



FUNDACJA ARMAAG

Fundacja Agencja Regionalnego Monitoringu Atmosfery

Aglomeracji Gdańskiej

www.armaag.gda.pl

info@armaag.gda.pl

AB 1057

***Sprawozdanie z wykonania umowy nr WFOŚ/D/357/236/2017
"Edukacja, informacja i promocja postaw prośrodowiskowych
przy pomocy spotów reklamowych".***

Opracowała: dr Michalina Bielawska

Zatwierdziła: inż. Krystyna Szymańska

SPIS TREŚCI:

1. Wstęp.....	3
2. Zakres kampanii edukacyjnej.....	3
3. Scenariusze i produkcja spotów edukacyjnych.....	5
4. Promocja spotów edukacyjnych.....	6
5. Podsumowanie kampanii.....	14
6. Załączniki.....	15

1. Wstęp

Kampania edukacyjna pt: ***Edukacja, informacja i promocja postaw prośrodowiskowych przy pomocy spotów reklamowych*** została przeprowadzona zgodnie z harmonogramem rzeczowo-finansowym. Celem kampanii było promowanie pozytywnych postaw i zachowań w zakresie ograniczenia niskiej emisji, poprawy efektywności energetycznej oraz przedstawiania roli Wojewódzkiego Funduszu Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Gdańsku w tym zakresie oraz przekonanie mieszkańców, że każdy z nas może mieć wpływ na poprawę jakości powietrza poprzez zmianę nawyków.

W ramach kampanii zostało przygotowanych 6 spotów edukacyjnych w zakresie ograniczania niskiej emisji. Każdy ze spotów porusza oddzielne zagadnienie związane z przeciwdziałaniem niskiej emisji m.in. co to jest niska emisja, zachęcający do wymiany pieca, do korzystania z komunikacji publicznej, termomodernizacji czy oszczędzania energii. Wszystkie spoty łączy postać znanego Atmoludka pokazującego jaka jest jakość powietrza w województwie pomorskim oraz przekaz dotyczący zmiany codziennych nawyków. Hasłem kampanii łączącym wszystkie spoty jest: **„Zmień złe nawyki na zdrowe praktyki”**.

Drugim etapem realizacji zadania była promocja spotów obejmująca m.in. publikację spotów na stronach internetowych Fundacji, serwisie YouTube, w mediach społecznościowych, emisję spotów w telewizji regionalnych (TVP Gdańsk, TV Tetka Tczew, TTM Wejherowo, TV Malbork), emisje spotu informacyjnego o kampanii w Radiu Gdańsk, plakaty w SKM, emisje spotów w środkach komunikacji w Gdańsku i Gdyni oraz mobilną reklamę na przyczepach dwóch aut. Szczegółowy zakres promocji zostanie omówiony w dalszej części sprawozdania.

2. Zakres kampanii edukacyjnej

Zadanie pt: ***Edukacja, informacja i promocja postaw prośrodowiskowych przy pomocy spotów reklamowych*** zostało zrealizowane w dwóch następujących etapach:

etap 1 - przygotowanie 6 scenariuszy i produkcja 6 spotów na temat różnych aspektów ograniczenia niskiej emisji,

etap 2 - promocja spotów przy pomocy różnorodnych kanałów m.in. mediów lokalnych (radio i telewizja), internecie, mediach społecznościowych, promocja mailingowa, promocja mobilna oraz w komunikacji publicznej.

Szczegółowy zakres dwóch etapów wraz harmonogramem przedstawiono w tabeli nr 1.

