Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013
Załącznik do sprawozdania nr:	II/2008/RPO/26
Okres sprawozdawczy:	2008 rok

1. Zrealizowane działania w zakresie informacji, promocji i szkoleń

W okresie sprawozdawczym Instytucja Zarządzająca Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013 prowadziła działania mające na celu podniesienie poziomu wiedzy oraz świadomości ogółu społeczności regionalnej w zakresie możliwości korzystania z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013, a tym samym ukazujące rolę UE w rozwoju społecznym i gospodarczym regionu. Działania były prowadzone zgodnie z Planem Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013 oraz Rocznym planem działań informacyjnych i promocyjnych na 2008 rok. Były one adresowane przede wszystkim do opinii publicznej, mieszkańców Województwa Świętokrzyskiego, instytucji uczestniczących w realizacji RPO, regionalnych i lokalnych władz, potencjalnych beneficjentów, beneficjentów (przedsiębiorstw, jednostek samorządu terytorialnego, szkół wyższych i placówek naukowo-badawczych, instytucji otoczenia biznesu, kościołów i związków wyznaniowych oraz partnerów społecznych i gospodarczych). Koncentrowały się na pięciu głównych obszarach: informacja, promocja, edukacja, Internet, wymiana doświadczeń. Listę najważniejszych działań oraz ich szczegółowy opis przedstawia tabela poniżej:

Lp.	Nazwa działania	Opis działania
Informacja		
1.	Punkt informacyjny RPO	Do zadań Punktu Informacyjnego należy: <ul style="list-style-type: none"> ➤ zapewnienie beneficjentom dostępu do materiałów informacyjnych i promocyjnych; ➤ informowanie na temat RPOWŚ i możliwościach uzyskania wsparcia ramach Programu; ➤ wsparcie dla beneficjentów w zakresie pozyskiwania środków i realizacji projektów poprzez dostarczenie odpowiednich formularzy i podręczników; ➤ informowanie o kryteriach oceny i



		wyborów projektów i o obowiązujących procedurach; ➤ informowanie o harmonogramie konkursów.
2.	Dodatki informacyjne poświęcone wdrażaniu RPOWŚ w prasie regionalnej	Artykuły sponsorowane na temat aktualnego stanu wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013 zamieszczane były w gazecie regionalnej „Echo Dnia”. Dodatkowo w celu dotarcia do jak największej grupy potencjalnych beneficjentów oraz mieszkańców Województwa Świętokrzyskiego nawiązana została współpraca z czasopismami wydawanymi na terenie określonych powiatów. Do gazet tych należą: <ul style="list-style-type: none">✓ Tygodnik Nadwiślański,✓ Tygodnik Ponidzia,✓ Full Sukces,✓ Powiat Jędrzejowski,✓ Powiat Włoszczowski,✓ Kwartalnik Kielce Wczoraj Dziś Jutro,✓ Tygodnik Kielce Plus.
3.	Emisja i publikacja ogłoszeń (radio, prasa)	ogłoszenia o naborach: w celu dotarcia do największej liczby potencjalnych beneficjentów przed każdym z naborów w regionalnej prasie – „Echo dnia” oraz regionalnej rozgłośni radiowej – „Radio Kielce” emitowane były ogłoszenia o naborach wniosków. W prasie ogłoszenie ukazywało się jednorazowo na 30 dni przed zakończeniem naboru. Natomiast w radio emitowane były min. trzy dni od rozpoczęcia naboru. Ogłoszenia o naborach zamieszczane były również na stronie internetowej www.rpo-swietokrzyskie.pl .
Promocja		
4.	Współpraca z mediami (telewizja)	Audycje telewizyjne: w ramach współpracy z telewizją regionalną emitowano utwory audiowizualne pod tytułem „Unia w pigułce” składające się z 7 odcinków o długości 10 minut. Zakres tematyczny audycji obejmował informacje



