

SZCZEGÓŁOWY OPIS PRZEDMIOTU ZAMÓWIENIA (SOPZ)

Przygotowanie i przeprowadzenie kampanii informacyjno-promocyjnej

Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020.

I. PRZEDMIOT ZAMÓWIENIA

Przedmiotem zamówienia jest przygotowanie i realizacja koncepcji strategicznej i kreatywnej kampanii medialnej o szerokim zasięgu (*dalej kampanii*) informującej o perspektywie finansowej na lata 2014-2020 w ramach Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego (w skrócie RPO WK-P 2014-2020), w tym w szczególności o efektach wdrażania RPO w regionie i możliwościach skorzystania z dofinansowania w ramach RPO WK-P 2014-2020.

W ramach realizacji przedmiotu Zamówienia Wykonawca będzie zobowiązany do:

- 1) Opracowania koncepcji strategicznej kampanii.
- 2) Przygotowania koncepcji kreatywnej kampanii.
- 3) Realizacji kampanii, zgodnie z zapisami SOPZ, w tym zakupu wszystkich produktów i usług koniecznych do zrealizowania kampanii.
- 4) Przeprowadzenie badania efektywności kampanii, zgodnie z zapisami SOPZ.
- 5) Przekazanie Zamawiającemu majątkowych praw autorskich, praw pokrewnych oraz praw zależnych do treści powstałych w wyniku realizacji umowy bez ograniczeń i na wszystkich polach eksploatacji.

II. CZAS TRWANIA KAMPANII

Kampania będzie prowadzona od dnia podpisania umowy do 30 listopada 2020 r., oznacza to, że wszelkie działania promocyjne łącznie z promocją artykułów, o której mowa w rozdziale VII A pkt 4 SOPZ zakończą się do tego terminu. Wykonawca przedstawi Zamawiającemu ostateczną i zaakceptowaną przez Zamawiającego wersję całościowego raportu z przeprowadzonej kampanii nie później niż do dnia 11 grudnia 2020 r.

III. ZASIĘG KAMPANII

Kampania ma mieć charakter regionalny i obejmować cały obszar województwa kujawsko-pomorskiego.

IV. CELE KAMPANII

Głównym celem kampanii jest ukazanie efektów zrealizowanych projektów unijnych w celu zwiększenia widoczności zmian rozwojowych jakie zachodzą dzięki RPO WK-P 2014-2020.

Cele szczegółowe kampanii:

- Zwiększenie świadomości mieszkańców kujawsko-pomorskiego w temacie korzyści płynących z efektów wdrażania RPO w regionie;
- Budowa pozytywnego wizerunku funduszy europejskich;
- Zapewnienie szerokiej akceptacji mieszkańców dla działań rozwojowych realizowanych przy pomocy FE w kujawsko-pomorskim;
- Promowanie kujawsko-pomorskiego jako skutecznego beneficjenta środków unijnych;
- Aktywizacja mieszkańców kujawsko-pomorskiego w ubieganiu się o wsparcie z FE w ramach RPO WK-P 2014-2020;
- Przekazywanie informacji np. o nowych sposobach rozliczania przedsięwzięć realizowanych ze środków unijnych;
- Informowanie o wsparciu udzielanym na walkę z epidemią koronawirusa ze środków RPO WK-P.

V. GRUPY DOCELOWE KAMPANII

Kampania medialna RPO WK-P 2014-2020 jest kampanią informacyjną skierowaną do **ogółu mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego, K + M, wiek: 25-65 lat** – odbiorcy informacji ogólnych na temat perspektywy finansowej w ramach RPO WK-P 2014-2020 oraz o korzyściach płynących z efektów wdrażania RPO w regionie.

VI. KONCEPCJA KAMPANII

Na etapie składania oferty Wykonawca zobowiązany jest do opracowania **wstępnej koncepcji strategicznej i wstępnej koncepcji kreatywnej kampanii**, które zostaną doszczegółowione na etapie realizacji zamówienia i będą stanowiły bazę wszystkich prowadzonych działań.