Tabela nr 1 Zakres zadania wraz z harmonogramem

Lp.	Zakres zadania	Harmonogram
Etap 1		
1	Scenariusze 6 spotów promujących pozytywne postawy w zakresie ograniczania niskiej emisji.	18.10.- 27.11.2017r.
2	Produkcja 6 spotów promujących pozytywne postawy w zakresie ograniczania niskiej emisji.	17.11. - 19.01.2018r.
Etap 2		
1	Informacja o spotach i publikacja spotów na 25 panelach informacyjnych na obszarze województwa pomorskiego.	od 26 stycznia 2018 r. do bezterminowo (wymiana cykliczna spotów)
2	Przekazanie spotów do placówek edukacyjnych i instytucji zajmujących się ochroną środowiska drogą mailową (lista placówek w załączniku nr 1).	25.01.-13.02.2018r.
3	Emisja spotów TV Tetka Tczew	30.01.-04.02.2018r. (szczegółowy harmonogram w załączniku nr 2)
4	Emisja spotów TV Malbork	2018-02-01 do 2018-03-01 (przed kamerami pogodowymi)
5	Emisja spotów TTM Wejherowo	26.01.-08.02.2018r. (szczegółowy harmonogram w załączniku nr 3)
6	Emisja TVP Gdańsk	Od 3 lutego 2018r. w wolnym czasie antenowym
7	Spot informacyjny w Radio Gdańsk	12-28.02.2018r. (szczegółowy harmonogram w załączniku nr 4)
8	Baner na trójmiasto.pl w serwisie tematycznym https://pogoda.trojmiasto.pl/	12-18.02.2018r.
9	Plakaty w SKM w 1 wagonie	26.01.-28.02.2018r.
10	ZKM Gdynia 28 linii autobusowych (wykaz linii w załącznikuxls.). Emisja spotów parami w cyklach dwutygodniowych.	21.02.-31.03.2018r.
11	ZTM Gdańsk 85 pojazdów spółki Gdańskie Autobusy i Tramwaje (23 autobusy i 62 tramwaje)	Od 15.02.2018r. bez określenia terminu końcowego
12	Mobilna reklama na przyczepach dwóch aut w dzielnicach Gdańska z ogrzewaniem indywidualnym – trasy ok 100 km i 8h dziennie przez tydzień	30.01.-04.02.2018 r w godz. 12:00-20:00
13	Materiały promocyjne: pendrive eco 100 szt., brelok atmoludek niebieski 500 szt., długopisy eco 500 szt.	2-15.01.2018 r.

3. Scenariusze i produkcja spotów edukacyjnych

Pierwszym krokiem przy realizacji 6 spotów edukacyjnych na temat ograniczenia niskiej emisji było przygotowanie scenariuszy. Każdy ze scenariuszy został przygotowany w odniesieniu do odrębnego zagadnienia w zakresie ograniczenia niskiej emisji.

Scenariusze podzielono na następujące tematy:

Spot nr 1 Co to jest niska emisja?

Spot nr 2 Wymień piec!

Spot nr 3 Zmień praktyki w ogródku!

Spot nr 4 Zamień samochód na tramwaj, autobus lub rower!

Spot nr 5 Kompleksowa termomodernizacja budynku.

Spot nr 6 Oszczędzaj energię!

Krótki opis koncepcji każdego ze spotów zamieszczono poniżej, natomiast scenariusze w całości znajdują się w załączniku nr 5.

Spot nr 1

To spot wprowadzający do tematu ograniczania niskiej emisji. Charakter spotu - ogólny, zapoznający z tematem, edukacyjny. W spotcie szczególną uwagę zwrócono na uświadomienie mieszkańcom wpływu jakości powietrza na zdrowie mieszkańców. Animacja zawiera elementy charakterystyczne dla zabudowy aglomeracji trójmiejskiej. Ilustruje jak ważna jest jakość powietrza, którym oddychamy i przedstawia najważniejsze sposoby na ograniczenie niskiej emisji w środowisku. Spot jest wstępem do całego cyklu animacji, a poszczególne metody zmiany nawyków, zaakcentowane w tym spotcie, zostają rozwinięte w kolejnych animacjach.

Spot nr 2

Główny przekaz spotu to zachęcenie do wymiany źródła ciepła i uświadomienie jak duże znaczenie ma nowoczesne źródło ciepła dla poprawy jakości powietrza. Animacja podkreśla, że według EEA szacuje się, że ponad 46 tys. Polaków rocznie umiera z powodu złego stanu powietrza i zwraca uwagę na najważniejszy powód, dla którego powinniśmy zmienić źródło ciepła na ekologiczne – nasze zdrowie.

Spot nr 3

Temat spotu to zachęcanie do zmiany nawyków i niepalenia odpadów/liści w przydomowych ogródkach. Animacja przedstawia codzienne nawyki mieszkańców i ich konsekwencje dla środowiska. Spot uzmysławia, aby przy okazji wykonywania porządków w swoim domu i ogródku, nigdy nie palić liści, odpadów, starych mebli czy opon.

