



Konferencja „Fundusze Europejskie na Mazowszu – osiągnięcia i wyzwania”

Warszawa 17-18 listopada 2011 roku

Wydział Informacji i Szkoleń Beneficjentów prezentuje



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Działania informacyjno-promocyjne realizowane przez MJWPU

Obowiązek prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych na państwa członkowskie nakłada:

1. Rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006 z 11 lipca 2006 r. ustanawiające przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylające rozporządzenie (WE) nr 1260/1999 – art. 60 lit. j, art. 67 ust. 2 lit. e (w związku z art. 67 ust. 1), art. 69;
2. Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1828/2006 z 8 grudnia 2006 r. uszczegóławiającym przepisy powyższego rozporządzenia.

W myśl tych dokumentów to właśnie na beneficjentach spoczywa obowiązek prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych.

MJWPU jako beneficjent projektu systemowego w ramach Pomocy Technicznej RPO WM 2007-2013 Działanie 8.2 jest zobligowany do realizacji tego typu zadań.

Działania informacyjno-promocyjne realizowane przez MJWPU

Opracowanie i pełne wykonanie *Rocznego Planu Działań informacyjnych i promocyjnych realizowanych przez MJWPU* w perspektywie jednorocznej, określone są w dokumentach nadrzędnych, tj. *Strategii komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013* oraz w *Planie komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013*.

Celem głównym prowadzenia działań określonych w *Rocznym Planie Działań* jest zachęcanie potencjalnych beneficjentów do korzystania z Funduszy Europejskich, motywowanie projektodawców do właściwej realizacji projektów, a także informowanie społeczeństwa o postępach w realizacji oraz o efektach wykorzystywania Funduszy Europejskich w Polsce.

Zostanie on osiągnięty poprzez realizację celów operacyjnych. Pozwolą one m.in. na zdefiniowanie i dobór odpowiednich narzędzi komunikacji oraz kluczowych wskaźników. Realizacja celów operacyjnych ma służyć zarówno podnoszeniu jakości projektów, jak również jakości procesu wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego przez IP.

Działania informacyjno-promocyjne realizowane przez MJWPU

Podmiotem odpowiedzialnym za realizację działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych jest: **Wydział Informacji i Szkoleń Beneficjentów (WIS)** oraz **Oddziały Zamiejscowe (OZ)** Mazowieckiej Jednostki Wdrażania Programów Unijnych z siedzibami w: Ciechanowie, Płocku, Radomiu, Siedlcach i Ostrołęce.

Ze względu na szeroki zakres obowiązków, jakie są podejmowane w ramach komunikacji przez Wydział Informacji i Szkoleń Beneficjentów funkcjonują zespoły odpowiedzialne za prowadzenie działań w poszczególnych obszarach komunikacji:

1. Punkty informacyjne
2. Szkolenia
3. Promocja
4. Kontakty z mediami

1. Punkty informacyjne

W zakresie działań wdrażanych przez Jednostkę funkcjonuje sieć **sześciu Punktów Informacyjnych**:

1. **Główny Punkt Informacyjny** – GPI w Warszawie
(czynny w godz. 8.00-18.00)
2. **Pięć Lokalnych Punktów Informacyjnych** – LPI w Radomiu, Ciechanowie, Ostrołęce, Siedlcach i Płocku (czynne w godz. 8.00-16.00)
3. Punkt Przyjmowania Wniosków w Warszawie. Zajmuje się przyjmowaniem dokumentacji, ewidencją wniosków, zliczaniem alokacji w konkursach otwartych, wydawaniem wniosków na kolejne etapy oceny i archiwizacją dokumentów (czynny w godz. 8.00-16.00)

W sumie Punkty Informacyjne udzieliły w okresie od 01.01.2011 do 31.10.2011 w ramach RPO WM **3 587 konsultacji osobistych, 8 761 telefonicznych i 1168 drogą elektroniczną (łącznie 13 516 konsultacji)**



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



cd. 1. Punkty informacyjne

Lokalne Punkty Informacyjne w ramach „Porozumienia w sprawie funkcjonowania na terenie województwa systemu informacji o funduszach europejskich” prowadzą akcję informacyjną na Mazowszu w ramach **Mobilnego Punktu Informacyjnego**.

