



Załącznik nr II c

**Formularz sprawozdawczy dotyczący promocji i informacji**

<b>Numer programu (CCI):</b>	<b>CCI2007PL161PO018</b>
<b>Nazwa programu:</b>	<b>Regionalny Program Operacyjny Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013</b>
<b>Załącznik do sprawozdania nr:</b>	<b>I/2009/RPO/26</b>
<b>Okres sprawozdawczy:</b>	<b>od 01.01.2009 r. do 30.06.2009 r.</b>

**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
<b>Informacja</b>		
1.	Punkt informacyjny RPO	Do zadań Punktu Informacyjnego należy: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ zapewnienie beneficjentom dostępu do materiałów informacyjnych i promocyjnych;</li> <li>➤ informowanie na temat RPOWS i możliwościach uzyskania wsparcia ramach Programu;</li> <li>➤ wsparcie dla beneficjentów w</li> </ul>

		<p>zakresie pozyskiwania środków i realizacji projektów poprzez dostarczenie odpowiednich formularzy i podręczników;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ informowanie o kryteriach oceny i wyborów projektów i o obowiązujących procedurach;</li> <li>➤ informowanie o harmonogramie konkursów.</li> </ul>
2.	Dodatki informacyjne poświęcone wdrażaniu RPOWŚ w prasie regionalnej	Działanie obejmowało opracowanie wkładek informacyjnych, które zamieszczane były w dzienniej prasie regionalnej oraz w gazetach ukazujących się w poszczególnych powiatach. Dodatki te zawierały najświeższe informacje na temat stanu wdrażania RPOWŚ oraz niezbędne dla beneficjentów rady, wskazówki i informacje.
3.	Emisja i publikacja ogłoszeń (radio, prasa)	Działanie to obejmowało: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ publikacje ogłoszeń o naborach wniosków w ramach RPOWŚ w prasie o zasięgu regionalnym;</li> <li>➤ emisję spotów radiowych informujących o naborach wniosków w ramach RPOWŚ w radiu o zasięgu regionalnym</li> </ul>
4.	Publikacja i dystrybucja dokumentów programowych	Działanie to obejmowało publikację i dystrybucję dokumentów programowych: <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Regionalny Program Operacyjny Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013w wersji polskiej i angielskiej;</li> <li>➤ Szczegółowy Opis Osi Priorytetowych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013;</li> <li>➤ Podręcznik kwalifikowalności wydatków objętych dofinansowaniem w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013</li> </ul>
5.	Przygotowanie ulotek informacyjno-promocyjnych na temat projektów inwestycyjnych realizowanych przez miasto Kielce w ramach RPOWŚ	Działanie obejmowało przygotowanie ulotek informacyjno-promocyjnych na temat projektów inwestycyjnych realizowanych przez miasto Kielce w ramach RPOWŚ. Ulotki dystrybuowane

		były podczas obchodów Święta Kielc, gdzie Urząd Marszałkowski miał stoisko promujące RPOWŚ.
<b>Promocja</b>		
6.	Współpraca z mediami (telewizja)	Realizacja tego działania polegała przede wszystkim na emisji programów poświęconych wdrażaniu RPOWŚ w TVP3 Kielce. Program nosi nazwę „Unia w pigułce” a zakres tematyczny obejmuje informacje o możliwościach wykorzystania środków unijnych w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013 przez przedsiębiorców oraz inne instytucje w regionie.
7.	Inne akcje informacyjno-promocyjne (festyny, pikniki)	W ramach tego działania Urząd Marszałkowski zapewnił stoisko informacyjne Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego w czasie trwania Pikniku z Okazji Dnia Samorządowca o raz Obchodów Święta Kielc. Rozdawane były materiały informacyjno-promocyjne, uzyskać można było informacje na temat Programu.
8.	Materiały promocyjne	Działanie obejmuje m. n. przygotowanie i dystrybucję materiałów promocyjnych (notesy, długopisy, teczki, kubki, kalendarze np.)
9.	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.
<b>Edukacja</b>		
W okresie sprawozdawczym IZ RPOWŚ nie prowadziła działań o charakterze edukacyjnym		
<b>Internet</b>		
10.	Strona Internetowa <a href="http://www.rpo-swietokrzyskie.pl">www.rpo-swietokrzyskie.pl</a>	Działanie obejmuje aktualizację portalu <a href="http://www.rpo-swietokrzyskie.pl">www.rpo-swietokrzyskie.pl</a>
<b>Ewaluacja</b>		