Spot nr 4

Spot promujący zmianę nawyków w codziennych podróżach po mieście. Spot pokazuje, dlaczego warto zastąpić samochód na inny środek komunikacji. W spocie połączono technikę animacji z filmem przedstawiającym korki w Gdańsku oraz zdjęciem przystanku SKM w Sopocie. Celem spotu jest przekonanie mieszkańców, że każdy z nas może mieć wpływ na poprawę jakości powietrza.

Spot nr 5

Tematyką spotu jest termomodernizacja budynków mieszkaniowych i jej rola w ograniczaniu niskiej emisji. Animacja przedstawia w jaki sposób - np. wymiana okien i drzwi, ocieplenie budynku czy zmiana źródła ciepła - przekłada się na poprawę jakości powietrza. Spot prezentuje też korzyści w postaci wymiernych oszczędności w rachunkach dla mieszkańców budynków, w których przeprowadzono kompleksową termomodernizację.

Spot nr 6

Spot promujący zmianę nawyków w korzystaniu z energii elektrycznej w domach. Animacja zachęca do oszczędzania prądu, co przekłada się na oszczędności w portfelu i poprawę jakości powietrza. W animacji przedstawiono podstawowe złe nawyki w korzystaniu z urządzeń elektrycznych np. niewyciąganie wtyczek z kontaktów, gdy nie korzystamy ze sprzętów, nie gaszenie światła w pomieszczeniach, w których nie przebywamy. Spot ma na celu przekonanie mieszkańców, że każdy może mieć wpływ na poprawę jakości powietrza poprzez zmianę nawyków.

W kolejnym kroku zostały przygotowane spoty edukacyjne z wykorzystaniem różnych technik m.in. animacji oraz ujęć filmowych z lektorem oraz muzyką. Spoty zostały przygotowane w formatach umożliwiającym emisję w telewizji, internecie, mediach społecznościowych oraz środkach komunikacji miejskiej. W ramach zadania zostały przygotowane spoty zarówno z dźwiękiem, jak w razie potrzeby do odtworzenia bez dźwięku z napisami. Spoty spełniają wymagania formatu mp4 w kodeku H.264 oraz są wyprodukowane w formacie full HD czyli 1920x1080, 25fps, bitrate od 10-20 Mbps, stereo. Szczegółowe dane techniczne na temat spotów są zawarte w metryczkach dla każdego spotu w załączniku nr 6.

4. Promocja spotów edukacyjnych

W drugim etapie realizacji zadania przygotowano promocję spotów przy pomocy różnorodnych kanałów m.in. mediów lokalnych (radio i telewizja), internecie, mediach społecznościowych, promocji mailingowej, promocji mobilnej, materiały promocyjne oraz w komunikacji publicznej. Celem promocji była dotarcie do jak największej liczby obiorców oraz podniesienie świadomości społeczeństwa w zakresie sposobów ograniczenia niskiej emisji oraz poprawy efektywności energetycznej, a przede wszystkim uzmysłowienie

społeczeństwu konieczności ograniczania niskiej emisji wraz ze wskazaniem społeczeństwu możliwości zapobiegania zanieczyszczeniom powietrza oraz skutków zdrowotnych zanieczyszczeń powietrza. Poniżej zostaną omówione krótko wszystkie elementy promocji kampanii realizowanej w ramach zadania.

Promocja na 25 panelach informacyjnych

Od 26 stycznia 2018 roku rozpoczęła się promocja na 25 panelach informacyjnych na obszarze województwa pomorskiego. Większość paneli (23 sztuki) znajduje się w instytucjach publicznych takich jak budynki starostw województwa pomorskiego, urzędy miast, w szkole średniej oraz na Politechnice Gdańskiej. Dwa panele znajdują się na otwartym terenie tj. przy dworcu PKP/PKS w Tczewie oraz na kampusie Wydziału Chemii Uniwersytetu Gdańskiego. Na panelach został zamieszczony slajd informacyjny o kampanii (rys.1) oraz spot nr 1. Spoty będą wymieniane cyklicznie na wszystkich panelach.



Rys.1 Slajd informacyjny o kampanii opublikowany na panelach.