1. Wstępna koncepcja strategiczna musi składać się z następujących elementów:

- a) opisu głównych założeń kampanii,
- b) opisu, w jaki sposób kampania będzie realizowała cele wyszczególnione w rozdziale IV SOPZ,
- c) opisu w jaki sposób kampania będzie dopasowana do grupy docelowej,
- d) opisu działań, które Wykonawca zaproponuje i zrealizuje w Internecie,
- e) opisu działań, które Wykonawca zrealizuje w telewizji oraz w prasie,
- f) media planu, zawierającego m.in. informacje na temat:
 - i. wszystkich narzędzi wykorzystanych na potrzeby kampanii ze wskazaniem wybranych regionalnych/lokalnych serwisów/portali internetowych, we wskazanych dziennikach regionalnych oraz w telewizji,
 - ii. harmonogramów emisji dla poszczególnych narzędzi dla całej kampanii, w tym daty emisji i długość trwania poszczególnych narzędzi.

2. Wstępna koncepcja kreatywna musi składać się z następujących elementów:

- a) próbek wszystkich materiałów (tekstowych i/lub wizualnych), które powstaną w ramach kampanii zgodnie z ofertą złożoną przez Wykonawcę w tym projektu billboardu i plakatów umieszczonych w komunikacji miejskiej oraz formatów zastosowanych w kampanii internetowej. W przypadku spotów video wykonawca przedstawi scenariusze dwóch przykładowych spotów (krótkiego i długiego – patrz rozdział C1 SOPZ. W przypadku tekstu w prasie wykonawca przedstawi projekt przykładowej strony w prasie wraz z tekstem. Jednocześnie Wykonawca powinien zaproponować nowy graficzny motyw przewodni kampanii

oraz propozycje trzech nowych haseł przewodnich kampanii, z których Zamawiający wybierze jedno, spójnych z zaproponowaną przez Wykonawcę linią graficzną, ideą i celami kampanii.

UWAGA nr 1! Zamawiający nie dopuszcza w ramach kampanii użycia grafik, zdjęć, motywów itp. zaczerpniętych z ogólnodostępnych płatnych i bezpłatnych banków obrazów (fotografia stockowa itp.)!

UWAGA nr 2! Wykonawca na etapie realizacji umowy zobowiązuje się do przygotowania w oparciu o wskazówki stawiane przez Zamawiającego i na podstawie koncepcji kreatywnej wszelkich elementów graficznych tj. button, banner itp., które zostaną wykorzystane i wstawione w zakładce poświęconej kampanii na stronie rpo.kujawsko-pomorskie.pl.

VII. WYMAGANE MEDIA

Zamawiający zakłada kampanię crossmediową z wykorzystaniem – prasy, Internetu i telewizji oraz reklamy outdoor. W ramach realizacji przedmiotu zamówienia Wykonawca zagwarantuje narzędzia komunikacji w zakresie opisanym poniżej:

A. Internet:

1. Media społecznościowe: Zadaniem Wykonawcy będzie prowadzenie płatnej promocji postów publikowanych przez Zamawiającego na należących do niego stronach na Facebooku. Do zadań Wykonawcy będzie należało: opracowanie graficzne postów zgodne z linią przedstawioną w koncepcji kreatywnej. Zamawiający przewiduje przeznaczyć do promocji łącznie minimum 20 postów. W wyniku działań prowadzonych przez Wykonawcę każdy z postów w ciągu maksymalnie 48 godzin od publikacji musi osiągnąć:
 - wskaźnik aktywności postów – minimum 3%
 - zasięg postów – minimum 15 000,
 - wymagane targetowanie: mieszkańcy województwa kujawsko-pomorskiego, pozostałe opcje targetowania do ustalenia z Zamawiającym.
2. Promocja spotów wideo na kanale youtube należącym do Zamawiającego: zadaniem Wykonawcy będzie promocja każdego z 3 spotów wideo oraz 1 filmu promocyjnego, o których mowa w punkcie C. Każdy ze spotów oraz film powinien osiągnąć liczbę minimum 50 000 wyświetleń widocznych na kanale w okresie trwania kampanii.
3. Wyniki zasięgu postów i wyświetleń spotów, o których mowa powyżej powinny zostać uzyskane przy pomocy narzędzi wykazanych w koncepcji strategicznej i posiadających formę graficzną przedstawioną w koncepcji kreatywnej. Wykonawca może używać w tym celu różnych form reklamy internetowej takich jak np. banery, które przedstawi w koncepcji strategicznej i kreatywnej. Nie dopuszcza się stosowania reklamy w postaci wyskakujących okienek/banerów reklamowych typu pop-up. Zaproponowane przez Wykonawcę działania internetowe nie będą obejmowały mailingu.
4. Publikacja i minimum 14-dniowa promocja każdego z bloków artykułów, o których mowa w punkcie B na minimum 5 serwisach powiązanych z prasą regionalną województwa kujawsko-pomorskiego.
5. Stworzenie artykułu opisującego założenia kampanii i efekty wykorzystania funduszy unijnych w województwie kujawsko-pomorskim, który zostanie opublikowany przez Wykonawcę na stronie mojregion.eu. Zakładka z artykułem będzie promowana przez wykonawcę poprzez kampanię banerową na minimum 5 serwisach związanych z prasą regionalną województwa kujawsko-pomorskiego w liczbie 1000 000 emisji banera i zasięgu minimum 500 000 unikalnych

użytkowników z regionu kujawsko-pomorskiego. Artykuł nie będzie tożsamy z artykułami, o których mowa w punkcie B.

