

Szczegółowe informacje na temat kampanii „Prosto do Funduszy”

„Prosto do Funduszy” to tytuł najnowszej kampanii medialnej realizowanej przez Ministerstwo Infrastruktury i Rozwoju. Stanowi ona jeden z elementów otwarcia perspektywy 2014-2020. Ma na celu promocję portalu internetowego www.funduszeuropejskie.gov.pl oraz Sieci Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich. Jest ona emitowana od 2 kwietnia 2015 r.

1. Cel kampanii

Celem kampanii jest poinformowanie potencjalnych beneficjentów o możliwościach skorzystania ze środków FE oraz zachęcenie do sięgania po bezpłatne informacje na ten temat na Portalu Funduszy Europejskich oraz w Punktach Informacyjnych FE.

Główny komunikat kampanii to: w prosty sposób można dotrzeć do bezpłatnych informacji o Funduszach Europejskich.

Rozpoczynająca się kampania jest jednym z działań informacyjnych i promocyjnych, do których państwa członkowskie UE zostały zobowiązane zapisami prawa wspólnotowego. Zgodnie z pkt 2.1.2.a załącznika XII do Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013 do obowiązków państwa członkowskiego należy zorganizowanie szeroko zakrojonych działań informacyjnych promujących uruchomienie programu operacyjnego lub programów operacyjnych.

2. Opis koncepcji kreatywnej

Koncepcja wykorzystuje elementy coraz bardziej popularnego „arrow spinningu” (wykonywania ewolucji dużą strzałką zawierającą treści reklamowe). Motywem przewodnim kampanii jest graficzna strzałka kierująca do Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich oraz Portalu Fundusze Europejskie, co jest wzmocnione hasłem kampanii „Prosto do Funduszy”. Charakterystyczny motyw strzałki jest wykorzystywany na wszystkich nośnikach reklamowych przygotowanych w kampanii.

3. Co obejmuje kampania?

W ramach kampanii w telewizyjnej emitowane będą dwa spoty telewizyjne. Przygotowane zostały w dwóch wersjach: trzydziesto- i piętnastosekundowej. Emisja w stacjach ogólnopolskich oraz w stacjach tematycznych potrwa od 2 do 30 kwietnia 2015 r.

Kampania będzie również obecna w stacjach radiowych. Emisja w radio nastąpi w terminie 6-26 kwietnia 2015 r. i będzie miała charakter uzupełniający.

Równoległe z odsłoną telewizyjną będzie prowadzona kampania w internecie. Realizowana będzie od 2 do 30 kwietnia 2015 lub do osiągnięcia wskaźników. Narzędzia w kampanii zostały dobrane tak, żeby dotrzeć do segmentów grupy docelowej – potencjalnych beneficjentów i uczestników projektów (przede wszystkim przedsiębiorców i osób zamierzających otworzyć / rozwinąć własną firmę, ludzi młodych, osób zainteresowanych rozwojem zawodowym lub szkoleniami). W przypadku internetu informacje będą prezentowane na stronach kontekstowo dopasowanych do ich treści. W kampanii wykorzystane zostaną słowa kluczowe związane z pozyskiwaniem funduszy, szkoleniami i rozwojem zawodowym, zakładaniem i rozwojem firm. Kampania obecna będzie także na Facebooku i na kanale YouTube.

Na potrzeby kampanii zostały przygotowane także ulotki i plakaty, które będą dystrybuowane w całej Polsce, a także spoty telewizyjne prezentujące użyteczności Portalu Funduszy Europejskich, usługi Punktów Informacyjnych Funduszy Europejskich oraz wersje regionalne spotów..

4. Wykonawcy i koszty kampanii

Za kreację oraz realizację spotów odpowiada Grupa Eskadra Sp. z o.o. Agencja została wybrana w wyniku udzielenia zamówienia publicznego w trybie negocjacji z ogłoszeniem.

Czas antenowy w stacjach telewizyjnych i radiowych został zakupiony przez firmę Effective Media Solutions sp. z o.o. sp. k. Dom mediowy został wybrany w ramach konkursu ofert przeprowadzonego zgodnie z art. 4 pkt 3 lit. h ustawy Prawo zamówień publicznych.

Kampania w Internecie będzie prowadzona przez firmę **Fabryka Komunikacji Społecznej** s.c. Paweł Prochenko, Ireneusz Stankiewicz. Dom mediowy został wybrany w wyniku udzielenia zamówienia publicznego w trybie przetargu nieograniczonego.

Koszt przeprowadzenia kampanii wynosi: 5 386 382 zł brutto. Składają się na niego następujące elementy:

- koszt produkcji narzędzi reklamowych – 720 000,00 zł brutto
- koszt zakupu czasu antenowego w TV i radio – 4 542 511,77 zł brutto
- koszt kampanii w internecie – 123 870,23 zł brutto.