

Szczegółowy Opis Przedmiotu Zamówienia

dotyczący opracowania i realizacji kampanii informacyjno-promocyjnej na rzecz upowszechnienia Krajowej Inteligentnej Specjalizacji (KIS) – szacunek ceny

I. Postanowienia ogólne

1. Ministerstwo Rozwoju i Technologii, Departament Innowacji i Polityki Przemysłowej, z siedzibą przy Pl. Trzech Krzyży 3/5, 00-507 Warszawa, zaprasza do składania szacowania wartości zamówienia w zakresie usługi opracowania i realizacji kampanii informacyjno-promocyjnej na rzecz upowszechnienia Krajowej Inteligentnej Specjalizacji (KIS).
2. Zamówienie jest współfinansowane ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach projektu pozakonkursowego 2.4.2. pn. Monitoring Krajowej Inteligentnej Specjalizacji Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020.
3. Długość terminu związania ofertą Wykonawcy oraz Zamawiającego wynosi 45 dni od dnia poinformowania Wykonawcy o wyborze oferty.
4. Osobą uprawnioną do kontaktów roboczych w ramach niniejszego zamówienia ze strony zamawiającego jest Pani Monika Modrzejewska (email: monika.modrzejewska@mrit.gov.pl, numer telefonu: 22 411 98 39).

II. Przedmiot zamówienia:

Przedmiotem zamówienia jest opracowanie i realizacja trwającej trzy tygodnie kampanii informacyjno-promocyjnej na rzecz upowszechnienia Krajowej Inteligentnej Specjalizacji (KIS). Celem kampanii jest podniesienie świadomości społecznej na temat działań prowadzonych przez Ministerstwo Rozwoju i Technologii w zakresie KIS.

Krajowa Inteligentna Specjalizacja (KIS) jest koncepcją, która wskazuje obszary, stanowiące przewagę innowacyjne i konkurencyjne Polski w różnych dziedzinach społeczno-gospodarczych. Obszary te odpowiadają na najważniejsze wyzwania społeczne i środowiskowe, a także trendy technologiczne, warunkujące rozwój gospodarczy i sprostanie potrzebom społeczeństwa. KIS stanowi także preferencje w udzielaniu wsparcia finansowego na rzecz rozwoju prac badawczych, rozwojowych i innowacyjności (B+R+I) w ramach perspektywy finansowej 2021-2027 w Funduszach Europejskich dla Nowoczesnej Gospodarki.

Obecnie KIS obejmują następujące zagadnienia:

- KIS 1. Zdrowe społeczeństwo
- KIS 2. Nowoczesne rolnictwo, leśnictwo i żywność
- KIS 3. Zrównoważone (bio)produkty, (bio)procesy i środowisko
- KIS 4. Zrównoważona energia
- KIS 5. Inteligentne budownictwo zeroemisyjne
- KIS 6. Transport przyjazny środowisku

- KIS 7. Gospodarka o obiegu zamkniętym
- KIS 8. Zaawansowane materiały i nanotechnologia
- KIS 9. Elektronika i fotonika
- KIS 10. Technologie informacyjne, komunikacyjne oraz geoinformacyjne
- KIS 11. Automatyzacja i robotyka
- KIS 12. Przemysły kreatywne
- KIS 13. Technologie morskie

Beneficjentami kampanii informacyjno-promocyjnej na rzecz upowszechnienia Krajowej Inteligentnej Specjalizacji (KIS) są: przedsiębiorcy, przedstawiciele administracji publicznej, jednostki naukowe, przedstawiciele instytucji otoczenia biznesu, NGOs, obywatele.

Kod i nazwa zamówienia według Wspólnego Słownika Zamówień (CPV):

79341400-0 Usługi prowadzenia kampanii reklamowych

79340000-9 Usługi reklamowe i marketingowe

79341000-6 Usługi reklamowe

79822500-7 Usługi projektów graficznych

III. Cel zamówienia

Celem kampanii jest promocja Krajowej Inteligentnej Specjalizacji, kluczowych obszarów technologicznych rozwijanych w ramach KIS oraz zachęcenie do odwiedzin strony internetowej www.smart.gov.pl Kampania ma wzmocnić rozpoznawalność marki własnej, jaką jest KIS.

