



**Ocena skuteczności i odbioru kampanii
promocyjnej Narodowej Strategii Spójności
i poszczególnych programów operacyjnych**

RAPORT ZBIORCZY

**Prezentacja opracowana na zlecenie
Ministerstwa Rozwoju Regionalnego**

Warszawa, 31 marca 2011

Plan prezentacji

WPROWADZENIE	3
Struktura badania i próba	4
Cele badania	5
Schemat realizacji poszczególnych etapów badania	6
PREZENTACJA WYNIKÓW BADANIA	7
Znajomość pojęcia Fundusze Europejskie/Fundusze Unijne	8
Znajomość spontaniczna i wspomagana nazw Funduszy Europejskich/ programów unijnych (operacyjnych)	13
Znajomość znaku i nazwy NSS	24
Cele komunikacyjne I etapu kampanii – wizerunek Funduszy Europejskich	28
Cele komunikacyjne II etapu kampanii – wizerunek PO IiŚ	38
Cele komunikacyjne III etapu kampanii – wizerunek PO RPW	48
Cele komunikacyjne IV etapu kampanii – wizerunek PO KL	64
Cele komunikacyjne V etapu kampanii – wizerunek PO IG	76





Wprowadzenie

Struktura badania i próba

KIEDY?

27.08.2010 – 7.03.2011 r.

GDZIE?

cały kraj

JAK?

sondaż CAPI – CAPIBUS



PRÓBA

Badanie typu Omnibus, w zależności od fali, realizowane było na około 1000-osobowej losowej próbie reprezentatywnej dla ogółu ludności Polski w wieku 15-75 lat. Próba miała charakter imienny i była dobrana z operatu PESEL prowadzonego przez Departament Rozwoju Rejestrów MSWiA. Poszczególne osoby dobrano metodą losowania systematycznego w ramach wyróżnionych warstw. Warstwowanie uwzględniło wielkość miejscowości, województwo, a także płeć, wiek i wykształcenie dobieranych osób. Dodatkowo, próba jest reprezentatywna dla mieszkańców Polski wschodniej, czyli dla województw: podkarpackiego, świętokrzyskiego, podlaskiego, lubelskiego, warmińsko-mazurskiego.

Cele badania

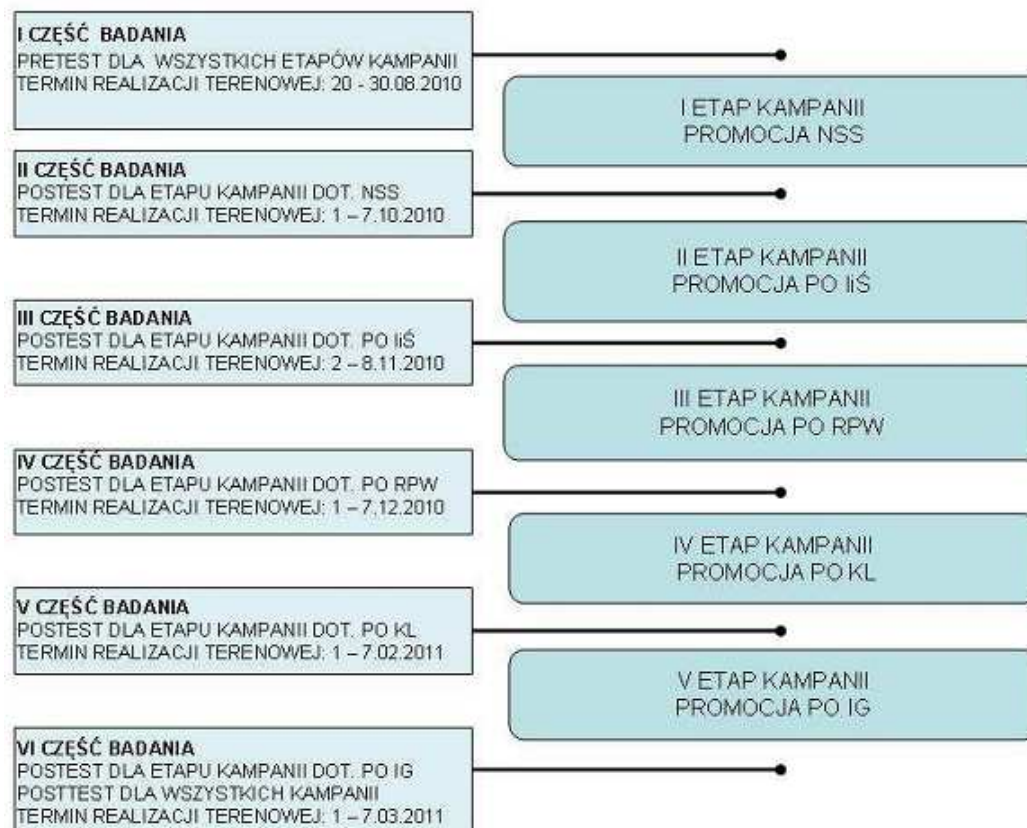
Celem badania była ocena skuteczności kampanii promocyjnej NSS i poszczególnych krajowych programów operacyjnych, która prowadzona była przez Ministerstwo Rozwoju Regionalnego w okresie od 1 września 2010 r. do 28 lutego 2011 r.

Szczegółowe cele badania to:

- ocena skuteczności kampanii promocyjnej NSS – zdiagnozowanie wpływu kampanii na poziom znajomości poszczególnych programów operacyjnych oraz ocenę ich wizerunku;
- ocena znajomości, zrozumienia i preferencji dotyczących telewizyjnej i radiowej (internetowej) reklamy poszczególnych programów operacyjnych.

Niniejszy raport jest raportem zbiorczym ze wszystkich sześciu zaplanowanych etapów badania (schemat realizacji wszystkich etapów badania przedstawia kolejny slajd).