B. Prasa

1. W ramach realizacji działania Wykonawca opracuje i opublikuje co najmniej **2 całostronicowych bloków informacji o naborach wniosków RPO WK-P** według poniższych założeń:
 - a) opracowanie (przygotowanie materiału tekstowego oraz zdjęć/grafiki do artykułu według wskazówek Zamawiającego) bloku, przy czym blok może składać z jednego lub dwóch sponsorowanych artykułów prasowych. **Łączna powierzchnia każdego z bloków stanowić będzie 1 stronę** gazety, w pełnym kolorze (format zależny od wybranych tytułów prasowych). Artykuły będą dotyczyły efektów wdrażania Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020. Tematy do artykułów zostaną przekazane przez Zamawiającego na etapie realizacji umowy, blok z artykułami powinien być zgodny z założeniami wskazanymi dla kreacji kreatywnej kampanii, w szczególności w zakresie spójności poszczególnych elementów kampanii, zastosowanych grafik oraz elementów obowiązkowych (tj. logotypów dostarczonych przez Zamawiającego i informacji o finansowaniu).
 - b) **1 emisja każdego z bloków**, o których mowa powyżej w piątek na stronach redakcyjnych (3, 5 lub 7) **w jednej lub więcej gazetach regionalnej**, przy czym co najmniej jedna z zaproponowanych gazet musi ukazywać się na terenie całego województwa kujawsko-pomorskiego. Jako gazeta regionalna rozumiana będzie również gazeta ogólnopolska posiadająca dodatek regionalny. Gazeta musi spełniać łącznie następujące warunki: dystrybuowana odpłatnie, ukazująca się regularnie w postaci drukowanej, co najmniej 5 razy w tygodniu, w tym co najmniej od poniedziałku do piątku, nie będąca tabloidem (gazeta o charakterze sensacyjnym i plotkarskim), posiadająca średnie rozpowszechnienie płatne za miesiąc czerwiec 2020 r. nie mniejsze niż 3 500 egzemplarzy zgodnie z danymi Związku Kontroli Dystrybucji Prasy (bądź innych niezależnych badań, przy czym za niezależne badania rozumie się badania wykonane przez podmiot niezwiązany w żaden sposób z Wykonawcą składającym ofertę), przy czym w przypadku gazety z dodatkiem regionalnym powyższy nakład dotyczy tylko dodatku regionalnego,
 - c) artykuły składające się na bloki poświęcone funduszom zostaną opracowane przez dziennikarza mogącego wykazać się współpracą z przynajmniej jednym z zaproponowanych tytułów prasowych. Osoba ta powinna posiadać doświadczenie w pisaniu o funduszach unijnych;
 - d) publikacja drugiego bloku nastąpi w nieprzekraczalnym terminie do 13 listopada 2020 r.
 - e) potwierdzenie rezerwacji zamówienia usługi reklamowej w prasie zostanie przedstawione przez Wykonawcę na wezwanie Zamawiającego przed podpisaniem umowy.
 - f) w przypadku zaproponowania przez Wykonawcę więcej niż jednego tytułu prasowego, każdemu z dwóch bloków odpowiadał będzie taki sam pakiet tytułów prasowych (tzn. jeśli pierwszy blok zostanie opublikowany w tytułach x, y i z to drugi blok również zostanie opublikowany w tych samych tytułach x, y i z).
 - g) w przypadku zaproponowania przez Wykonawcę więcej niż jednego tytułu prasowego blok o tej samej treści musi zostać opublikowany w zaproponowanych tytułach prasowych tego samego dnia.

Wykonawca przedstawi potwierdzenie rezerwacji zamówienia usługi reklamowej w prasie na wezwanie zamawiającego przed podpisaniem umowy.