Promocja mailingowa

Informacja o realizowanej kampanii wraz z linkami do spotów edukacyjnych została przekazana do ponad 170 instytucji zajmujących się ochroną środowiska i placówek edukacyjnych drogą mailową. Szczegółowa lista instytucji, do której wysłano zostały wysłane informacja o kampanii została zamieszczona w załączniku nr 1. Wiele instytucji, do których została wysłana informacja opublikowało informację na swojej stronie i/lub mediach społecznościowych o kampanii i linki do spotów edukacyjnych oraz rozpowszechniło informacje na swoim terenie, dzięki czemu promocja rozszerzyła się na znacznie większy obszar. Poniżej w tabeli nr 2 zamieszczono listę instytucji, które opublikowały informacje o kampanii wraz z linkami do spotów.

Informacja o kampanii została opublikowana m.in. na portalach miast: Gdańska, Gdyni, Sopotu, Kościerzyny, Malborka, Pruszcz Gdański oraz stronach WIOŚ (Gdańsk, Poznań, Zielona Góra, Katowice, Wrocław).

Tabela nr 2 Lista instytucji, które opublikowały informację o kampanii.

Lp.	Nazwa instytucji	Link do publikacji:
1	Fundacja ARMAAG	1) http://www.armaag.gda.pl/ 2) http://www.armaag.gda.pl/article/29412_Spoty_educacyjne_na_temat_niskiej_emisji.htm 3) http://airpomerania.pl/spoty-educacyjne-na-temat-niskiej-emisji 4) https://www.youtube.com/watch?v=g8f0uWgshRM 5) https://www.facebook.com/Airpomerania-169314136415473/
2	Centrum Informacji i Edukacji Ekologicznej	6) http://ciee-gda.pl/aktualnosci/armaag-edukacja-informacja-i-promocja-postaw-prosrodowiskowych-przy-pomocy-spotow-reklamowych/ https://pl-pl.facebook.com/Centrum-Informacji-i-Edukacji-Ekologicznej-w-Gda%C5%84sku-240542152691886/
2	Urząd Wojewódzki w Gdańsku	7) http://www.gdansk.uw.gov.pl/urząd/aktualnosc/item/2853-zmien-nawyki-zadbaj-o-zdrowie
3	Wojewódzki Fundusz Ochrony Środowiska i Gospodarki Wodnej w Gdańsku	8) http://wfos.gdansk.pl/wiadomosci/zmien-zle-nawyki-na-zdrowe-praktyki 9) https://wfos.gdansk.pl/wiadomosci/monitoring-inwestycje-edukacja-ograniczenie-niskiej-emisji-na-pomorz
4	WIOŚ Gdańsk	10) https://www.gdansk.wios.gov.pl/wios/aktualnosc/65-aktualnosci-publikowane-w-2018-roku/673-spoty-educacyjne-na-temat-niskiej-emisji.html
5	WIOŚ Zielona Góra	11) http://www.zgora.pios.gov.pl/spoty-educacyjne-na-temat-niskiej-emisji/
6	WIOŚ Katowice	12) http://www.katowice.pios.gov.pl/index.php?tekst=aktualnosci/20180221/tekst
7	WIOŚ Poznań	13) http://poznan.wios.gov.pl/zmien-zle-nawyki-na-zdrowe-praktyki/#more-4570
8	WIOŚ Wrocław	14) http://www.wroclaw.pios.gov.pl/