Schemat realizacji poszczególnych etapów badania



Źródło: SOPZ



Prezentacja wyników badania



Znajomość pojęcia Fundusze Europejskie / Fundusze Unijne

Znajomość pojęcia Fundusze Europejskie/Fundusze Unijne (postest kampanii NSS)

POSTTEST KAMPANII NSS – PODSUMOWANIE:

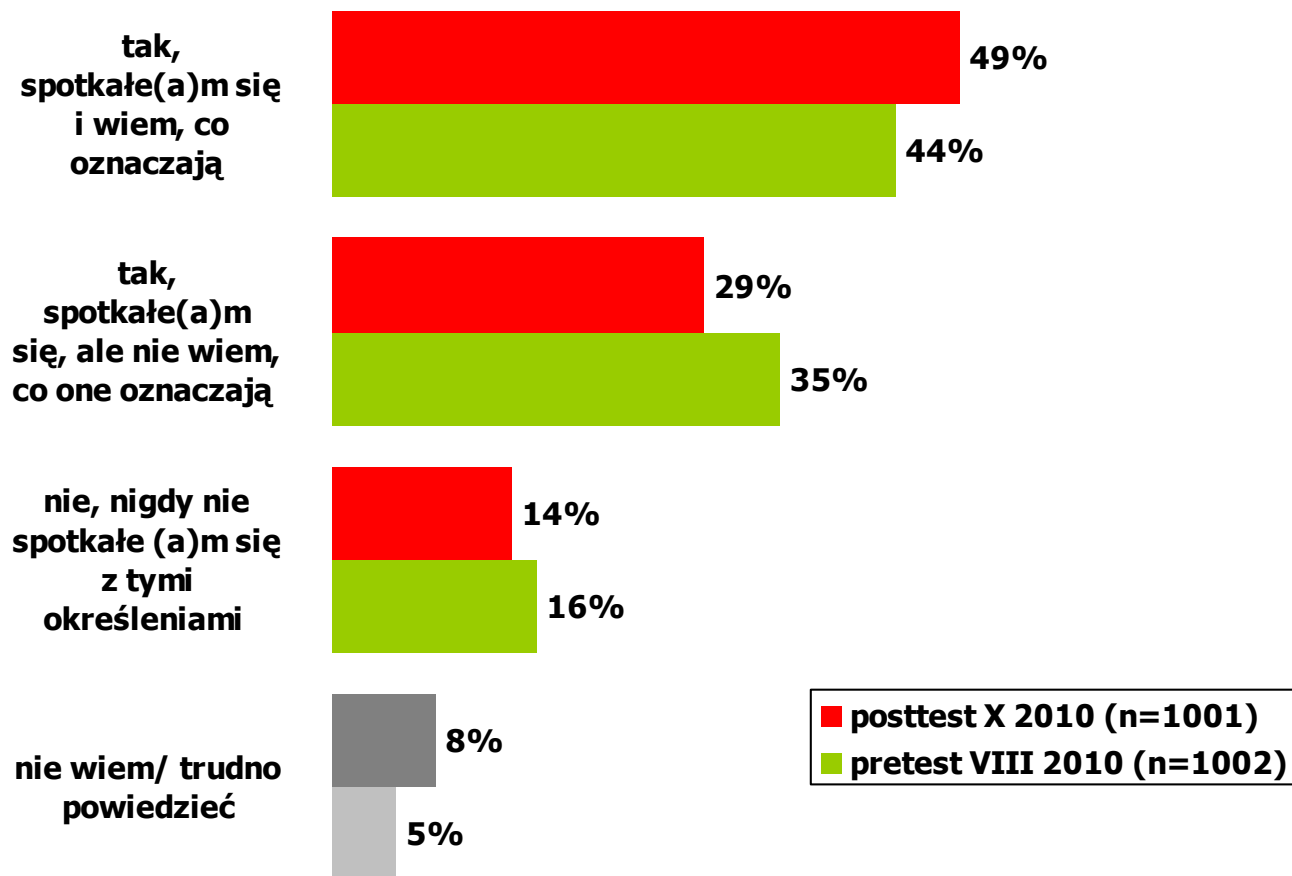
- **Odsetek osób znających pojęcie FE/FU nie zmienił się w stosunku do pomiaru początkowego** (pretest – 79%, posttest – 78%).
- Zwiększył się istotnie odsetek osób znających pojęcie FE/FU i rozumiejących treść tego pojęcia (z 44% w preteście, do 49% w postteście).
- Osoby deklarujące znajomość pojęcia i rozumienie znaczenia terminu FE/FU rekrutują się częściej spośród osób w wieku 25-39 lat, z wykształceniem co najmniej średnim, aktywnych zawodowo, dla których miesięczny dochód gospodarstwa domowego przekracza 3000 złotych netto.
- **Znajomość** pojęcia i rozumienie jego treści **wzrosła** w porównaniu do etapu sprzed kampanii w **grupie osób o najniższych dochodach** (z 26% w preteście do 39% w postteście), **wśród osób najmłodszych** (z 42% do 52% po I części kampanii) oraz **wśród osób najgorzej wykształconych** (z 26% do 39% po I części kampanii).

POSTTEST KAMPANII PO IG – PODSUMOWANIE

- **Z określeniem Fundusze Europejskie lub Fundusze Unijne spotkało się 79% badanych**, z czego 46% wie, co kryje się pod tym pojęciem.
- **Nie odnotowano różnicy istotnej statystycznie w przypadku odsetka osób deklarujących znajomość pojęcia Fundusze Europejskie / Fundusze Unijne** (79% w postteście do 79% w preteście).
- **Różnica istotna statystycznie nie występuje również w przypadku osób, które nie wiedzą, co kryje się pod tym pojęciem** (14% w postteście w porównaniu do 16% w preteście).
- W grupie osób o dochodach 1201 – 2000 PLN istotnie zmalał odsetek osób, które spotkały się z tymi określeniami, ale nie wiedzą, co one oznaczają (44% w preteście w porównaniu do 35% w postteście). W tej grupie zanotowano również istotny wzrost odpowiedzi „nie wiem/trudno powiedzieć” (z 5% w preteście do 10% w postteście). Wśród osób o najwyższych dochodach (powyżej 3000 PLN) nastąpił natomiast istotny spadek odsetka osób, które nigdy nie spotkały się z tymi określeniami – z 13% w preteście do 8% w postteście.