11.	Badanie ewaluacyjne „Analiza systemu zarządzania i wdrażania RPOWŚ”	Zakres badania obejmował wybrane elementy systemu zarządzania i wdrażania (pod kątem oceny trafności, adekwatności i efektywności)
<b>Wymiana doświadczeń</b>		
11.	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
12.	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
13.	Grupa zadaniowa ds. Funduszy Europejskich	Działania te obejmują organizację spotkań, które na celu mają m. in. : <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ koordynację działań informacyjno-promocyjnych na poziomie województwa;</li> <li>➤ prowadzenie wspólnych akcji promocyjnych.</li> </ul>

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 szkoleniowych<sup>1)</sup>

	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	Punkt Informacyjny RPO	Liczba informacji udzielonych bezpośrednio	Realizacja	-	-	1 200	800	1 560	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
			Wartość docelowa	-		*0		2 000		-		-		-		-		-		-		17 000	
			Wartość bazowa	brak																			
		Liczba informacji udzielonych mailowo	Realizacja	-	-	1 300	1 700	400	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
			Wartość docelowa <sup>2)</sup>	-		*0		300		-		-		-		-		-		-		4 000	
			Wartość bazowa	brak																			
	Liczba informacji udzielonych telefonicznie	Realizacja	-	-	1 800	1 200	1 400	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		Wartość docelowa	-		*0		2 300		-		-		-		-		-		-		15 000		
		Wartość bazowa	Brak																				

zaprezentowania (w polu „Komentarz”).

<sup>2)</sup> 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).

<i>Dodatki informacyjne poświęcone wdrażaniu RPOWŚ w prasie regionalnej</i>	<i>Liczba artykułów prasowych wynikających z bezpośredniej współpracy z przedstawicielami i mediów</i>	<b>Realizacja</b>	-	-	6	34	45	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		<b>Wartość docelowa</b>	-	-	*0		55		-		-		-		-		-		-		80
		<b>Wartość bazowa</b>	brak																		
<i>Emisja i publikacja ogłoszeń (radio, prasa)</i>	<i>Liczba emisji</i>	<b>Realizacja</b>	-	-	96	157	147	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		<b>Wartość docelowa</b>	-	-	*0		250		-		-		-		-		-		-		- ***
		<b>Wartość bazowa</b>	brak																		
<i>Publikacja i dystrybucja dokumentów programowych</i>	<i>Liczba egzemplarzy</i>	<b>Realizacja</b>	-	-	4 000	-	5 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		<b>Wartość docelowa</b>	-	-	*0		1 000****		-		-		-		-		-		-		9 000
		<b>Wartość bazowa</b>	brak																		
<i>Ulottki informacyjno-promocyjne</i>	<i>Liczba egzemplarzy materiałów</i>	<b>Realizacja</b>	-	-	-	-	1 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		<b>Wartość docelowa</b>	-	-	-	-	2 000*****		-		-		-		-		-		-		36 000

		<i>informacyjno-promocyjnych (ulotki)</i>	<b>Wartość bazowa</b>	brak																			
<b>PROMOCJA</b>	<i>Współpraca z mediami</i>	<i>Liczba audycji radiowych i telewizyjnych oraz zorganizowanych spotkań z mediami</i>	<b>Realizacja</b>	-	-	-	50	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
			<b>Wartość docelowa</b>	-	-	-	*0	20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	60	
			<b>Wartość bazowa</b>	brak																			
	<i>Współpraca z mediami</i>	<i>Liczba spotów telewizyjnych i radiowych (zawartych w kampanii)</i>	<b>Realizacja</b>	-	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
			<b>Wartość docelowa</b>	-	-	-	-	870	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	***
			<b>Wartość bazowa</b>	brak																			
	<i>Inne akcje informacyjno-promocyjne (festyny, pikniki)</i>	<i>Liczba przeprowadzonych akcji inf. prom(w tym jedna kampania reklamowa)</i>	<b>Realizacja</b>	-	-	1	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
			<b>Wartość docelowa</b>	-	-	-	**2	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14
			<b>Wartość bazowa</b>	brak																			
	<i>Konferencje, seminaria, spotkania</i>	<i>Liczba zorganizowanych konferencji, seminariów, spotkań informacyjnych oraz szkoleń</i>	<b>Realizacja</b>	-	-	25	9	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
			<b>Wartość docelowa<sup>3)</sup></b>	-	-	-	35	20	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	110
			<b>Wartość bazowa</b>	brak																			
<b>Realizacja</b>		-	-	947	605	597	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

<sup>3)</sup> 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).