Lp.	Nazwa instytucji	Link do publikacji:
9	Politechnika Gdańska Wydział Inżynierii Lądowej Środowiska	15) https://wilis.pg.edu.pl/-/edukacja-informacja-i-promocja-postaw-prosrodowiskowych-przy-pomocy-spotow-reklamowych 16) https://www.facebook.com/groups/wilis/
10	Starostwo Malbork	17) https://powiat.malbork.pl/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=29&Itemid=149
11	Miasto Gdańsk	18) http://www.gdansk.pl/urząd-miejski/Zmien-zle-nawyki-na-zdrowie-praktyki,a,101659
12	Miasto Gdynia	19) http://gdynia.pl/mieszkaniec/aktualnosci-2,3664/zmien-zle-nawyki-na-dobre-praktyki,517142 20) http://gdynia.pl/mieszkaniec/aktualnosci-2,3664
13	Miasto Sopot	21) http://www.sopot.pl/aktualnosc/6686/zmien-zle-nawyki-na-zdrowe-praktyki
14	Miasto Kościerzyna	22) http://koscierzyna.gda.pl/portal?id=2195653
15	Miasto Pruszcz Gdański	23) https://www.pruszcz-gdanski.pl/756,edukacja?tresc=6447
16	Miasto Malbork	24) http://www.urzad.malbork.pl/plan-gospodarki-niskoemisyjnej.html
17	Miasto Skórcz	25) http://www.skorcz.pl/asp/pl_start.asp?ref=1&typ=13&menu=237&dzialy=&akcja=artyku1&artykul=2919
18	Miasto Żukowo	26) http://www.zukowo.pl/Ograniczenie niskiej emisji na Pomorzu Monitoring Inwestycje Edukacja,10,4702
19	Miasto Sierakowice	27) http://www.sierakowice.pl/aktualnosc-225-zmien-zle-nawyki-na-zdrowe-praktyki.html
20	Miasto Gniew	28) https://www.gniew.pl/1141,luty?tresc=30770
21	TVP Gdańsk panorama 7.02.2018	29) https://gdansk.tvp.pl/35930431/07022018-2130
22	TVP Malbork	30) http://www.tvmalbork.pl/aktualnosci/18654,co-to-jest-niska-emisja-zmien-zle-nawyki-na-zdrowe

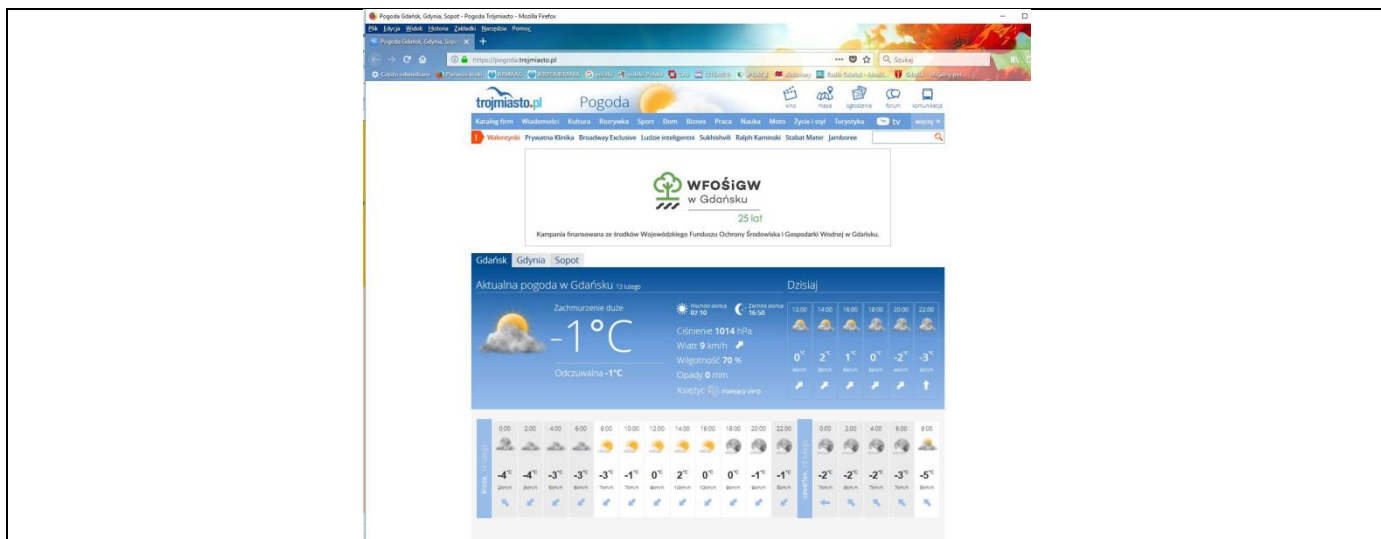
Lp.	Nazwa instytucji	Link do publikacji:
23	Pruszcz Północna TV (Pruszcz Gdański)	31) http://polnocna.tv/news/18529-zmien-zle-nawyki-na-zdrowie-praktyki
24	Radio Gdańsk	32) https://m.radiogdansk.pl/wiadomosci/item/72127-w-malych-miejscowosciach-powietrze-jest-gorszej-jakosci-niz-w-trojmieście-beda-pieniądze-na-zmiane
25	Urząd Marszałkowski w Gdańsku	33) https://pomorskie.eu/-/jak-palic-w-piecu-by-oszczedzic-czy-na-pomorzu-zatruwa-nas-smog-o-zanieczyszczeniach-powietrza-na-konferencji-w-gdansk
26	Urząd Miejski w Boguszwie-Gorcach	34) https://boguszow-gorce.pl/aktualnosci/pokaz/2411.dhtml
27	Rada dzielnicy Przeróbka Gdańsk	35) http://radadzielnicyprzerobka.pl/walka-z-niska-emisja/
28	MPI „KOS-EKO” w Kościerzynie	36) http://www.kos-eko.pl/informacje/aktualnosci/270-zmien-zle-nawyki-na-zdrowe-praktyki
29	Starostwa Powiatowego w Górze	37) http://www.powiatgora.pl/8789,edukacja-informacja-i-promocja-postaw-prosrodowiskowych.html
30	Urząd Gminy Polkowice	38) https://ekologia.polkowice.eu/podstrona,38_porady-eksperta.htm
31	Zespół Szkolno - Przedszkolny nr 3 w Chojnicach	39) http://www.sp3.chojnice24.pl/rok-szkolny-2017-2018-cz-4-styczen-2018-/
32	Portal Pruszcz.com	40) http://pruszcz.com/
33	Obszar Metropolitalny Gdańsk-Gdynia-Sopot	41) http://www.metropoliagdansk.pl/metropoli_talne-wiadomosci/w-trosce-o-czyste-powietrze-co-mozemy-zrobic-tu-i-teraz/
34	Portal razem z Tobą dla niepełnosprawnych	42) http://razemztoba.pl/beta/index.php?NS=sr_odek&nrartyk=17587