Znajomość pojęcia Fundusze Europejskie/Fundusze Unijne (postest kampanii NSS)

Czy spotkał(a) się Pan(i) z określeniami „Fundusze Europejskie” lub „Fundusze Unijne”? (pretest vs posttest)

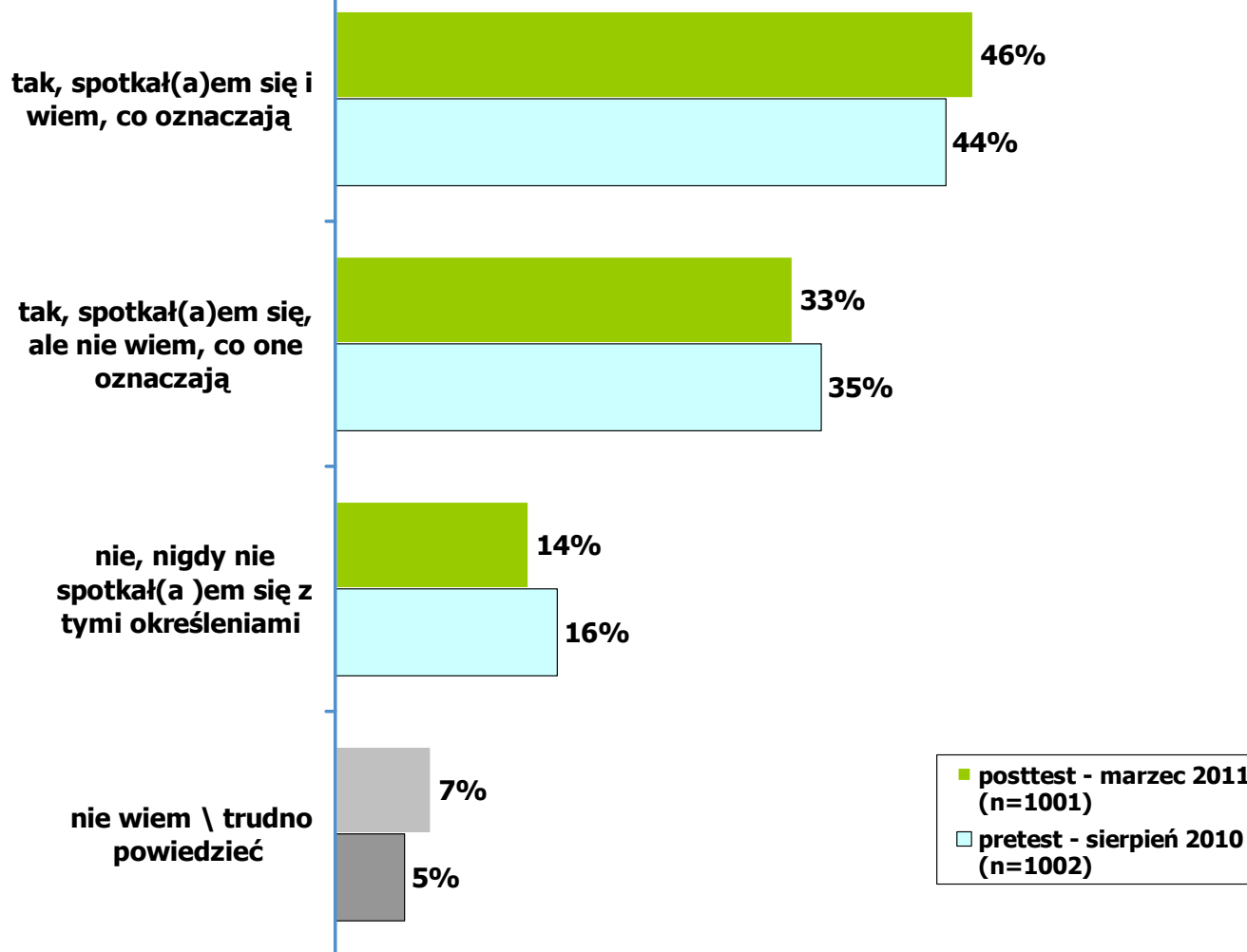


2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1001 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii NSS – październik 2010)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Znajomość pojęcia Fundusze Europejskie/Fundusze Unijne (postest kampanii PO IG)

Czy spotkał(a) się Pan(i) z określeniami „Fundusze Europejskie” lub „Fundusze Unijne”? (pretest vs posttest)



2011: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1001 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO IG – marzec 2011)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)





Znajomość spontaniczna i wspomagana nazw Funduszy Europejskich / programów unijnych (operacyjnych)



Znajomość spontaniczna

Znajomość spontaniczna nazw Funduszy Europejskich / programów unijnych (operacyjnych)

Podsumowanie:

- W społeczeństwie polskim znajomość nazw Funduszy Europejskich i programów operacyjnych pozostaje na stosunkowo niskim poziomie. **Ponad połowa (58%) badanych ma problem ze spontanicznym wymienieniem jakiegokolwiek Funduszu Europejskiego lub programu unijnego / programu operacyjnego.**
- Mimo to w porównaniu do pretestu (65% wskazań) sytuacja poprawiła się i więcej osób potrafiło podać nazwę jakiegoś funduszu czy programu (istotny statystycznie spadek o 7 p.p. odsetka osób niepotrafiących wymienić żadnego funduszu).
- Spośród programów operacyjnych **najbardziej rozpoznawanym programem jest: Program Kapitał Ludzki**, który zna już 24% Polaków (istotny statycznie wzrost w porównaniu do 13% w preteście).
- **W przypadku funduszy najbardziej znane są: Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego**, ze znajomością na poziomie 11% **oraz Europejski Fundusz Społeczny**, wymieniony spontanicznie przez 8% osób.