		<i>Liczba uczestników</i>	<b>Wartość docelowa</b>	-	0	600	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3 000	
			<b>Wartość bazowa</b>	brak																
<b>INTERNET</b>	<i>Strona Internetowa</i>	<i>Liczba wejść na stronę</i>	<b>Realizacja</b>	-	-	154 369	276 027	248 653	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
			<b>Wartość docelowa<sup>4)</sup></b>	-	**30 000	150 000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	900 000
			<b>Wartość bazowa</b>	brak																
<b>EWALUACJA</b>	<i>Liczba przeprowadzonych badań</i>	<b>Realizacja</b>	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
		<b>Wartość docelowa</b>	-	**1	3	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
		<b>Wartość bazowa</b>	brak																	
<b>Komentarz</b>			<p>* 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”.</p> <p>** 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</p>																	

<sup>4)</sup> 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).

1496/09 Zarządu Województwa z dnia 28 stycznia 2009 r.

\*\*\* W Planie Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013 nie założono wskaźników: *Emisja i publikacja ogłoszeń (radio, prasa)- Liczba emisji i Liczba spotów telewizyjnych i radiowych (zawartych w kampanii)*. Aktualizując Plan Komunikacji IZ RPOWŚ wprowadzi stosowne modyfikacje.

\*\*\*\* W Rocznym Planie Działań Informacyjnych i Promocyjnych założono iż wskaźnik *Publikacji i dystrybucji dokumentów programowych – Liczba egzemplarzy osiągnie 1000 szt.*, jednakże w czasie przygotowywania dokumentacji przetargowej okazało się, że liczba egzemplarzy dokumentów programowych wyniesie 5000 szt., a nie jak wstępnie zakładano 1000 szt.

\*\*\*\*\* W Rocznym Planie Działań Informacyjnych i Promocyjnych założono iż wskaźnik *Ulotki informacyjno-promocyjne - Liczba egzemplarzy materiałów informacyjno-promocyjnych (ulotki) osiągnie 2000 szt.*, w ostateczności w I pół. 2009 r. osiągnął 10000 szt.

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](http://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 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

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

- Tak  Nie

5.5.2. W wyniku przeprowadzonej oceny działań lub analizy informacji zwrotnych Instytucja Zarządzająca podjęła następujące działania usprawniające: *nie dotyczy*

5.5.3. 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

5.5.4. 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): *nie dotyczy*

5.5.5. Planowane modyfikacje wynikają z następujących przyczyn: *nie dotyczy*

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

Tak

Nie

**5.5.7.** Zidentyfikowane istotne zagrożenia dotyczą: *nie dotyczy*

## 6. Informacje dodatkowe

W celu zapewnienia właściwej informacji i komunikacji w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013 w I półroczu 2009 roku, w oparciu o Roczny Plan Działań Informacyjno-Promocyjnych były prowadzone następujące działania:

- Wykonanie gadżetów promujących RPOWŚ( kubki, notesy, długopisy, teczki, balony, zegary ściennie, smycze itp.). Materiały te dystrybuowane są na różnego rodzaju, konferencjach, seminariach, szkoleniach;
- Artykuły sponsorowane na temat aktualnego stanu wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Świętokrzyskiego na lata 2007-2013( zawarte w tabelce Postęp rzeczowy działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych we wskaźniku *Liczba artykułów prasowych wynikających z bezpośredniej współpracy z przedstawicielami mediów* 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:
  - ✓ Tygodnik Nadwiślański,
  - ✓ Tygodnik Ponidzia,
  - ✓ Full Sukces,
  - ✓ Powiat Jędrzejowski,
  - ✓ Powiat Włoszczowski,
  - ✓ Kwartalnik Kielce Wczoraj Dziś Jutro,
  - ✓ Tygodnik Kielce Plus.
  - ✓

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

W związku z unieważnieniem przetargu i zbyt krótkim terminem na realizację kampanii reklamowej 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:

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.