Główne cele zamówienia:

1. podwyższenie świadomości społecznej na temat Krajowej Inteligentnej Specjalizacji (KIS) i korzyści w określaniu priorytetów gospodarczych w obszarze B+R+I;
2. ukazanie KIS jako obszarów kluczowych w rozwoju społeczno-gospodarczym
3. uświadamianie, że efekty realizacji projektów realizowanych w poszczególnych KIS mają wpływ na rozwój całego kraju i są dostrzegalne w życiu codziennym;
4. wzmocnienie marki własnej MRiT, jaką jest Krajowa Inteligentna Specjalizacja (KIS);
5. promocja strony internetowej KIS tj. www.smart.gov.pl

IV. Grupy docelowe kampanii informacyjno-promocyjnej

Kampania jest kierowana do obywateli Polski w wieku 17-45 lat ze szczególnym uwzględnieniem osób zainteresowanych trendami technologicznymi oraz pracami prowadzonymi w obszarze B+R+I. Język kampanii musi być dostosowany do różnych odbiorców: mieszkańców małych oraz dużych miast, dorosłych i młodzieży.

Przekaz oraz użyte w nim elementy (słowa, ton, grafiki, muzyka) muszą być zrozumiałe dla odbiorców. Przekaz powinien wywoływać następujące emocje:

- zaniepokojenie,
- entuzjazm,
- moc,
- siłę.

V. Kreacje i pola emisji

Kampania obejmuje emisję poniższych materiałów informacyjno-promocyjnych w następujących mediach:

1. trzy różne od siebie spoty radiowe nadawane o innych godzinach w ciągu dnia w stacjach radiowych, min. 2 stacje lokalne w każdym województwie lub 1 stacja informacyjna o zasięgu ogólnopolskim;
2. trzy różne od siebie krótkie formy reklamowe wideo oraz dwie kreacje reklamowe (display) w Internecie, min. 3 portale regionalne w każdym województwie lub 1 portal informacyjny horyzontalny o zasięgu ogólnopolskim;
3. jedna kreacja reklamowa wyświetlana w przestrzeni użyteczności publicznej, tj. ekrany reklamowe na dworcach autobusowych, PKP oraz na przystankach komunikacji miejskiej (wiaty przystankowe), ekrany LCD w środkach komunikacji publicznej (metro, autobusy, tramwaje);
4. sześć artykułów pogłębionych tematycznie autorstwa osób związanych z rozwojem technologicznym opublikowanych w serwisach internetowych.

W ramach kampanii Wykonawca jest zobowiązany do wielokrotnego wyemitowania w okresie trwania kampanii trzech różnych krótkich form radiowych w stacjach radiowych, tj. spotów audio, trzech różnych reklam wideo na stronach internetowych portali informacyjnych (wyświetlanych przed rozpoczęciem oglądania materiału newsowego), dwóch różnych form reklamowych (display) na stronach internetowych, jednej kreacji reklamowej (grafiki) dostosowanej do ekranu na jakim będzie odbierana, tj. ekrany led i wiaty przystankowe oraz publikację na portalach tematycznych lub blogach sześciu artykułów autorstwa osób powszechnie kojarzących się z nowinkami technologicznymi.

VI. Etapy realizacji zamówienia

W ramach kampanii wyróżnia się następujące etapy prac:

1. przygotowanie szczegółowej koncepcji kreatywnej oraz strategii komunikacji wraz z harmonogram działań promocyjnych
2. prace produkcyjne
3. realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej w przestrzeni medialnej.

I. Etap realizacji: Przygotowanie koncepcji kreatywnej, strategii komunikacji oraz harmonogramu działań promocyjnych - 15 dni kalendarzowych od dnia zawarcia umowy

	Opis zadań
1.	Opracowanie koncepcji strategicznej kampanii informacyjno-promocyjnej, wraz z opisem koncepcji kreatywnej, opracowanie strategii komunikacji oraz listę kanałów dotarcia do odbiorców. Koncepcja kreatywna musi być spójna dla wszystkich mediów. Reklamy muszą zawierać hasło przewodnie kampanii oraz odwołanie do strony internetowej smart.gov.pl
2.	Wykonawca przedstawi 3 różne hasła reklamowe, z których jedno, wybrane przez Zamawiającego, będzie wykorzystywane w czasie trwania całej kampanii.