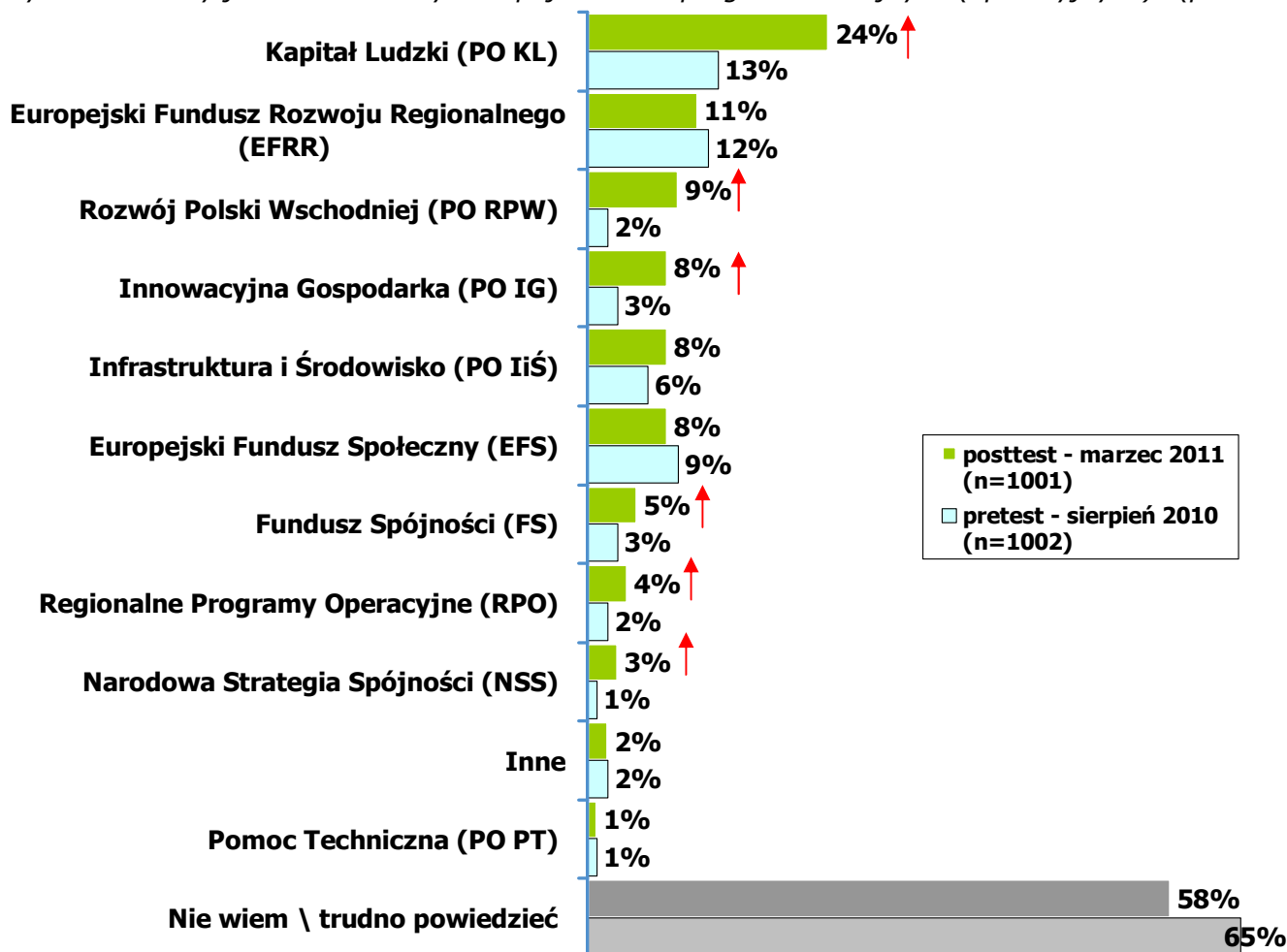
Znajomość spontaniczna nazw Funduszy Europejskich / programów unijnych (operacyjnych) – Polska wschodnia

Podsumowanie:

- Na terenie Polski wschodniej spośród programów operacyjnych **najbardziej rozpoznawanym programem również jest: Program Kapitał Ludzki**, który zna już 26% Polaków.
- **W przypadku funduszy najbardziej znane są: Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego**, ze znajomością na poziomie 12% **oraz Europejski Fundusz Społeczny**, wymieniony spontanicznie przez 8% osób.
- **Istotny wzrost w porównaniu do pretestu zanotowały PO RPW** (z 2% w preteście do 12% w postteście), **PO IG** (z 1% w preteście do 4% w postteście), **NSS** (z 1% w preteście do 4% w postteście) oraz **FS** (z 0% w preteście do 3% w postteście).

