



Názov projektu: Natívne spoty v TV a rozhlase

Cieľom projektu je: Kontinuálne zvyšovať znalosť prínosov pomoci a prezentovať hlavné posolstvá a ciele pomoci, ktorú nám ponúka EÚ v rámci OPII prostredníctvom krátkych rozhlasových a televíznych relácií.

Celková suma oprávnených výdavkov žiadateľa: 591 959,76 €

Prostredníctvom projektu bola verejnosť oboznámená o existujúcich elektronických službách štátu a o ich výhodách pre občanov SR, o podpore EÚ pre Operačný program Integrovaná infraštruktúra prostredníctvom komunikačných a informačných aktivít, čo sa odzrkadlilo v prieskume verejnej mienky týkajúceho sa znalosti Operačného programu Integrovaná infraštruktúra.

Hlavná aktivita č.1: Natív TV - Relácia Digital World/Digitálny Svet

Hlavná aktivita č.2: Natív rozhlas

Mini relácie Digital World/Digitálny Svet, boli primárne zamerané na IT informácie, ktorých súčasťou boli aj elektronické služby štátu. Výsledkom je zvýšená miera informovanosti o elektronických službách využívaných štátom, občanmi a podnikateľskou obcou a poukázanie na prínos informatizácie SR pre všetky subjekty vo forme ušetrenia času a optimalizácie finančných nákladov. Obsahová časť relácie bola vytvorená na základe úzkej spolupráci s MIRRI. Relácie produkovala televízia Markíza.

Mini relácie Digital World/Digitalny Svet s dĺžkou 3-4 minúty boli premiérovovo odvysielané na TV Markíze, TV Dajto a TV Doma. Natívny projekt Digital World / Digitálny svet je všeobecnou horizontálnou komunikačnou kampaňou, a teda samotná publicita bola všeobecná a jednotlivé časti relácie boli kumuláciou viacerých projektov / tém.

Témy boli predkladané spoločnosťou MARKÍZA – SLOVAKIA, spol. s r.o. a MIRRI dané témy schvaľoval, resp. navrhoval iné témy.

Spoločnosť Radio Services a.s. nový publicistický formát na propagáciu informatizácie. Išlo o vytvorenie exkluzívneho reklamného bloku v portfóliách spoločností, zameraného na informovanie verejnosti na trhu digitálnych technológií s prepojením na komerčnú i štátnu sféru.

Natívny projekt sa definuje ako formát, ktorý svojím obsahom, vizuálom, formou komunikácie a kontextom splýva s prostredím, v ktorom sa nachádza. Používateľ má dojem, že je to obsah, ktorý odporúča daný vysielateľ a ktorý je neoddeliteľnou súčasťou vysielania.

Dvojminútové špeciálne spracované rubriky boli vysielané v Rádiu Vlna, Rádiu Jemné, Rádiu Anténa Rock a Rádiu Europa 2. Reklamné bloky a spoty sa primárne zameriavali na IT informácie, ktorých súčasťou boli aj informácie o elektronických službách štátu. Naplneným očakávaním, ako aj pri TV reláciách, je zvýšená miera informovanosti o elektronických službách využívaných štátom, občanmi a podnikateľskou obcou a poukázanie na prínos informatizácie SR pre všetky subjekty vo forme ušetrenia času a optimalizácie finančných nákladov.

Obsahová časť relácie bola vytvorená na základe úzkej spolupráce s MIRRI.