Lp.	Nazwa instytucji	Link do publikacji:
35	Gazeta internetowa malborska	43) http://82-200.pl/1977,Spoty-edukacyjne-na-temat-niskiej-emisji.html
36	Zespół Szkół w Legnickim Polu	44) http://zslegnickiepole.szkolnastrona.pl/

Emisja spotów w mediach lokalnych

Bardzo ważnym elementem promocji była emisja spotów edukacyjnych w czterech telewizjach regionalnych: TVP Gdańsk, TV Tetka Tczew, TTM Morska (Wejherowo), TVP Malbork oraz uruchomienie spotu informacyjnego o kampanii w Radiu Gdańsk i banera na portalu trojmiasto.pl. Szczegółowe harmonogramy emisji w telewizjach i w Radiu Gdańska znajdują się w załączniku nr 2, 3 i 4. Emisja spotów w mediach lokalnych pozwoliła dotrzeć do szerokiego grona odbiorców. Łącznie spoty obejrzało w mediach lokalnych od 30 stycznia do 27 lutego 2018 roku 965 tys. Uzupełnieniem promocji w mediach była publikacja banera informacyjnego o kampanii w serwisie tematycznym trójmiasto.pl <https://pogoda.trojmiasto.pl/> w dniach 12-18 luty 2018 r. (rys.2).