Podczas dyżurów konsultanta bezpłatnie udzielane są informacje o programach oraz udostępnianie materiały informacyjno-promocyjne w zakresie możliwości pozyskiwania funduszy unijnych.

W ramach tego działania odbyło się **36 dyżurów** w Urzędach Gminnych i Miejsko-Gminnych na terenie całego województwa mazowieckiego.



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



2. Szkolenia

Celem działań szkoleniowych jest kompleksowe przygotowanie potencjalnych Beneficjentów do aplikowania o fundusze unijne.

szkolenia są bezpłatne i ogólnodostępne

1. **Podstawowe** zgodnie z harmonogramem naborów na konkursy RPO WM w 2011 roku;
2. **Specjalistyczne** nt. zarządzania projektami, biznes planów, aspektów finansowo-księgowych, prawa zamówień publicznych, kontroli i audytu oraz działań informacyjno-promocyjnych w projektach współfinansowanych w ramach RPO WM 2007-2013;
3. Dwudniowe **celowe (wdrożeniowe)** z elementami warsztatów nt. wdrażania i zarządzanie projektem w ramach RPO WM 2007-2013;
4. Cykl **szkoleń dla konsultantów** JST nt. zasad przygotowania, realizacji i kontroli w projektach RPO WM 2007-2013.

cd. 2. Szkolenia

Prowadzone są także **bezpłatne seminaria** dotyczące na przykład:
Korekty finansowej za naruszenie ustawy PZP w projektach realizowanych w ramach RPO WM, pomocy publicznej oraz z procesu inwestycyjnego.

W okresie od 01.01.2011 r. do 30.10.2011 r. w **213 szkoleniach** (podstawowych, wdrożeniowych, spotkaniach informacyjnych i cyklu dla konsultantów) zorganizowanych lub/i prowadzonych przez pracowników Wydziału Informacji i Szkoleń Beneficjentów Mazowieckiej Jednostki Wdrażania Programów Unijnych wzięło udział ponad **3 000 uczestników**.



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



3. Promocja

Przykłady działań promocyjnych w ramach RPO WM to:

I. PUBLIKACJA OGŁOSZEŃ

W celu zapewnienia Beneficjentom oraz potencjalnym Beneficjentom spójnej i kompleksowej informacji o możliwościach pozyskania wsparcia w ramach poszczególnych priorytetów RPO WM, opublikowano w prasie:

- **7 ogłoszeń** o naborach na konkursy w „Dzienniku Gazecie Prawnej”;
- **2 ośmiostronicowe dodatki o funduszach unijnych** w „Gazecie Wyborczej”;
- **25 artykułów sponsorowane** w tygodnikach regionalnych:
 - ✓ „Tygodnik Płocki”;
 - ✓ „Tygodnik Siedlecki”;
 - ✓ „Tygodnik Ostrołęcki”;
 - ✓ „7 Dni Radom”;
 - ✓ „Tygodnik Ciechanowski”



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



cd. 3. Promocja

II. WYDAWNICTWA

- 1) 4 numery biuletynu pt. **„Fundusze Unijne dla Mazowsza. Regionalny Program Operacyjny Województwa Mazowieckiego RPO WM”** w nakładzie **dla rozw**10 000 egz./numer
- 2) Album **„Dla rozwoju Mazowsza. Dobre praktyki RPO WM 2007-2013”** w wersji anglojęzycznej w nakładzie 1 000 egz.
- 3) Album **„Serce miasta. Kościół Św. Krzyża w Warszawie - dobre praktyki RPO WM”** w wersji anglojęzycznej w nakładzie 2 000 egz.
- 4) Mini album **„Perły Mazowsza”** na podstawie konkursu fotograficznego promującego „dobre praktyki” RPO WM w nakładzie 5 000 egz.
- 5) Katalog wystawców *II Forum Rozwoju Mazowsza* w postaci albumu **„Unijne inwestycje oju Mazowsza”** w nakładzie 2 000 egz.)
- 6) Album DVD **„Matecznik Mazowsze”** w wersji anglojęzycznej na potrzeby działań promocyjnych podczas „Miasteczka Polskiego” (Open Days, Bruksela) w nakładzie 2 000 egz.