		o możliwościach wykorzystania środków unijnych w ramach RPOWŚ na lata 2007-2013. Dodatkowo podczas obchodów 10-lecia Telewizja Polska promowała RPO poprzez przeprowadzenie wywiadów z osobami merytorycznymi, eksponowanie logo, przygotowania konkursu.
5.	Materiały promocyjne	Działanie obejmowało m. n. przygotowanie i dystrybucję materiałów promocyjnych (notesy, długopisy, teczki, kubki, kalendarze np.)
6.	Konferencje, seminaria	Działanie to obejmuje organizację konferencji oraz seminariów dla beneficjentów oraz potencjalnych beneficjentów RPOWŚ. Konferencje organizowane były w związku z ważnymi wydarzeniami związanymi z wdrażaniem RPOWŚ, np. podpisanie umów o dofinansowanie, podsumowanie pewnego okresu wdrażania, podsumowanie naborów. W dniu 17 kwietnia 2008 roku odbyła się konferencja otwierająca Regionalny Program Operacyjny Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2017
Edukacja		
7.	Szkolenia dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów	Działania te miały na celu organizację szkoleń/warsztatów dla beneficjentów i potencjalnych beneficjentów. W dniu 16 października 2008 r. zorganizowano szkolenie dotyczące nowych polskich przepisów oraz przepisów Unii Europejskiej dot. oceny oddziaływania na środowisko w tym na obszary natura 2000.
Internet		
9.	Strona Internetowa www.rpo-swietokrzyskie.pl	W kwietniu 2008 roku została utworzona Strona Internetowa www.rpo-swietokrzyskie.pl , która zawiera aktualne informacje na temat realizacji RPOWŚ
Wymiana doświadczeń		
10.	Grupa sterująca ds. Informacji i Promocji Funduszy Strukturalnych	Działanie obejmuje udział w spotkaniach mających na celu wymianę doświadczeń oraz podnoszenie poziomu wiedzy w



		zakresie informacji i promocji Funduszy Europejskich
11.	Regionalna Informacyjna Grupa Robocza ds. Programu Kapitał Ludzki	Działanie obejmuje udział w spotkaniach dotyczących omówienia bieżących planów i problemów związanych z realizacją działań informacyjno-promocyjnych prowadzonych w Województwie Świętokrzyskim
12.	Grupa zadaniowa ds. Funduszy Europejskich	Działania te obejmują organizację spotkań, które na celu mają m. in. : <ul style="list-style-type: none">➤ koordynację działań informacyjno-promocyjnych na poziomie województwa;➤ prowadzenie wspólnych akcji promocyjnych.

UWAGA: Nazwy działań oraz ich opisy powinny bazować na nazwach działań i opisach zawartych w tabeli nr 1, znajdującej się w Rocznym planie działań informacyjnych i promocyjnych.



2. Postęp rzeczowy działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych¹⁾

Obszar	Wskaźnik	Rok	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		
		Półrocze	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	
Informacja	Publikacja i dystrybucja dokumentów programowych (Liczba egzemplarzy)	Realizacja	-	-	4000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Wartość docelowa ²⁾	-		*0		1000		-		-		-		-		-		9 000		
		Wartość bazowa	0																		
	Główny Punkt Informacyjny	Liczba informacji udzielonych bezpośrednio	Realizacja	-	-	1200	800	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			Wartość docelowa	-		*0		2000		-		-		-		-		-		17000	
			Wartość bazowa	0																	
	Główny Punkt Informacyjny	Liczba informacji udzielonych mailowo	Realizacja	-	-	130	170	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			Wartość docelowa ³⁾	-		*0		300		-		-		-		-		-		4000	
			Wartość bazowa	0																	
	Główny Punkt Informacyjny	Liczba informacji udzielonych telefonicznie	Realizacja	-	-	1800	1200	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			Wartość docelowa	-		*0		2300		-		-		-		-		-		15000	

zaprezentowania (w polu „Komentarz”).

²⁾ Wartość docelowa powinna zostać podana w ujęciu rocznym, jak w załączniku nr 1 do Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych oraz dla całego okresu programowania – tak, jak został określony w dokumentach programowych (wskazane podanie danych szacowanych na lata 2010, 2013, 2015).

³⁾ Wartość docelowa powinna zostać podana w ujęciu rocznym, jak w załączniku nr 1 do Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych oraz dla całego okresu programowania – tak, jak został określony w dokumentach programowych (wskazane podanie danych szacowanych na lata 2010, 2013, 2015).