C. Spoty wideo

1. Wykonawca wyprodukuje 3 spoty wideo o długości min. 30 sekund oraz 1 film promocyjny o długości min. 180 sekund. Tematyka spotów dotyczyć będzie ukazania efektów zrealizowanych projektów unijnych w celu zwiększenia widoczności zmian rozwojowych jakie zachodzą dzięki RPO WK-P 2014-2020. (szczegółowe tematy zostaną zaproponowane przez Zamawiającego na etapie realizacji umowy).
2. W ramach realizacji usługi Wykonawca przygotuje spoty zgodnie z poniższymi wytycznymi:
 - a) Wykonanie spotów w formie filmu,
 - b) Zapewnienie udźwiękowienia filmu,
 - c) Wykonanie montażu spotów,
 - d) Wykonanie napisów komputerowych, użycie logotypów, haseł i innych elementów wskazanych przez Zamawiającego.
 - e) Przygotowanie dwóch wersji każdego ze spotów: dźwiękowej oraz dźwiękowej z napisami, Wersja z napisami musi zapewnić alternatywny sposób zapoznania się z zawartą w nich informacją, poprzez dodanie do filmu prezentacji napisów dla osób niesłyszących w postaci hurdsb (napisy na stałe zakodowane w film/prezentację). Napisy powinny być stworzone zgodnie z zasadami tworzenia napisów dla osób niesłyszących.
 - f) Przekazanie praw autorskich do spotu, metryczki spotów,
 - g) Spoty powinny spełniać wymogi techniczne do emisji w telewizji, telewizji internetowej, stronach internetowych i innych nośnikach.
3. Każdorazowo Wykonawca przedstawi Zamawiającemu do akceptacji opracowane scenariusze spotów. Wszystkie spoty muszą uzyskać akceptację Zamawiającego przed rozpoczęciem produkcji. Ścieżka dźwiękowa i scenariusz oraz gotowe wersje spotów będą akceptowane na bieżąco przez Zamawiającego bez określenia limitu akceptacji (aż do zaakceptowania przez Zamawiającego).
4. Spoty, o których mowa w powyższym punkcie są przeznaczone do emisji w telewizji, o której mowa w punkcie VII D SOPZ oraz w Internecie, o czym mowa w punkcie VII A.

D. Telewizja

1. Wykonawca, zarezerwuje, wykupi czas antenowy i emisje 3 spotów wideo (30 sekundowych), o których mowa w punkcie VII C SOPZ na antenie telewizji regionalnej obejmującej min. 80 % zasięgu całego województwa kujawsko-pomorskiego.
2. Każdy ze spotów zostanie wyemitowane minimum 4 razy dziennie, co najmniej przez 4 dni w tygodniu (poniedziałek-piątek). Min. 50 % emisji w godzinach 17.30 -19.00 i 21.00-22.00. Pozostałe emisje w dowolnej porze z wyjątkiem godzin nocnych tj. 0.00-6.00.
3. Spoty zostaną wyemitowane w wersji opatrzonej napisami dostosowanymi dla osób z niepełnosprawnością słuchową.
4. Wymagana minimalna ilość emisji 1 spotu w trakcie trwania umowy to 16 emisji.

Wykonawca przedstawi potwierdzenie rezerwacji zamówienia usługi reklamy telewizyjnej przed podpisaniem umowy.

E. Billboard

1. Wykonawca wykona projekt graficzny oraz zagwarantuje ekspozycję wraz z wydrukiem oraz usługą oklejania minimum po 5 billboard-ów w 5 największych miastach województwa tj. (Bydgoszcz, Toruń, Włocławek, Grudziądz, Inowrocław), w okresie 4 tygodni. (za większą ilość billboardów zostaną przyznane punkty w ramach kryterium).
2. obszar zadruku billboard – 504 cm x 238 cm, kolorystyka – 4 +0 (CMYK) – w zależności od layoutu, Papier – blue-back – gramatura – 115-120 g/m²

UWAGA! Po ogłoszeniu wyników postępowania przetargowego potencjalny wykonawca przedstawi potwierdzenie rezerwacji zamówienia usługi dla billboard-ów na wezwanie zamawiającego, w ciągu 3 dni roboczych od otrzymania wezwania.

Po podpisaniu umowy na realizację kampanii wykonawca przedstawi zamawiającemu minimum dwukrotną w stosunku do zaproponowanej w ofercie liczbę propozycji umiejscowienia billboardów dla każdego z 5 miast. Przykład: jeśli w ofercie będzie po 5 billboardów dla każdego z miast to Wykonawca winien przedstawić po 10 propozycji umiejscowienia dla każdego z miast.