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



cd. 3. Promocja

III. KONFERENCJE, DUŻE WYDARZENIA

- 1) Organizacja przez MJWPU **cyklu 12 wystaw** promujących „dobre praktyki” RPO WM (ekspozycja wydruków wielkoformatowych);
- 2) Organizacja oraz obsługa i dystrybucja materiałów informacyjnych na stoisku i ekspozycjach w **Miasteczku Polskim** podczas OPEN DAYS 2011 (10-12.10.2011 Bruksela);
- 3) Organizacja i obsługa dwudniowego **II Forum Rozwoju Mazowsza (05-06.10.2011, Warszawskie Centrum Expo)**, pod hasłem „*Energia dla Mazowsza*”, wydarzenie targowo-konferencyjne dedykowane głównie beneficjentom Mazowsza
- 4) Uczestniczenie w **24 dużych wydarzeniach** organizowanych przez inne podmioty, np. w IV Forum Funduszy Europejskich (5-7.05.2011 – Warszawa) czy konferencji pt. „*Dotacje czy pożyczki dla przedsiębiorców po 2013 roku*” (14.06.2011 – Warszawa) gdzie zorganizowano stoiska z materiałami informacyjnymi o funduszach europejskich oraz dyżury eksperckie.



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



cd. 3. Promocja

III. INTERNET

- 1) W ramach administrowania stroną www.mazowia.eu aktualizowane były na bieżąco wszelkie informacje związane z Programem oraz informacje o bieżących naborach. Liczba wejść na stronę www.mazowia.eu **192 811**, w zakładce RPO WM (liczba osób odwiedzających stronę **74 891**).
- 2) W celu usprawnienia nowego serwisu www.mazowia.eu:
 - opracowano wspólnie z wykonawcą szaty graficznej portalu;
 - przeanalizowano funkcjonalności panelu administracyjnego;
 - opracowano nową mapy strony.



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



cd. 3. Promocja

IV. KONTAKT Z MEDIAMI

W celu dotarcia do środowisk opiniotwórczych (w tym mediów) pracownicy WIS organizowali konferencje prasowe, śniadania prasowe, briefingi prasowe; przygotowywali opisy projektów dla Urzędu Marszałkowskiego w celu publikacji w „Kronice Mazowieckiej”, przygotowali odpowiedzi na zapytanie oraz opracowali komunikaty prasowe dla dziennikarzy i informacje do zamieszczenia na stronie internetowej. Ponadto udzielali wywiadów dla stacji telewizyjnych (np. *TVN WARSZAWA*, *TVN CNBS* i *Polsatu*) oraz stacji radiowych (np. *Radio dla Ciebie* i *Radio Rekord*).

V. KAMPANIE MEDIOWE

W kampaniach mediowych prowadzonych w tym roku sięgnięto po **nowatorskie narzędzia komunikacji** (nie wykorzystywane dotychczas przez inne instytucje uczestniczące we wdrażaniu Programów Unijnych). W ten sposób chcemy dotrzeć do grup docelowych, które dotychczas w niewielkim stopniu miały możliwość poznania projektów realizowanych ze środków RPO WM 2007-2013.

NOWATORSKIE DZIAŁANIA

Kampanie mediowe realizowane w roku 2011 przez MJWPU (WIS)



1. Internetowa gra przygodowa należąca do gatunku gier *casual hidden object*.



2. Kampania radiowa „Perły Mazowsza” – audycja radiowa o projektach oraz konkurs fotograficzny.



3. Produkcja i emisja fabularnego **serialu telewizyjnego „Unia serc”** wraz z prowadzoną jednocześnie kampanią w mediach.