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Obszar	Wskaźnik	Rok	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015			
		Półrocze	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II		
promocja	Publikacja ogłoszeń o naborach w radiu i prasie regionalnej (liczba emisji szt.)	Wartość bazowa	0																			
		Realizacja	-	-	96	157	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Wartość docelowa ⁴⁾	-	-	*0	-	-	250	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	600	
	Konferen	Liczba egzemplarzy materiałów w informacyjnych promocyjnych (ulotki)	Wartość bazowa	0																		
			Realizacja	-	-	0	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			Wartość docelowa ⁵⁾	-	-	*0	-	-	2000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	36 000
		Liczba przeprowadzonych akcji inf-prom	Wartość bazowa	0																		
			Realizacja	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			Wartość docelowa	-	-	**2	-	-	3	-	-	4	-	-	-	-	6	-	-	-	-	14
		Konferen	Liczba	Wartość bazowa	0																	
Realizacja	-			-	25	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

⁴⁾ Wartość docelowa powinna zostać podana w ujęciu rocznym, jak w załączniku nr 1 do Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych oraz dla całego okresu programowania – tak, jak został określony w dokumentach programowych (wskazane podanie danych szacowanych na lata 2010, 2013, 2015).

⁵⁾ Wartość docelowa powinna zostać podana w ujęciu rocznym, jak w załączniku nr 1 do Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych oraz dla całego okresu programowania – tak, jak został określony w dokumentach programowych (wskazane podanie danych szacowanych na lata 2010, 2013, 2015).



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



	<i>cje, seminaria, spotkania informacyjne oraz szkolenia</i>	<i>zorganizowanych konferencji, seminariów, spotkań informacyjnych oraz szkoleń</i>	Wartość docelowa⁶⁾	-	**35	20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	110			
			Wartość bazowa	0																		
			Realizacja	-	-	947	605	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
			Wartość docelowa	-	-	*0	600	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3000
			Wartość bazowa	0																		
promocja	<i>Współpraca z mediami</i>	<i>(liczba artykułów prasowych wynikających z bezpośredniej współpracy z przedstawicielami mediów)</i>	Realizacja	-	-	6	34	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
			Wartość docelowa⁷⁾	-	-	*0	55	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	80	
			Wartość bazowa	0																		
			Realizacja	-	-	-	50	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			Wartość docelowa	-	-	*0	20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60
			Wartość bazowa	0																		

⁶⁾ Wartość docelowa powinna zostać podana w ujęciu rocznym, jak w załączniku nr 1 do Roczno-go planu działań informacyjnych i promocyjnych oraz dla całego okresu programowania – tak, jak został określony w dokumentach programowych (wskazane podanie danych szacowanych na lata 2010, 2013, 2015).

⁷⁾ Wartość docelowa powinna zostać podana w ujęciu rocznym, jak w załączniku nr 1 do Roczno-go planu działań informacyjnych i promocyjnych oraz dla całego okresu programowania – tak, jak został określony w dokumentach programowych (wskazane podanie danych szacowanych na lata 2010, 2013, 2015).



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



	<i>mediami</i>																				
		<i>Liczba spotów telewizyjnych i radiowych (zawartych w kampanii reklamowej)</i>	Realizacja	-	-	-	450	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			Wartość docelowa⁸⁾	-		*0		870		-		-		-		-		-		870	
Wartość bazowa	0																				
Obszar	Wskaźnik	Rok	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		
		Półrocze	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	
<i>Internet</i>	<i>Liczba wejść na stronę</i>	Realizacja	-	-	154 369	276 027	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Wartość docelowa⁹⁾	-		**30 000		150000		-		-		-		-		-		900 000		
		Wartość bazowa	0																		
Obszar	Wskaźnik	Rok	2007		2008		2009		2010		2011		2012		2013		2014		2015		
		Półrocze	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	I	II	
<i>Ewaluacja</i>	<i>Liczba przeprowadzonych badań</i>	Realizacja	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Wartość docelowa	-		**1		3		-		-		-		-		-		-		
		Wartość bazowa	0																		

⁸⁾ Wartość docelowa powinna zostać podana w ujęciu rocznym, jak w załączniku nr 1 do Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych oraz dla całego okresu programowania – tak, jak został określony w dokumentach programowych (wskazane podanie danych szacowanych na lata 2010, 2013, 2015).

⁹⁾ Wartość docelowa powinna zostać podana w ujęciu rocznym, jak w załączniku nr 1 do Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych oraz dla całego okresu programowania – tak, jak został określony w dokumentach programowych (wskazane podanie danych szacowanych na lata 2010, 2013, 2015).