3.	Opracowanie trzech scenariuszy materiałów audio (spotów radiowych 30'') Wykonawca przedstawi scenariusze materiałów wraz ze wskazaniem ścieżek dźwiękowych, jakie będą w nich użyte. W spotach może wystąpić, użyć głosu osoba rozpoznawana w przestrzeni radiowej lub internetowej (Influencer), zajmująca się działalnością B+R w obszarze technologii, promująca technologie, trendy technologiczne.
4.	Opracowanie trzech scenariuszy materiałów wideo (reklama wideo 15'') pokazujące w pozytywnym świetle wykorzystywanie w życiu codziennym następujących technologii: sztuczna inteligencja, cleantech, bio-tech. Wykonawca przedstawi scenariusze materiałów wideo wraz ze wskazaniem ścieżek dźwiękowych, elementów graficznych lub osób, które wystąpią w tych materiałach.
5.	Opracowanie dwóch różnych grafik reklamowych typu display, które będą wyświetlane w serwisach internetowych.
6.	Opracowanie jednej wielkoformatowej kreacji reklamowej, która będzie wyświetlana w przestrzeni użyteczności publicznej, tj. na ekranach reklamowych znajdujących się na dworcach autobusowych, PKP oraz na miejskich wiatkach przystankowych.
7.	Zlecenie napisania 6 pogłębionych tematycznie artykułów poświęconych rozwijającym się technologiom i ich wpływu na rozwój społeczeństwa. Publikacje muszą być autorstwa różnych osób zawodowo zajmujących się badaniami nad rozwojem technologicznym, np. dziennikarzy technologicznych, bloggerów, ekspertów branży tech. Artykuły będą opublikowane na portalach tematycznych lub blogach ich autorów.
8.	Opracowanie harmonogramu działań promocyjnych w formie mediaplanu. W ramach planu promocji Wykonawca przedstawi także docelowe zasięgi dla każdego z medium (ilość emisji reklam w poszczególnych kanałach komunikacji).

II. Etap realizacji: Prace produkcyjne – 15 dni kalendarzowych od dnia zakończenia etapu I

	Opis zadań
1.	Wyprodukowanie trzech różnych spotów radiowych o długości 30'' każdy
2.	Wyprodukowanie trzech materiałów wideo, o długości 15'' każdy - formaty: mov, avi, mkv, asf, wmv, mp4, ts, wav.
3.	Opracowanie dwóch różnych grafik reklamowych typu display oraz jednej wielkoformatowej grafiki – formaty odpowiednie do emisji w Internecie, na ekranach lcd i wydruku wielkoformatowym do ekspozycji w wiatkach przystankowych
4.	Przygotowanie 6 pogłębionych tematycznie artykułów poświęconych rozwijającym się technologiom
5.	Przed zaakceptowaniem materiałów o których mowa w pkt. 1 -4 Zamawiający może wnieść uwagi, poprawki i modyfikacje. Wykonawca naniesie poprawki w ciągu max. 5 dni roboczych.

6.	Wykonawca musi zapewnić oznakowanie kampanii logotypami UE zgodnie z wytycznymi PO IR i dostosowaniu materiałów i sposobów promocji do standardów WCAG 2.1.
----	---

III.	Etap realizacji: Realizacja kampanii informacyjno-promocyjnej – 3 tygodnie, w ciągu 6 tygodni od dnia odebrania II etapu (po ustaleniu z Zamawiającym)
-------------	---