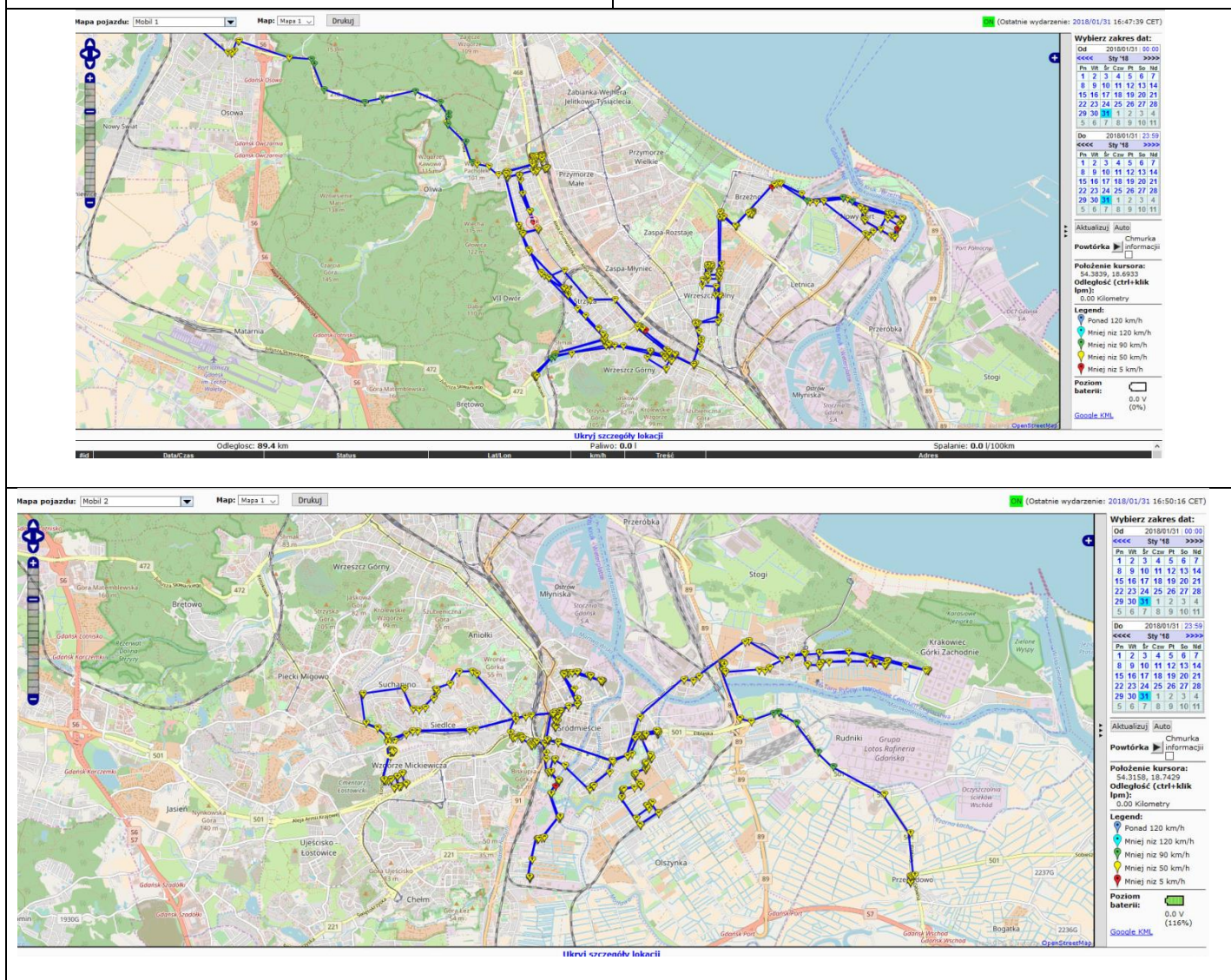
Rys.2 Baner informacyjny o kampanii opublikowany na portalu trójmiasto.pl w serwisie tematycznym <https://pogoda.trójmiasto.pl/>.

Promocja w komunikacji publicznej

Kolejnym ważnym elementem promocji spotów edukacyjnych było rozpowszechnienie ich w komunikacji publicznej: Gdańska, Gdyni i oraz w kolejce SKM. W ramach tego etapu zostały rozwieszone plakaty informacyjne o kampanii w jednym wagonie SKM od 26 stycznia do 1 marca 2018 (rys.3). W komunikacji miejskiej Gdańska spoty są emitowane od 15 lutego w 85 pojazdach, z czego 23 to autobusy a 62 tramwaje, natomiast w Gdyni na 28 liniach autobusowych od 21 lutego do 31 marca (wykaz w załączniku xls.). Dodatkowo rozpowszechniono kampanię edukacyjną przy pomocy banerów informacyjnych zamieszczonych na przyczepach dwóch aut. Mobilna promocja objęła dzielnice Gdańska z największą ilością pieców w lokalach komunalnych – trasy ok 100 km i 8h dziennie w okresie 30.01.-04.02.2018r. w godz. 12:00 -20:00. Poniżej zdjęcia wraz z przykładową trasą (rys.4).



Rys.3 Plakat informacyjny o kampanii w SKM.



Rys.4 Zdjęcia z promocji mobilnej wraz z trasami.