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Komentarz

*W Rocznym Planie Działań Informacyjnych i Promocyjnych na 2008 rok nie zamieszczono tabeli wskaźników oraz nie oszacowano ich wartości. Dokument ten zawierał takie informacje (w ujęciu kwartalnym) jak: opis działania, grupy docelowe, spodziewane rezultaty, podmiot realizujący zadanie lub sposób wyboru wykonawcy oraz budżet. Mimo, iż wskaźniki dla działań informacyjnych i promocyjnych nie zostały określone, IZ RPOWŚ podejmowała działania mające na celu promocję Regionalnego Programu oraz informowanie mieszkańców Województwa Świętokrzyskiego, instytucje uczestniczące w realizacji RPOWŚ, regionalne i lokalne władze, partnerów społecznych i gospodarczych, media, beneficjentów (przedsiębiorstwa, jednostki samorządu terytorialnego, szkoły wyższe i placówki naukowo-badawcze, instytucje otoczenia biznesu, kościoły i związki wyznaniowe, organizacje pozarządowe, administracja rządowa działająca w województwie) o możliwościach pozyskania dotacji w ramach RPOWŚ, dlatego też dla niektórych wskaźników podano wartości w wierszu realizacja, a w pozycji „wartość docelowa” wpisano „0”.

**wartości te założono w Planie Realizacji Działań w ramach Pomocy Technicznej RPOWŚ na rok 2007 i 2008 zatwierdzonych uchwałą nr 884/08 Zarządu Województwa z dnia 30 kwietnia 2008 r. zmiany: Uchwała nr 1443/08 Zarządu Województwa z dnia 17 grudnia 2008 r.; Uchwała nr 1496/09 Zarządu Województwa z dnia 28 stycznia 2009 r.

W Planie Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013 zaakceptowanym przez IK NSRO oraz przyjętym Uchwałą nr 1499/09 Zarządu Województwa Świętokrzyskiego z dnia 21 stycznia 2009 roku określono jedynie wartości docelowe poszczególnych wskaźników na koniec 2015 roku. W rocznym Planie Działań Informacyjnych i Promocyjnych na 2009 rok (który opracowano według nowego wzoru MRR) oszacowano wartości poszczególnych wskaźników.

UWAGA: Nazwy działań oraz wskaźników powinny być tożsame z nazwami działań i wskaźników zawartymi w załączniku nr 1 do Roczego planu działań informacyjnych i promocyjnych.



3. Informacja nt. udostępnienia listy beneficjentów

Instytucja Zarządzająca opublikowała listę beneficjentów programu, zawierającą nazwy beneficjentów, tytuły operacji oraz wielkość wkładu publicznego / wkładu publicznego w części odpowiadającej KE i budżetowi państwa* w Internecie pod adresem/adresami: www.rpo-swietokrzyskie.pl

W okresie sprawozdawczym lista beneficjentów była aktualizowana każdorazowo po rozstrzygnięciu konkursu.

* niepotrzebne skreślić

4. Informacja nt. współpracy IZ PO/RPO z podmiotami wymienionymi w Art. 5 ust. 3 Rozp. 1828/2006.

Prowadząc działania informacyjne, promocyjne oraz szkoleniowe w okresie sprawozdawczym Instytucja Zarządzająca lub instytucja wykonująca zadania w jej imieniu współpracowała z następującymi podmiotami określonymi w Art. 5 ust. 3 Rozporządzenia Komisji (WE) nr 1828/2006:

- | | |
|---|--|
| <input checked="" type="checkbox"/> Władze krajowe, regionalne lub lokalne oraz agencje rozwoju | <input type="checkbox"/> Stowarzyszenia handlowe i zawodowe |
| <input checked="" type="checkbox"/> Partnerzy społeczni i gospodarczy | <input checked="" type="checkbox"/> Organizacje pozarządowe |
| <input checked="" type="checkbox"/> Organizacje przedsiębiorców | <input checked="" type="checkbox"/> Centra informacji europejskiej |
| <input checked="" type="checkbox"/> Przedstawicielstwo KE w Polsce | <input type="checkbox"/> Instytucje oświatowe |

5. Informacje nt. analizy i oceny prowadzonych działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych

5.1. Czy w okresie sprawozdawczym były prowadzone badania ewaluacyjne dotyczące skuteczności i efektywności realizowanych działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych?

- Tak Nie

5.2. W wyniku przeprowadzonej oceny działań lub analizy informacji zwrotnych Instytucja Zarządzająca podjęła następujące działania usprawniające:

5.3. W związku z tym, iż w okresie sprawozdawczym nie były prowadzone badania ewaluacyjne dotyczące skuteczności i efektywności realizowanych działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych nie podjęto żadnych działań usprawniających.