Znajomość spontaniczna nazw Funduszy Europejskich / programów unijnych (operacyjnych) – cała Polska

Czy może Pan(i) wymienić nazwy jakichś Funduszy Europejskich lub programów unijnych (operacyjnych)? (pretest vs posttest)

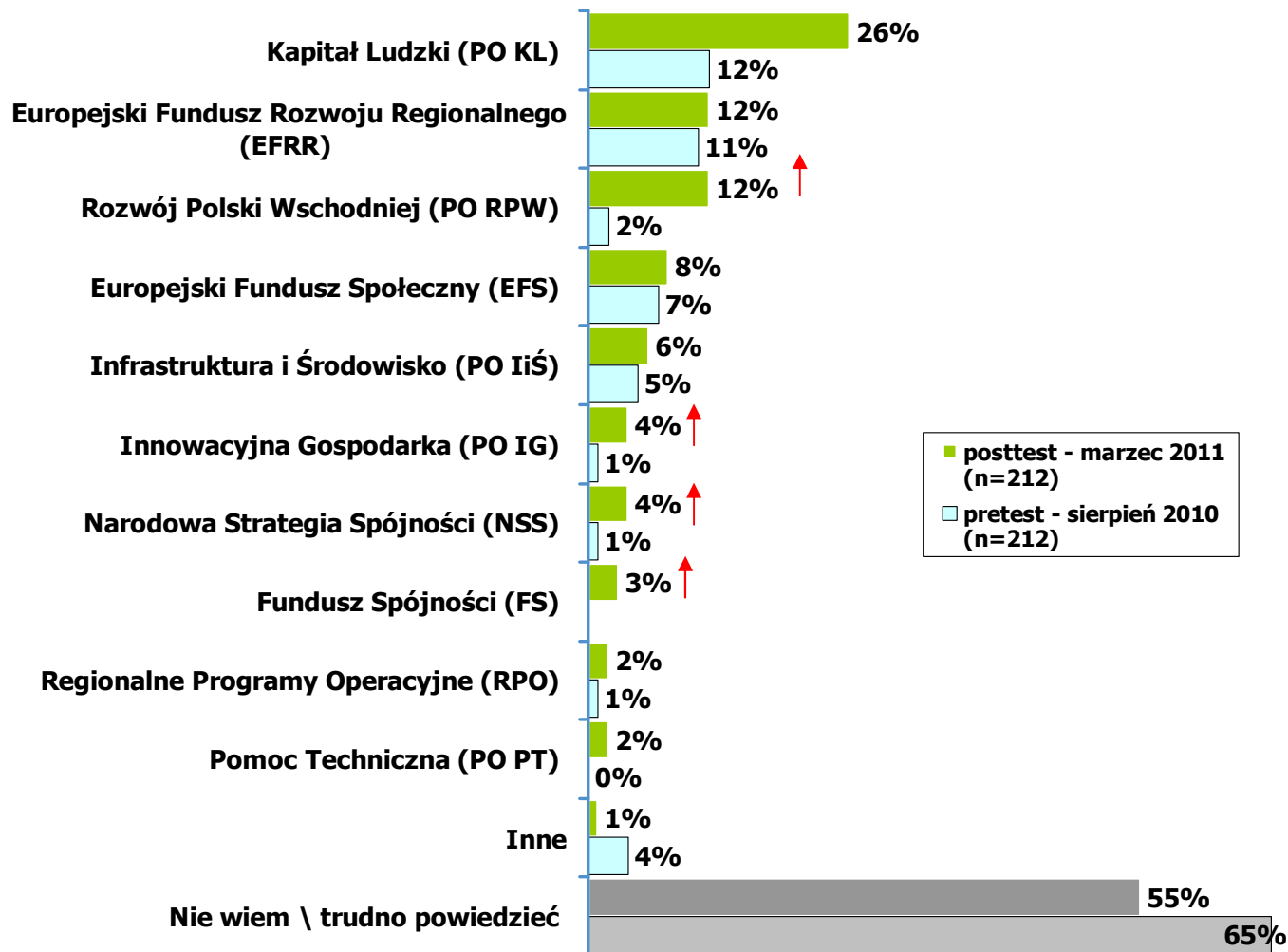


2011: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1001 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO IG – marzec 2011)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15- 75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Znajomość spontaniczna nazw Funduszy Europejskich / programów unijnych (operacyjnych) – Polska wschodnia

Czy może Pan(i) wymienić nazwy jakichś Funduszy Europejskich lub programów unijnych (operacyjnych)? (pretest vs posttest)



2011: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1001 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO IG – marzec 2011)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)





Znajomość wspomagana

Znajomość wspomagana nazw Funduszy Europejskich / programów unijnych (operacyjnych)

Podsumowanie:

- **Po zapoznaniu badanych z kartą wspomagającą znajomość** funduszy i programów, w przypadku funduszy - **33% osób wskazało na Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego** (w porównaniu do 34% w preteście), na drugim miejscu znalazł się Europejski Fundusz społeczny, który zarówno w preteście jak i w postteście wskazany został przez 22% osób badanych.
- Jeśli chodzi o programy operacyjne, **najbardziej znanym programem jest PO KL**, którego znajomość w porównaniu do pretestu wzrosła o 14 p.p. i wynosi obecnie 48%. Poprawiła się też znajomość: PO RPW (z 11% w preteście do 29% w postteście), PO IiŚ (z 20% w preteście do 26% w postteście) oraz PO IG (z 14% w preteście do 25% w postteście).