	Opis zadań
1.	Wykonawca w ramach zlecenia ma obowiązek zakupić media, przeprowadzić kampanię w uzgodnionych mediach.
2.	Reklama ma nakłonić użytkownika do przejścia na stronę internetową smart.gov.pl W ramach kampanii Wykonawca zapewni: - spoty audio 30'' z emisją w min. 2 lokalnych stacjach radiowych w każdym województwie lub w 1 stacji informacyjnej o zasięgu ogólnopolskim – zasięg 1+ dla TG 20-45, min 60% i 780GRP - emisję reklam wideo 15'' oraz kreacje reklamowe (display) w Internecie - min. 3 portale regionalne w każdym województwie oraz 1 portal informacyjny horyzontalny o zasięgu ogólnopolskim; zasięg min. 10 mln odsłon, 3,5 mln uniq users, capping 3 - kreację reklamową wyświetlaną w przestrzeni użyteczności publicznej, tj. ekrany reklamowe na dworcach autobusowych, PKP oraz na przystankach komunikacji miejskiej, na ekranach LCD w metrze, autobusach i tramwajach – zasięg min. 2000 wiat przystankowych w całej Polsce, 100 dworców w Polsce, ilość pojazdów: 600 - publikacje 6 artykułów pogłębionych tematycznie autorstwa osób związanych z rozwojem technologicznym opublikowanych w serwisach tematycznych internetowych lub na stronach blogerów – zasięg min. 1 mln odsłon.
3.	Opracowanie i przeprowadzenie badania metodą CAWI na grupie reprezentatywnej nt. znajomości marki „Krajowe Inteligentna Specjalizacja”. Badanie ma na celu poznanie skuteczności przyjętych działań marketingowych.
4.	Wykonawca przygotowuje raporty ewaluacyjne z zasięgów kampanii. Raporty muszą zawierać: - dane dot. wyświetleń reklamy w każdym w mediów.

VII. Warunki udziału w postępowaniu

Zamawiający uzna Wykonawców, którzy wykażą, że:

- a) W okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert, a jeżeli okres prowadzenia działalności jest krótszy – w tym okresie, należycie wykonali opracowanie i realizację 3 kampanii informacyjno-promocyjnych (w min. 2 różnych mediach o zasięgu ogólnopolskim), z czego 1 na potrzeby administracji publicznej. Wartość umowy na wykonanie każdego z wyżej wymienionych kampanii wynosiła nie mniej niż 1 000 000,00 zł brutto.
- b) Dysponują lub będą dysponować w okresie realizacji zamówienia zespołem projektowym złożonym z co najmniej następujących osób:
 - **Kierownik Projektu:**
 - a) co najmniej 5-letnie doświadczenie w koordynacji lub nadzorze nad realizacją ogólnopolskich

kampanii informacyjnych lub promocyjnych (na przykład na stanowisku kierownika projektu lub account managera lub równoważnym lub wyższym)

- b) w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert w postępowaniu, osoba ta była odpowiedzialna za koordynację lub nadzór nad realizacją minimum dwóch zakończonych ogólnopolskich kampanii informacyjnych lub promocyjnych wykorzystujących co najmniej Internet, a wartość każdej kampanii wyniosła co najmniej 1 000 000 zł brutto.

- **Strateg:**

- a) posiada co najmniej 5-letnie doświadczenie w opracowaniu strategii dla kampanii informacyjnych lub promocyjnych;
- b) w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert w postępowaniu był odpowiedzialny za opracowanie strategii (w tym analizę grupy docelowej, plan wdrożenia strategii) dla co najmniej dwóch ogólnopolskich kampanii.

- **Specjalisty ds. koncepcji kreatywnej:**

- a) posiada co najmniej 3-letnie doświadczenie w opracowaniu koncepcji kreatywnych dla kampanii informacyjnych lub promocyjnych;
- b) w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert w postępowaniu był odpowiedzialny za przygotowanie koncepcji kreatywnej dla co najmniej dwóch ogólnopolskich kampanii informacyjnych lub promocyjnych, a wartość każdej kampanii wyniosła co najmniej 500 000,00 zł brutto;

- **Redaktor – Copywritera,**

- a) w okresie ostatnich trzech lat przed upływem terminu składania ofert w postępowaniu był odpowiedzialny za prace redaktorskie lub copywriterskie (obejmujące przygotowanie tekstów promocyjnych wykorzystywanych w reklamach prasowych lub produkcjach video lub publikacji lub treściach na strony internetowe) dla co najmniej dwóch ogólnopolskich kampanii informacyjnych lub promocyjnych, a wartość każdej kampanii wyniosła co najmniej 500 000,00 zł brutto;

Zamawiający nie dopuszcza łączenia stanowisk w strukturze zespołu projektowego.