5.4. W III kwartale 2009 roku planowane jest badanie ewaluacyjne pn. „Analiza skuteczności, jakości oraz użyteczności działań informacyjnych i promocyjnych RPOWŚ (w tym Kampanii Promocyjnej) w kontekście zweryfikowania trafności zapisów w Planie Komunikacji RPOWŚ na lata 2007-2013



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
ŚWIĘTOKRZYSKIE

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



5.5. Czy w wyniku przeprowadzonej oceny działań, analizy informacji zwrotnych lub z innych powodów Instytucja Zarządzająca planuje dokonać modyfikacji Roczno planu działań informacyjnych i promocyjnych lub Planu komunikacji programu operacyjnego?

Tak

Nie

5.6. Zakres planowanych modyfikacji rocznego planu działań lub Planu komunikacji obejmuje (np. grupy docelowe, do których należy wzmocnić przekaz; rezygnacja z istniejącego lub wybór nowego narzędzia kanału komunikacji):

W okresie sprawozdawczym Roczny Plan Działów informacyjnych i promocyjnych na 2008 rok nie był modyfikowany.

5.7. Planowane modyfikacje wynikają z następujących przyczyn: nie dotyczy

5.8. Czy w trakcie prowadzenia działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych Instytucja Zarządzająca zidentyfikowała istotne zagrożenia dla realizacji Roczno planu działań lub Planu komunikacji?

Tak

Nie

5.9. Zidentyfikowane istotne zagrożenia dotyczą: nie dotyczy

6. Informacje dodatkowe

W okresie sprawozdawczym Instytucja Zarządzająca RPOWŚ 2007-2013 nie zidentyfikowała problemów związanych z realizacją działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych.

Na rok 2008 zaplanowano realizację wizerunkowej kampanii reklamowej Regionalny Program Operacyjny Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013. W trakcie roku wszczęto postępowanie przetargowe na realizację powyższego zadania. Ze względów formalnych przetarg został jednak unieważniony. W związku z unieważnieniem przetargu i zbyt krótkim terminem na realizację kampanii w roku 2008, faktyczną realizację zadania przewidziano w okresie od 1 do 30 września 2009 roku. Planowane jest również powtórzenie części działań promocyjnych w grudniu 2009 roku.

Kampania realizowana będzie na poziomie regionalnym (obszar Województwa Świętokrzyskiego) i skierowana jest do ogółu społeczeństwa Województwa Świętokrzyskiego, w tym do beneficjentów i potencjalnych beneficjentów RPOWŚ.

Celem kampanii jest:

- zbudowanie świadomości społecznej dotyczącej istnienia RPOWŚ w Województwie Świętokrzyskim,
- utrwalenie w świadomości społecznej przekonania, że wdrażanie RPOWŚ przyczynia się do poprawy poziomu życia mieszkańców Województwa oraz rozwoju regionu,
- budowa pozytywnego wizerunku funduszy strukturalnych (Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego) jako źródła finansowania RPOWŚ,
- zachęcenie potencjalnych beneficjentów do korzystania z RPOWŚ,
- rozpowszechnienie informacji na temat RPOWŚ oraz możliwościach korzystania

Kampania obejmuje:



PROGRAM REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



WOJEWÓDZTWO
ŚWIĘTOKRZYSKIE

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



1. 30 sek. spot telewizyjny (emitowany w telewizji regionalnej),
2. 30 sek. spot radiowy (emitowany w trzech rozgłośniach regionalnych),
3. zewnętrzne nośniki wielkoformatowe (nośniki reklamowe formatu 6x3m – 5 sztuk oraz 5,04x2,38m – 75 sztuk),
4. 5 rodzajów layout-ów prasowych (emisja w codziennej prasie regionalnej o zasięgu o największym nakładzie - 12 wydań),
5. ulotki informacyjne na temat Osi priorytetowych oraz Działań RPOWŚ:
Ulotka A5- 12-stronna – Osie 1 i 2
Ulotki A5 – 12 strony – Osie 3,4,5,6
6. Emisja 4 artykułów sponsorowanych,
7. 5 rodzajów plakatów na autobusy komunikacji miejskiej, wyklejone w okresie od 1 września do 31 grudnia 2009r.