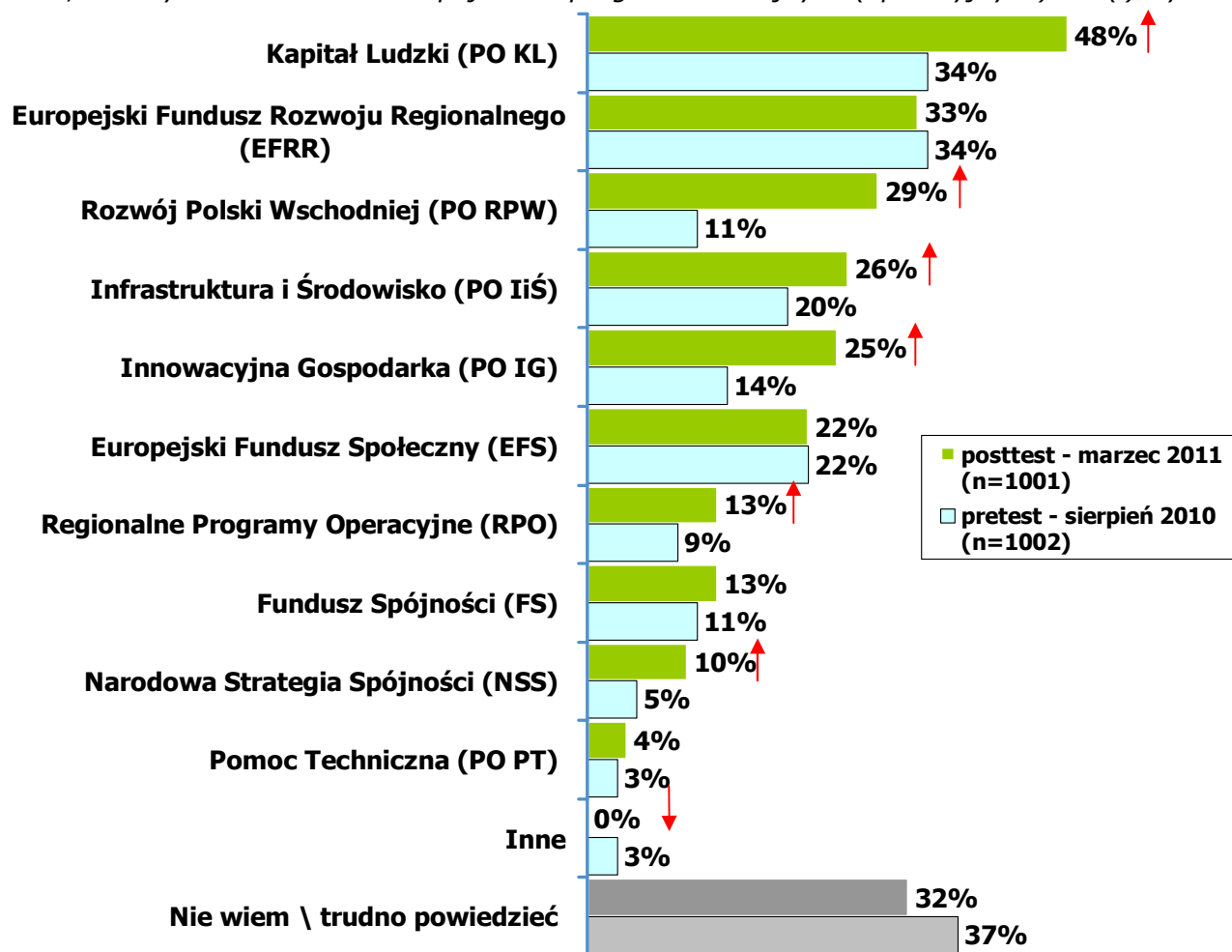
Znajomość wspomagana nazw Funduszy Europejskich / programów unijnych (operacyjnych) – Polska wschodnia

Podsumowanie:

- **Po zapoznaniu badanych z terenów Polski wschodniej z kartą wspomagającą znajomość** funduszy i programów, w przypadku funduszy - **32% osób wskazało na Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego** (w porównaniu do 34% w preteście), na drugim miejscu znalazł się Europejski Fundusz Społeczny, który w preteście uzyskał 23% w porównaniu do 21% w postteście.
- Jeśli chodzi o programy operacyjne, **najbardziej znanym programem jest PO RPW**, którego znajomość deklaruje 38% (w porównaniu do 19% w preteście).

Znajomość wspomagana nazw Funduszy Europejskich / programów unijnych (operacyjnych) – cała Polska

Proszę wskazać, o których Funduszach Europejskich i programach unijnych (operacyjnych) Pan(i) słyszał(a)? (pretest vs posttest)