F. Reklama w komunikacji miejskiej (autoboxy)

1. Wykonawca wykona projekt graficzny plakatu oraz zagwarantuje jego wydruk i ekspozycję wraz z usługą montażu i demontażu w 500 pojazdach komunikacji miejskiej jeżdżących na terenie 5 największych miast województwa tj. Bydgoszcz, Toruń, Włocławek, Grudziądz, Inowrocław, na okres 14 dni dla każdego z miast.
2. Kolorystyka – 4+4 (CMYK) – zadruk dwustronny. Format dostosowany do systemów wystawienniczych dostępnych w wybranych środkach komunikacji miejskiej. Papier wysokiej jakości dostosowany do systemów wystawienniczych dostępnych w komunikacji miejskiej.

UWAGA! Po ogłoszeniu wyników postępowania przetargowego potencjalny wykonawca przedstawi potwierdzenie rezerwacji zamówienia usługi dla autoboxów na wezwanie zamawiającego, w ciągu 3 dni roboczych od otrzymania wezwania.

VIII. ZAKRES TEMATYCZNY

Tematy poruszane w kampanii mogą dotyczyć efektów projektów zrealizowanych w ramach Regionalnego Programu operacyjnego województwa kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020.

Osie priorytetowe RPO WK-P:

- oś priorytetowa 1. Wzmocnienie innowacyjności i konkurencyjności gospodarki regionu
- oś priorytetowa 2. Cyfrowy region
- oś priorytetowa 3. Efektywność energetyczna i gospodarka niskoemisyjna w regionie
- oś priorytetowa 4. Region przyjazny środowisku
- oś priorytetowa 5. Spójność wewnętrzna i dostępność zewnętrzna regionu
- oś priorytetowa 6. Solidarne społeczeństwo i konkurencyjne kadry
- oś priorytetowa 7. Rozwój lokalny kierowany przez społeczność
- oś priorytetowa 8. Aktywni na rynku pracy

- oś priorytetowa 9. Solidarne społeczeństwo
- oś priorytetowa 10. Innowacyjna edukacja
- oś priorytetowa 11. Rozwój lokalny kierowany przez społeczność

IX. BADANIE SKUTECZNOŚCI KAMPANII:

W ramach realizacji kampanii Wykonawca będzie zobowiązany do przeprowadzenia przez niezależny od Wykonawcy instytut badawczy badania skuteczności i efektywności kampanii za pomocą:

1. Badania telefonicznego CATI (pretest i posttest):

- 1) Próba badawcza – dobrana jako reprezentatywna dla badanych grup docelowych, tj. ogółu mieszkańców województwa kujawsko-pomorskiego (nie mniej niż 300 osób) – dobór losowy warstwowy w podziale na miejsce zamieszkania (miasto, wieś), grupy wiekowe oraz wykształcenie (zgodnie z podziałem stosowanym przez statystykę publiczną). Badanie powinno zostać zrealizowane w sposób rzetelny z wykorzystaniem profesjonalnych narzędzi i metodologii.
- 2) Wymagania:
 - a) przygotowanie oraz przedstawienie do akceptacji Zamawiającego kwestionariusza badań, uwzględniającego ww. zagadnienia,
 - b) przeprowadzenie badania,
 - c) przygotowanie raportu z przeprowadzonego badania, stanowiącego część raportu z kampanii wskazanego w rozdziale XII.

X. RAPORT Z KAMPANII:

Wykonawca zakłada podział płatności na cztery części.

➤ **Raport dotyczyć będzie przebiegu realizacji działań internetowych. Będzie on zawierać m.in.:**

1. Wykaz wszystkich powstałych utworów wraz z potwierdzeniem przyjęcia zlecenia emisji, dystrybucji,
2. Print screeny wszystkich reklam/innych działań internetowych. W przypadku gdy przedstawienie print screenów ze wszystkich emisji nie jest możliwe z przyczyn technicznych (np. w niektórych działaniach targetowanych) należy przedstawić co najmniej print screeny prezentujące przykładowe zastosowania wszystkich formatów reklamowych zastosowanych w kampanii.
3. Elektroniczne wersje spotów powstałych w trakcie kampanii.
4. Fotografie przedstawiające bilbordy i przykładową reklamę w komunikacji miejskiej oraz kopie zleceń emisji bilbordów i reklam w komunikacji miejskiej.
5. Faktyczne dane w zakresie osiągniętych parametrów mediowych: Telewizja– potwierdzenie emisji spotów i raporty oglądalności.
6. Media plan
7. Raport z przeprowadzonego badania skuteczności kampanii (opisanego w rozdziale IX).
8. Print screeny potwierdzające osiągnięcie wskaźników internetowych, o których mowa w rozdziale VII pkt. A SOPZ.