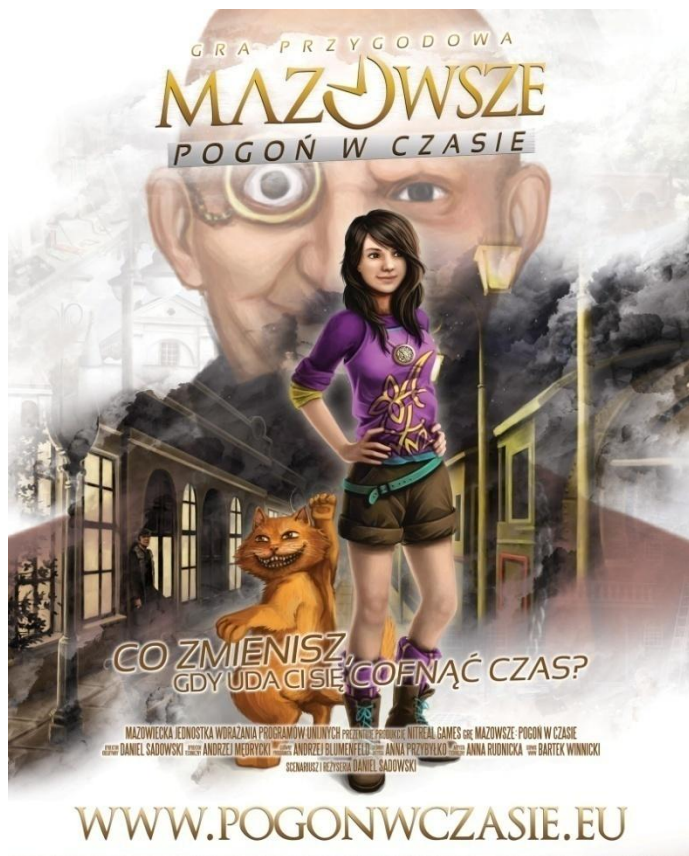
PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Ad. 1 Przygodowa Gra Internetowa



GRUPA DOCELOWA

13+, mieszkańcy województwa mazowieckiego, potencjalni beneficjenci oraz beneficjenci RPO WM

ZASIĘG

emisja w Internecie (z naciskiem na promowanie gry w województwie mazowieckim) i na płytach CD/DVD.

CEL

promocja „dobrych praktyk” w ramach RPO WM 2007-2013 – szczególnie wartościowych (ciekawych, potrzebnych i innowacyjnych) projektów zrealizowanych w ramach RPO WM – poprzez zabawę i edukację.



Projekt współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Regionalnego w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego Mazowsze 2007-2013 oraz ze środków budżetu województwa mazowieckiego.



**PROGRAM
REGIONALNY**
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Ad. 1 Przygodowa Gra Internetowa



GŁÓWNE ZAŁOŻENIE FABULARNE

Przedstawienie wybranych projektów w kontekście ich wpływu na Mazowsze oraz mieszkańców Mazowsza. Działania gracza realizowane w przeszłości mają wpływ na wydarzenia w teraźniejszości oraz w przyszłości, tworząc tym samym ciekawą zależność przyczynowo-skutkową między akcjami gracza, a postępem fabuły.

FABUŁA GRY

Oparta w pewnym stopniu na podróżach w czasie. Poprzez ukazanie tych samych lokacji w przeszłości, teraźniejszości oraz przyszłości możliwe będzie bezpośrednie zademonstrowanie jak bardzo projekty RPO WM 2007-2013 wpłynęły na dzisiejszy kształt województwa.



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Ad. 1 Przygodowa Gra Internetowa



PROJEKTY PRZEDSTAWIONE W GRZE:

- ❖ Przebudowa i adaptacja budynku **starego dworca PKP w Sokołowie Podlaskim** przy ul. Kolejowej na potrzeby Biblioteki Miejskiej i Pracowni Dokumentacji Dziejów Miasta - LOKACJA W GRZE przedstawiona w dwóch wersjach – przeszłości oraz teraźniejszości.
- ❖ Przebudowa i modernizacja **Teatru Powszechnego w Warszawie**
 - LOKACJA W GRZE przedstawiona w dwóch wersjach
 - przeszłości oraz teraźniejszości.
- ❖ **"Matecznik Mazowsze"** – centrum folklorystyczne
 - LOKACJA W GRZE przedstawiona w teraźniejszości.
- ❖ Utworzenie **Domu Muzyka Seniora w Kątach** w gminie Kalwaria w powiecie piaseczyńskim - LOKACJA W GRZE przedstawiona w przyszłości.
- ❖ **Szlak turystyczno-kulturowy w Młochowie** - Centrum kultury, rekreacji i sportu – historyczny park w Młochowie – perełka Nadarzyna i Mazowska
 - projekt kompleksowej rewitalizacji parku – LOKACJA W GRZE przedstawiona w dwóch wersjach – przeszłości oraz teraźniejszości