5. Podsumowanie kampanii.

Celem kampanii było promowanie pozytywnych postaw i zachowań w zakresie ograniczenia niskiej emisji, poprawy efektywności energetycznej oraz przekonanie mieszkańców, że każdy może mieć wpływ na poprawę jakości powietrza poprzez zmianę nawyków. Efektem ekologicznym zadania jest podniesienie świadomości społeczeństwa w zakresie sposobów ograniczenia niskiej emisji oraz poprawy efektywności energetycznej jak również wskazanie społeczeństwu możliwości zapobiegania zanieczyszczeniom powietrza oraz skutków zdrowotnych zanieczyszczeń powietrza. W ramach kampanii edukacyjnej zostały wykorzystane różnorodne metody promocji m.in. media lokalne (radio i telewizja), internet, media społecznościowe, promocja mailingowa, promocji mobilna oraz komunikacja publiczna dzięki czemu spoty dotarły do szerokiego grona odbiorców łącznie ponad 2,5 mln osób. Szczegółowe statystyki dla poszczególnych elementów promocji przedstawiono w tabeli nr 3.

Akcja edukacja cieszyła się dużym zainteresowaniem i została przejęta z ogromnym entuzjazmem wśród różnego typu instytucji, które zaangażowały się w rozpowszechnianie spotów edukacyjnych. Zarówno cel jak i efekt ekologiczny kampanii edukacyjnej został osiągnięty. Wszystkie planowane wskaźniki realizacji zadania zostały dotrzymane co ma swoje odzwierciedlenie w tabeli nr 4.

Tabela nr 3 Statystyki liczby odbiorców dla poszczególnych elementów promocji (stan 27.02.2018 r.).

Lp.	Element promocji	Liczba odbiorców
1	TVP Gdańsk	392040
2	TV MALBROK	176990
3	TV TETKA TCZEW	63749
4	TV TTM	126000
5	Radio Gdańsk	185000
6	Strony: armaag.gda.pl i airpomerania.pl	18098
7	Kanał YouTube Fundacji ARMAAG	3298
8	Inne strony i media społecznościowe	6436
9	Baner na serwisie tematycznym https://pogoda.trojmiasto.pl/	21426
10	Plakaty SKM (dane szacunkowe)	83250
11	Komunikacja Gdańsk i Gdynia (dane szacunkowe)	1404786
12	Promocja mobilna (dane szacunkowe)	1000
13	Szkoły woj. pomorskie	37211
14	Razem	2519284

Tabele nr 4 Wskaźniki realizacji zadania (stan 27.02.2018 r.).

Lp.	Plan wskaźniki realizacji zadania	Rezultat wskaźniki realizacji zadania
1	liczba osób, do których dotarły spoty 500000 (liczba wizyt na stronach, przekazane spoty do szkół i instytucji publicznych, emisja w komunikacji miejskiej)	2519284
2	na stronach internetowych (co najmniej 3 serwisy internetowe m.in youtube) i mediach społecznościowych (m.in. facebook)	44
3	lokalne media (co najmniej 1 m.in. Radio Gdańsk)	5 (1 Radio Gdańsk, 4 telewizje regionalne: TVP Gdańsk, TV Tetka Tczew, TTM Morska, TV Malbork)
4	artykuły w prasie i internecie (co najmniej 3)	Co najmniej 10 np. artykułu portale miast: Gdańsk, Gdynia i Sopot, gazeta internetowa malborska.
5	emisja spotów na panelach informacyjnych Fundacji ARMAAG rozlokowanych na terenie województwa pomorskiego (25 paneli w tym 23 wewnętrzne panele znajdujące się w instytucjach publicznych oraz 2 zewnętrzne na terenie otwartym)	25
6	przekazanie spotów do placówek edukacyjnych i instytucji zajmujących się ochroną środowiska (co najmniej 100)	177

6. Załączniki.

Spis załączników:

- Załącznik nr 1** Lista placówek edukacyjnych i instytucji w promocji mailingowej .
- Załącznik nr 2** Harmonogram emisji spotów TV Teka Tczew.
- Załącznik nr 3** Harmonogram emisji spotów TTM Wejherowo.
- Załącznik nr 4** Harmonogram emisji spotów Radio Gdańsk.
- Załącznik nr 5** Scenariusze spotów edukacyjnych.
- Załącznik nr 6** Metryczki techniczne spotów.
- Załącznik nr 7** Materiały na płycie CD.