Raport musi zostać dostarczony w wersji papierowej i elektronicznej na płycie CD lub innym nośniku elektronicznym. W przypadku rozbieżności między wersją elektroniczną a wersją papierową za obowiązującą uznaje się wersję w formie pisemnej. Raport wymaga wcześniejszej akceptacji Zamawiającego.

Wykonawca przedstawi Zamawiającemu ostateczną i zaakceptowaną przez Zamawiającego wersję całościowego raportu z przeprowadzonej kampanii nie później niż do dnia 11 grudnia 2020 r.

XI. PRZEKAZANIE AUTORSKICH PRAW MAJĄTKOWYCH:

Wykonawca w ramach przedmiotu umowy przekaże Zamawiającemu majątkowe prawa autorskie, prawa pokrewne oraz zależne do całej koncepcji strategicznej kampanii oraz całej koncepcji kreatywnej kampanii, w tym wszelkiego rodzaju projektów graficznych (m.in. grafik, zdjęć oraz wszelkich materiałów powstałych na potrzeby spotów telewizyjnych, reklamy w prasie i Internecie, itp.) oraz wszelkich utworów powstałych na potrzeby kampanii, takich jak spoty telewizyjne oraz ich koncepcje, wszelkie treści zamieszczone w Internecie, itp.

XII. AKCEPTACJA ZAMAWIAJĄCEGO:

Wszystkie działania podejmowane przez Wykonawcę w ramach realizacji kampanii (projekty graficzne, treści, reklamy, spoty itp.) wymagają przed rozpoczęciem produkcji i emisji konsultacji i akceptacji Zamawiającego.

XIII. PRZEKAZANIE MATERIAŁÓW:

Wykonawca zobowiązuje się do przekazania Zamawiającemu wszelkich materiałów produkcyjnych powstałych w trakcie realizacji umowy (materiały dźwiękowe, tekstowe, filmowe i graficzne). Przekazane nośniki muszą zawierać pliki w wersjach umożliwiającą ich późniejszą edycję i emisję w telewizji, radiu i Internecie. Wszelkie materiały muszą zostać dostarczone Zamawiającemu przez Wykonawcę wraz z Raportem z kampanii, o którym mowa w pkt. X.

XIV. DOKUMENTY PROGRAMOWE:

Podstawowe dokumenty z jakimi Wykonawca zobowiązany jest się zapoznać na etapie przygotowania oferty oraz przed przystąpieniem do realizacji zamówienia:

- 1) Regionalny Program Operacyjny Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014 – 2020 dostępny pod linkiem: <http://www.mojregion.eu/index.php/rpo/prawo-i-dokumenty?mmid=65>
- 2) Linia graficzna perspektywy 2014 – 2020:
http://mojregion.eu/files/linia_graficzna_perspektywy_finansowej_2014-2020.zip
- 3) Strategia Komunikacji Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020 dostępna pod linkiem:
www.mojregion.eu/files/dokumenty%20rpo/dokumenty_prawne/Strategia%20komunikacji%20RPO%20WK-P%202014-2020_04.01.2016.pdf
- 4) Księga Identyfikacji Wizualnej znaku marki Fundusze Europejskie i znaków programów polityki spójności na lata 2014-2020 dostępna pod linkiem:
http://mojregion.eu/files/dokumenty%20rpo/promocja%20i%20komunikacja/Ksiega_Identyfikacji_Wizualnej_2014-2020_2017.pdf
- 5) Szczegółowy Opis Osi Priorytetowych Regionalnego Programu Operacyjnego Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020 z 29.11.2017 r. dostępny pod linkiem:
<http://www.mojregion.eu/index.php/rpo/prawo-i-dokumenty?mmid=127>
- 6) Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji dostępny pod linkiem:
http://www.mojregion.eu/files/dokumenty%20rpo/promocja%20i%20komunikacja/21.07.2017%20aktualizacja%20Podrecznika_wnioskodawcy_i_beneficjenta_info_promo.pdf

XV. PODSTAWOWE INFORMACJE O PROGRAMIE

Podstawowe informacje o Regionalnym Programie Operacyjnym Województwa Kujawsko-Pomorskiego na lata 2014-2020 znajdują się pod adresem: www.mojregion.eu/index.php/rpo/o-programie