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Ad. 1 Przygodowa Gra Internetowa



- ❖ Adaptacja podziemi **Katedry Polowej WP** na Muzeum Ordynariatu Polowego – Oddział Muzeum Historycznego m.st. **Warszawy** – LOKACJA W GRZE przedstawiona w dwóch wersjach – przeszłości oraz teraźniejszości.
- ❖ **Komenda Wojewódzka Policji** z siedzibą w **Radomiu**: Rozwój infrastruktury teleinformatycznej i e-usług w policji mazowieckiej – LOKACJA W GRZE przedstawiona w teraźniejszości.
- ❖ Rewitalizacja **Rynku Mariackiego w Węgrowie** – LOKACJA W GRZE przedstawiona w dwóch wersjach – teraźniejszości oraz przyszłości (ewentualnie dodatkowo w przeszłości).
- ❖ Rozbudowa infrastruktury kulturalnej **Związku Buddyjskiego Tradycji Karma Kamtchang w Grabniku**, gmina Jaktorów, poprzez budowę obiektu Centrum Kultury Buddyjskiej – LOKACJA W GRZE przedstawiona w teraźniejszości.
- ❖ Rozbudowa **Wojewódzkiego Szpitala Zespolonego w Płocku** wraz z wyposażeniem – LOKACJA W GRZE przedstawiona w teraźniejszości



Ad. 1 Przygodowa Gra Internetowa



- ❖ Rewaloryzacja zabytkowych obiektów **Resursy i Kręgielni w Żyrardowie** oraz ich adaptacja na cele kulturalno-artystyczne – LOKACJA W GRZE przedstawiona w dwóch wersjach – przeszłości oraz teraźniejszości.
- ❖ **„Wzrost konkurencyjności firmy LUS-AR poprzez inwestycję w numeryczne centrum obróbki szkła”** Wspomniane w grze jako jeden z przedmiotów pojawiających się na lokacjach.
- ❖ **„Wdrożenie szlifowania zębów łukowych kół zębatach...”** Wspomniane w grze jako jeden z przedmiotów pojawiających się na lokacjach.
- ❖ **Gospodarka wodno-ściekowa w mieście Białobrzegi** – LOKACJA W GRZE przedstawiona w teraźniejszości.

Powyższe wybrane projekty są zarówno projektami skończonymi, jak i takimi które są w trakcie realizacji.



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Ad. 2 Radiowa kampania mediowa



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Ad. 2 Radiowa kampania mediowa



Głównym założeniem kampanii była promocja i upowszechnianie wiedzy na temat inwestycji zrealizowanych dzięki dofinansowaniu Unii Europejskiej. Poprzez akcję promocyjną zachęcano słuchaczy do aktywności w odkrywaniu i dokumentowaniu zmian zachodzących na Mazowszu.

Zabawa połączona z konkursem przeprowadzona została na antenie **AntyRadia** oraz **Planety fm**. Chodziło o stworzenie takiej formy promocji, która przykuje uwagę słuchaczy i będzie budziła pozytywne skojarzenia z Regionalnym Programem Operacyjnym Województwa Mazowieckiego.

Łączny czas trwania kampanii to 14 tygodni. W sumie promowanych było **28 projektów na antenie dwóch stacji jednocześnie**. Przed cyklem emitowane były spoty zapowiadające.

Łącznie w ciągu tygodnia emitowanych będzie 25 spotów zapowiadających, co da łącznie 350 spotów zapowiadających w ciągu całej akcji.



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Ad. 2 Radiowa kampania mediowa



KORZYŚCI

1. Wzrost świadomości mieszkańców Mazowsza o inwestycjach zrealizowanych dzięki funduszom UE.
2. Bardzo precyzyjne dotarcie do grupy docelowej.
3. Niestandardowa forma współpracy – cykl mini-audycji, poświęcony ciekawym miejscom na Mazowszu, dodatkowo w ramach wsparcia redakcyjnego konkurs fotograficzny dla słuchaczy, wsparcie stroną www, „wyjście” poza bloki reklamowe.
4. Reklama internetowa – banner na stronie *Antyradia* oraz radia *Planeta* przez cały okres trwania współpracy.
5. Promocja interaktywna – nawiązanie emocjonalnej więzi ze słuchaczem.
6. Wsparcie platformy społecznościowej np. facebook.pl.