VIII. Kryteria oceny ofert:

Ocena ofert będzie odbywać się na podstawie następujących kryteriów:

Lp.	Nazwa kryterium oceny	Waga %
1	Cena brutto	30%
2	Zasięg kampanii	30%
3	Koncepcja kreatywna	40%

Wykonawca może uzyskać łącznie **maksymalnie 100 pkt.**

W przypadku **kryterium nr 1** – proszę podać cenę brutto realizacji Zamówienia.

Liczba punktów, którą można uzyskać w tym kryterium zostanie obliczona według następującego wzoru:

najniższa cena brutto przedstawiona w ofertach

Liczba punktów = x 30 pkt.

cena brutto oferty ocenianej.

Maksymalna liczba punktów do uzyskania w kryterium 1 – 30 punktów.

W przypadku **kryterium nr 2** – proszę o przedstawienie statystyk dotarcia do odbiorców (zasięg kampanii), jakie zostaną uzyskane w ciągu 3 tygodni jej trwania. W ramach kryterium należy uwzględnić wskaźniki zgodne z założeniami, czyli: liczba odśton i liczba unikalnych użytkowników w Internecie, zasięg radiowy, liczba wiat przystankowych, liczba ekranów lcd.

Liczba punktów, którą można uzyskać w ramach kryterium:

- 10% więcej względem minimum określonego w pkt. VI etap III 2 SOPZ – 10 pkt,
- 20 % względem minimum określonego w pkt. VI etap III 2 SOPZ – 20 pkt,
- 30 % i więcej względem minimum określonego w pkt. VI etap III 2 SOPZ – 30 pkt,

W przypadku **kryterium nr 3** – proszę o przedstawienie wstępnej koncepcji scenariusza spotu radiowego "30 dotyczącego promocji KIS 9 „elektronika i fotonika” do emisji w paśmie porannym - max. 2500 znaków ze spacjami.

Ocena kryterium 3 będzie na podstawie podkryteriów:

Lp.	Kryterium oceny serwisu ze wstępnej koncepcji scenariusza spotu radiowego	Liczba punktów:
1.	Jasny i czytelny sposób promocji KIS 9 „elektronika i fotonika”	
2.	Hasło reklamowe proponowane w spocie jest chwytliwe, zapada w pamięć	
3.	Język komunikacji jest zrozumiały dla odbiorcy	
4.	Koncepcja scenariusza wpisuje się w sposób komunikacji prowadzony przez Ministerstwo Rozwoju i Technologii	
	łącznie wszystkie kryteria	

Za każde podkryterium można uzyskać 0-10 pkt, z czego 0 pkt. – kryterium niespełnione, 10 pkt. – kryterium spełnione.

Maksymalna liczba punktów do uzyskania w kryterium 3 - 40 punktów.

IX. Termin i miejsce składania ofert

Ofertę należy złożyć w terminie do dnia **3 października 2023 r. do godziny 16:00** w formie elektronicznej na adres: justyna.gorzoch@mrit.gov.pl oraz monika.modrzejewska@mrit.gov.pl

DODATKOWE INFORMACJE:

1. Oferta powinna uwzględniać wszystkie zobowiązania, musi być podana w walucie polskiej, tj. PLN cyfrowo i słownie, wraz z należytym podatkiem VAT – jeżeli występuje.
2. Cena podana w ofercie powinna obejmować wszystkie koszty i składniki związane z wykonaniem zamówienia.
3. Zamawiający zastrzega sobie prawo do rezygnacji z zamówienia bez podania przyczyny, bez wyboru którejkolwiek ze złożonych ofert.
4. Oferty, które nie uzyskają minimum 50 punktów w kryteriach 1, 2 i 3 (łącznie) podlegają odrzuceniu.
5. Zamawiający zawiera umowy na podstawie własnych wzorów umów stosowanych w Ministerstwie Rozwoju i Technologii.
6. Wykonawca może złożyć tylko jedną ofertę.
7. Oferta musi być podpisana przez Wykonawcę, tj. osobę/osoby reprezentujące Wykonawcę zgodnie z zasadami reprezentacji wskazanymi we właściwym rejestrze lub osobę/osoby upoważnione do reprezentowania Wykonawcy.
8. Oferty złożone po terminie nie będą rozpatrywane.
9. Jeżeli Wykonawca, którego oferta zostanie wybrana jako najkorzystniejsza, odmówi zawarcia umowy z Zamawiającym, Zamawiający może wybrać ofertę najkorzystniejszą spośród pozostałych ofert bez przeprowadzania ich ponownego badania i oceny.
10. Zamawiający zastrzega, że dane dotyczące zamówienia są jawne oraz stanowią informację publiczną i mogą zostać udostępnione na zasadach określonych w Ustawie z dnia 30 września 2001 roku o dostępie do informacji publicznej (tj. Dz. U. z 2018 r., poz.1330).
11. Zamówienie jest współfinansowane ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach projektu pozakonkursowego 2.4.2. pn. Monitoring Krajowej Inteligentnej Specjalizacji Programu Operacyjnego Inteligentny Rozwój 2014-2020.

Klauzula informacyjna - RODO

Zgodnie z art. 13 ust. 1 i 2 rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych) (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016, str. 1), dalej „RODO”, informujemy, że:

- Administratorem Pani/Pana danych osobowych jest Minister Rozwoju i Technologii, z siedzibą w Warszawie, Plac Trzech Krzyży 3/5, tel.: +48 222 500 123.
- Kontakt do Inspektora Ochrony Danych w Ministerstwie Rozwoju i Technologii: iod@mrpit.gov.pl.
- Pani/Pana dane osobowe będą przetwarzane w celach: wyboru wykonawcy lub zawarcia i realizacji umowy.
- Dane osobowe mogą zostać ujawnione właściwym organom oraz podmiotom upoważnionym zgodnie z obowiązującym prawem.
- Dane osobowe są przetwarzane na podstawie:
 - art. 6 ust. 1 lit c RODO w celu wyboru wykonawcy,
 - art. 6 ust. 1 lit. b RODO w celu zawarcia oraz realizacji umowy

- Pani/Pana dane osobowe będą przechowywane przez okres niezbędny do realizacji celów przetwarzania, w tym do czasu upływu okresu przedawnienia zobowiązania podatkowego wynoszącego 5 lat i nie krócej niż okres wskazany w przepisach o archiwizacji tj. ustawie z dnia 14 lipca 1983 r. o narodowym zasobie archiwalnym i archiwach (Dz.U. 2018 r. poz. 217 ze zm.).
- W odniesieniu do Pani/Pana danych osobowych decyzje nie będą podejmowane w sposób zautomatyzowany, stosowanie do art. 22 RODO.
- Posiada Pani/Pan:
 - na podstawie art. 15 RODO prawo dostępu do danych osobowych Pani/Pana dotyczących;
 - na podstawie art. 16 RODO prawo do sprostowania Pani/Pana danych osobowych;
 - na podstawie art. 18 RODO prawo żądania od administratora ograniczenia przetwarzania danych osobowych z zastrzeżeniem przypadków, o których mowa w art. 18 ust. 2 RODO;
 - prawo do wniesienia skargi do Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych (na adres: ul. Stawki 2, 00 - 193 Warszawa), gdy uzna Pani/Pan, że przetwarzanie danych osobowych Pani/Pana dotyczących narusza przepisy RODO;
- nie przysługuje Pani/Panu:
 - w związku z art. 17 ust. 3 lit. b, d lub e RODO prawo do usunięcia danych osobowych;
 - prawo do przenoszenia danych osobowych, o którym mowa w art. 20 RODO;
 - na podstawie art. 21 RODO prawo sprzeciwu, wobec przetwarzania danych osobowych, gdyż podstawą prawną przetwarzania Pani/Pana danych osobowych jest art. 6 ust. 1 lit. c lub b.



Rzeczpospolita
Polska



Ministerstwo
Rozwoju i Technologii



krajowa
inteligentna
specjalizacja

Unia Europejska
Europejski Fundusz
Rozwoju Regionalnego