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Ad. 2 Radiowa kampania mediowa



Jako wsparcie redakcyjne zorganizowany został **konkurs fotograficzny** dla słuchaczy *Antyradia* oraz *Radia Planeta*.

Od poniedziałku do piątku prezenter *Antyradia* oraz *Radia Planeta* zachęcał słuchaczy do odwiedzenia miejsca, sfotografowania danego obiektu i nadesłania go pod wskazany adres. Dla słuchaczy, którzy nadesłali zdjęcia przewidziane były atrakcyjne nagrody.

Atrakcyjny system motywacyjny gwarantował duże zainteresowanie zabawą wśród słuchaczy.



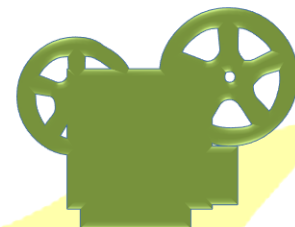
PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Ad. 3 Serial telewizyjny „Unia serc”



PROJEKT

Realizacja wielowątkowego serialu fabularnego, w którym losy głównych bohaterów będą się przeplatać na tle tematu wiodącego – funduszy europejskich, wspierających rozwój Mazowsza. Chcemy podjąć się wyzwania, jakim z pewnością jest realizacja autorskiego serialu w całości opartego na *idea placement*, serialu którego nikt jeszcze w Polsce nie zrobił.

SERIAL

12 odcinków serialu (1 x w tygodniu) po 20 minut netto na antenie TVP Warszawa. Emisja w paśmie *prime time*.

ZAPOWIEDZI W TELEWIZJI

120 spotów/zwiastunów 30-sekundowych na antenie TVP Warszawa (zapewniona przez stację wyłączność tematyczna w okresie trwania kampanii)



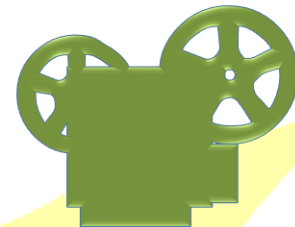
PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Ad. 3 Serial telewizyjny „Unia serc”



AKCJA

Serialu będzie rozgrywała się na obszarze całego Mazowsza. Widz dzięki temu serialowi zobaczy, jak niezwykle i ciekawy jest to region, będzie mógł odwiedzić wiele miejsc, których nie znał, zachwycić się pięknem przyrody i zabytkami ale przede wszystkim dowie się, w jaki sposób i jak silnie fundusze unijne wpływają na rozwój Mazowsza.

HISTORIE

Prezentowane w serialu oparte będą na faktach. Serial ma za zadanie „popularyzację” priorytetów i działań związanych z funduszami unijnymi w ramach RPO WM. Widz pozna nie tylko olbrzymi wpływ RPO WM na rozwój gospodarki i inwestycji w regionie, ale również pracę urzędników unijnych i zrozumieć zagadnienia związane z unijnymi dotacjami.

BOHATEROWIE

w każdym z odcinków prezentujemy innego bohatera, który też próbuje coś zrobić, zmienić swoje życie. Będą to ludzie z różnych grup społecznych i zawodowych i w różnym wieku. W ten sposób poszerzamy krąg odbiorców, tak, aby pokazać, że wsparcie z RPO WM może dotyczyć każdego, że wszyscy mają szansę na to, aby działać i rozwijać się dzięki dotacjom. Pojawiają się też momenty trudne, zawirowania, przeszkody, które tak jak w życiu staramy się pokonać.



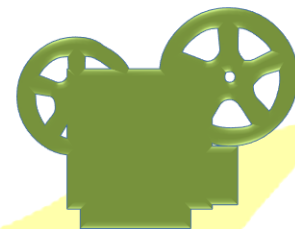
PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Ad. 3 Serial telewizyjny „Unia serc”



RADIO

Wspierająca kampania promocyjno-informacyjna na antenie 2 wybranych stacji regionalnych. Spoty zwiastujące emisję kolejnych odcinków. Dodatkowo w obu stacjach przeprowadzone były działania niestandardowe m.in. wywiady 2-minutowe z gwiazdami oraz gośćmi MJWPU plus 3 „luźne wejścia” na żywo.

INTERNET

Eksploracja materiałów filmowych zrealizowanych w ramach pozycji I poprzez „*live streaming*”, czyli emisję na żywo w Internecie. Dla wszystkich widzów, którzy interesują się sprawami regionu i śledzą losy naszych bohaterów, a z przyczyn technicznych nie mają dostępu do TVP Warszawa lub chcą obejrzeć film w innym, dogodnym dla siebie czasie.

KAMPANIA OUTDOOROWA

10 Billboardów wielkoformatowych na terenie Warszawy zwiastujących premierę nowego serialu telewizyjnego. Optymalny dla tego nośnika czas trwania kampanii 2 tygodnie. Osią kampanii będzie realizacja fabularnego serialu telewizyjnego z zastosowaniem *idea placement'u* fundusze unijne i ich wykorzystanie w regionie Mazowsza i jego emisja na antenie TVP Warszawa.



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Wyzwania



DZIAŁANIA PROMOCYJNE SKIEROWANE DO MŁODZIEŻY – TURNIEJ WIEDZY

WIS planuje przeprowadzenie „Turnieju wiedzy o projektach realizowanych na Mazowszu w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Mazowieckiego 2007-2013” dla uczniów szkół gimnazjalnych oraz średnich z terenu Mazowsza.

Uczestnicy turnieju będą mieli możliwość zmierzenia się ze sporządzeniem biznes planu, odpowiedzą na setki pytań i wezmą udział w szeregu konkurencji sprawnościowych.

Łącznie planuje się, że w Turnieju weźmie udział **270 uczniów** mazowieckich szkół.

Podczas eliminacji wyłonione zostanie 9 zespołów, które podczas 3 etapów będą rywalizować o miejsce na podium i o atrakcyjne nagrody (o które również zadbaliliśmy).

Ponieważ młodzież jest wyjątkową grupą odbiorców, całe przedsięwzięcie zorganizowane będzie w sposób atrakcyjny, zachęcający do nauki o możliwościach jakie niesie RPO WM 2007-2013. Chcemy by uczestnicy turnieju nie tylko się wiele nauczyli ale także mile wspominali swój udział w tym przedsięwzięciu.



Wyzwania



DZIAŁANIA PROMOCYJNE – ŚCIEŻKI MULTIMEDIALNE

Przygotowanie **prezentacji multimedialnej „spacery multimedialne”** do odtwarzania w środowisku Microsoft Windows, zawierającej animowane menu Flash, pozwalające na swobodną nawigację wśród zamieszczonych w prezentacji 5 wirtualnych spacerów. Każdy spacer ma stanowić oddzielną prezentację z linkami do pozostałych, ze zdjęciem frontowym, na którym znajdują się m.in. dane teleadresowe obiektów i logo RPO WM, przy czym całość będzie zespólna w jedną prezentację z autostartem. Prezentacja w wersji *offline*, dostosowana do odtwarzania z płyty DVD.

Opis pojedynczego spaceru: panoramy sferyczne 360° obiektu z zewnątrz (widok ogólny i jego otoczenie), panoramy sferyczne 360° wnętrza obiektu, zdjęcia uzupełniające prezentujące wybrane urządzenia/obiekty/elementy wystroju.

Dodatki m.in.: w przypadku obiektów składających się z więcej niż 1 pomieszczenia, wbudowana mapa obiektu, widoczny panel do nawigacji: przesuwanie w 4 kierunkach, przybliżanie, oddalanie, centrowanie, tryb pełnoekranowy, podkład muzyczny, okienka z podpisami do zdjęć, widoczne po najechaniu na znacznik zdjęcia wskaźnikiem myszy.

Dziękuję za uwagę

Ilona Nasiadka

Kierownik Wydziału Informacji
i Szkoleń Beneficjentów

i.nasiadka@mazowia.eu

www.mazowia.eu

Mazowiecka Jednostka Wdrażania
Programów Unijnych



PROGRAM
REGIONALNY
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

Mazowsze.
serce Polski

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO