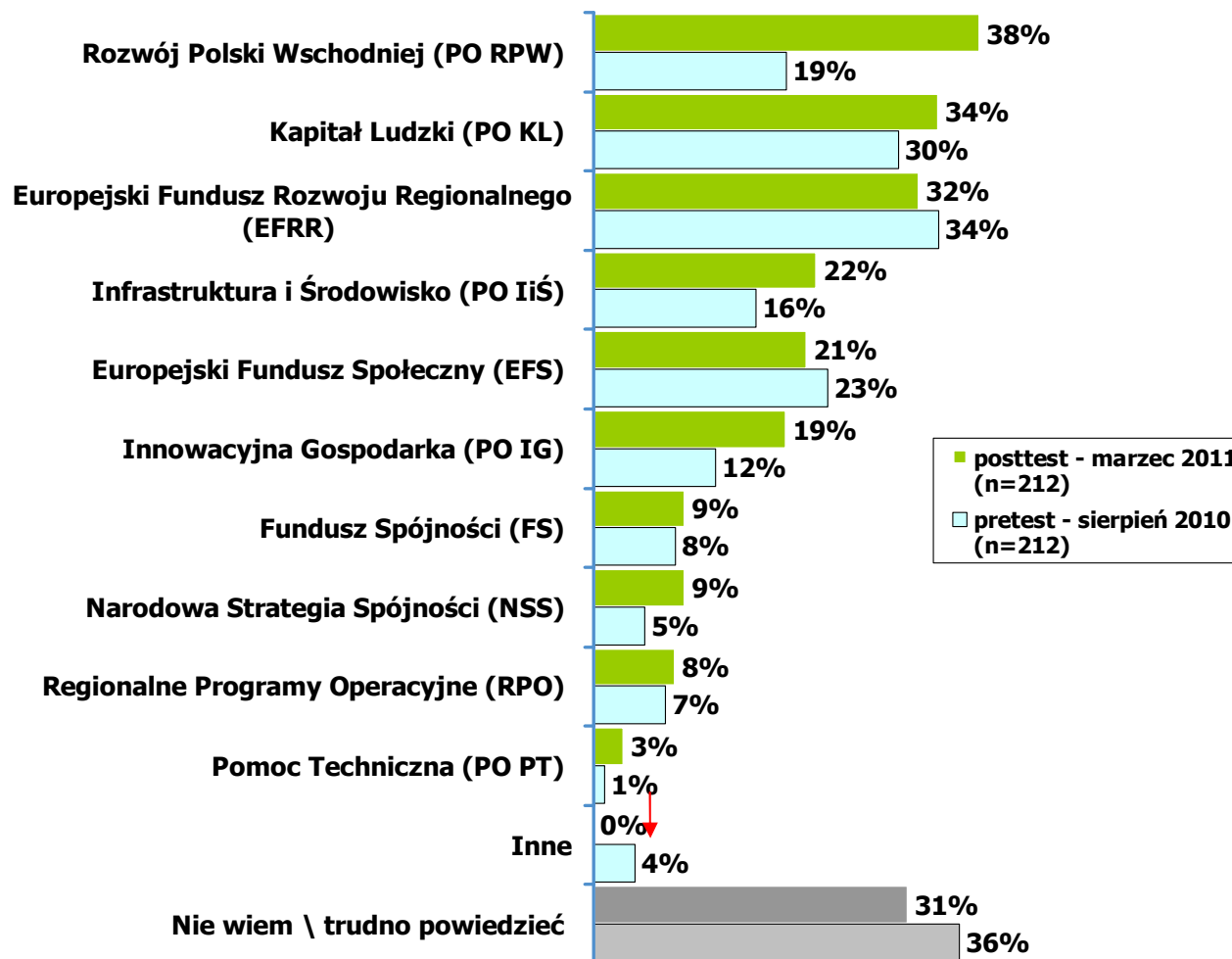


2011: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1001 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO IG – marzec 2011)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Znajomość wspomagana nazw Funduszy Europejskich / programów unijnych (operacyjnych) – Polska wschodnia

Proszę wskazać, o których Funduszach Europejskich i programach unijnych (operacyjnych) Pan(i) słyszał(a)? (pretest vs posttest)



2011: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1001 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO IG – marzec 2011)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15- 75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)





Znajomość znaku i nazwy NSS

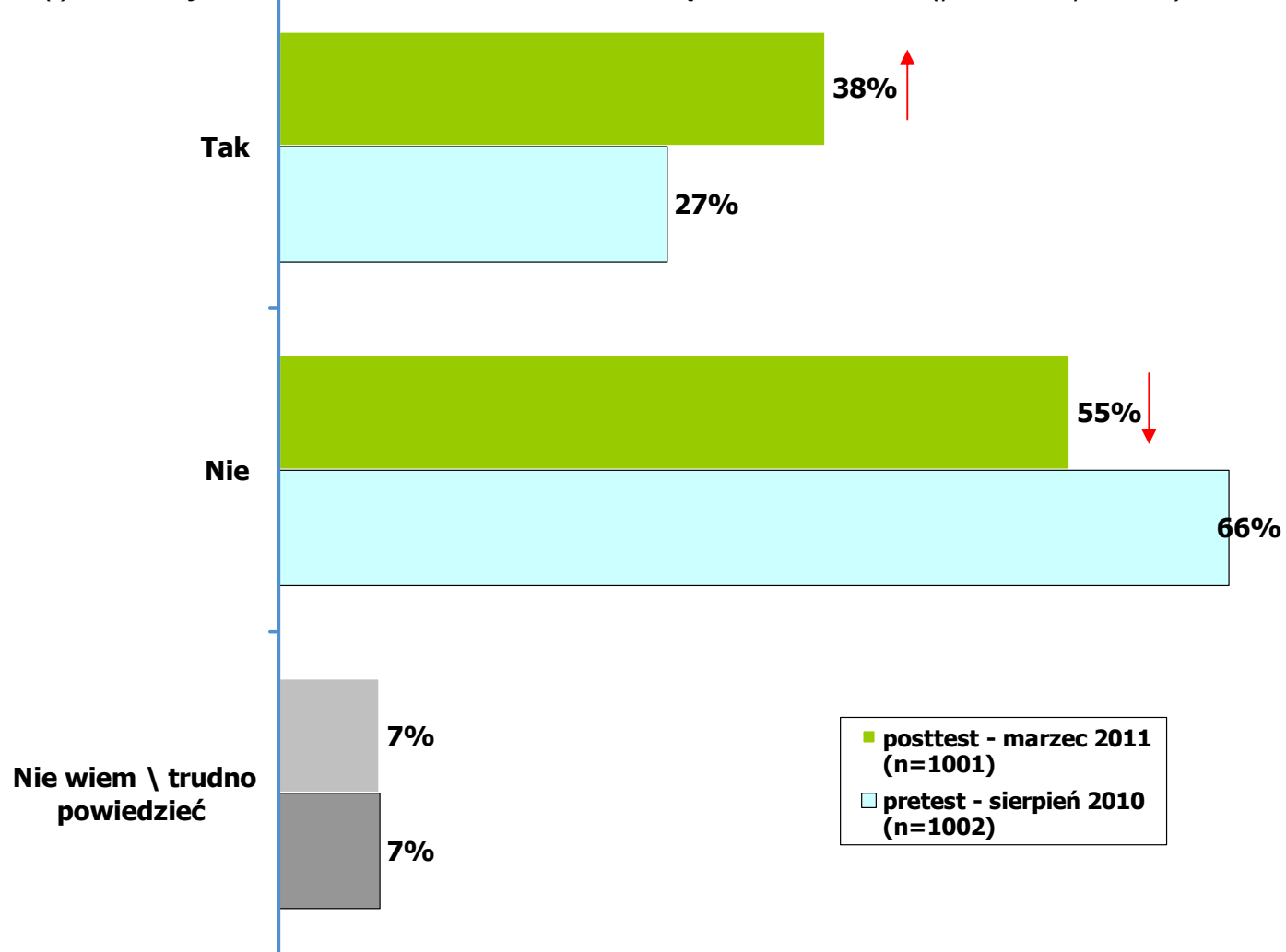
Znajomość znaku i nazwy NSS

Podsumowanie:

- **Znak NSS rozpoznaje 38% osób** (wzrost istotny statystycznie w porównaniu do pretestu, gdzie znak był rozpoznany przez 27% osób) – pozostali nie kojarzą go bądź mają z tym problemy.
- **Nazwa „Narodowa Strategia Spójności” jest znana 25% badanych.** W porównaniu do pomiaru z sierpnia 2010 r. wzrosła liczba osób, które wcześniej spotkały się z tą nazwą o 6 p.p.
- Wśród osób, które kojarzą znak NSS istotnie częściej są osoby młode (15-24 lat i 25-39 lat – odpowiednio 48% i 43%) oraz z wykształceniem średnim (43%) i wyższym (54%) oraz pochodzące z miast 200-499 tys. (48%), a także pracujące (41%), uczniowie i studenci (58%) oraz o najwyższych dochodach (46%).
- Osobami, które spotkały się z nazwą „NSS”, są istotnie częściej osoby z wykształceniem wyższym (44%), pracujące (28%), uczące się lub studiujące (38%) oraz z najwyższymi dochodami – powyżej 3000 PLN (35%).

Znajomość znaku NSS

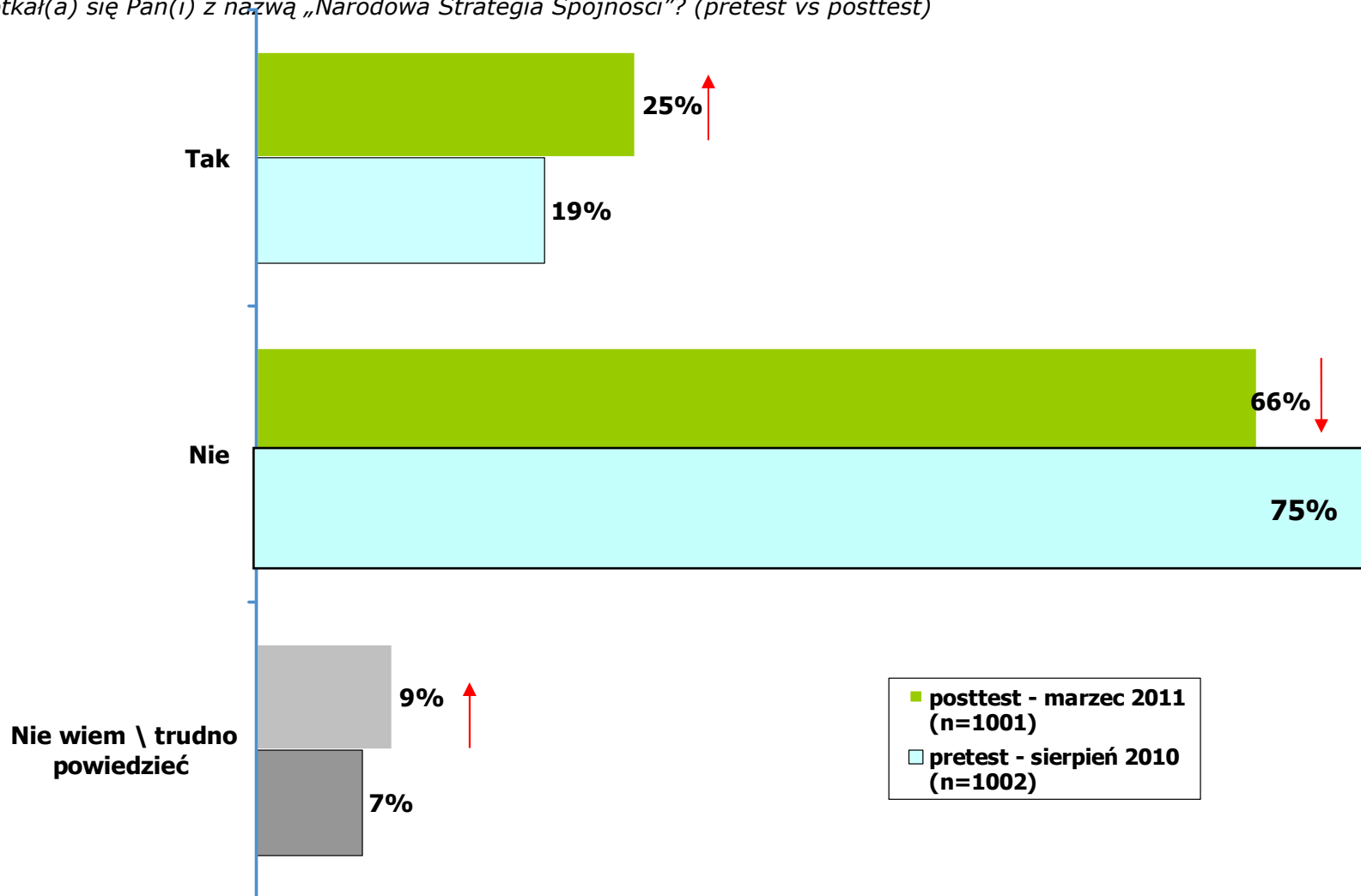
Czy widział(a) Pan(i) wcześniej ten znak? RESPONDENT WIDZI KARTĘ ZE ZNAKIEM NSS (pretest vs posttest)



2011: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1001 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO IG – marzec 2011)
 2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15- 75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Znajomość nazwy NSS

Czy spotkał(a) się Pan(i) z nazwą „Narodowa Strategia Spójności”? (pretest vs posttest)



2011: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1001 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO IG – marzec 2011)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)



Cele komunikacyjne I etapu kampanii – wizerunek Funduszy Europejskich

Wizerunek Funduszy Europejskich

Podsumowanie:

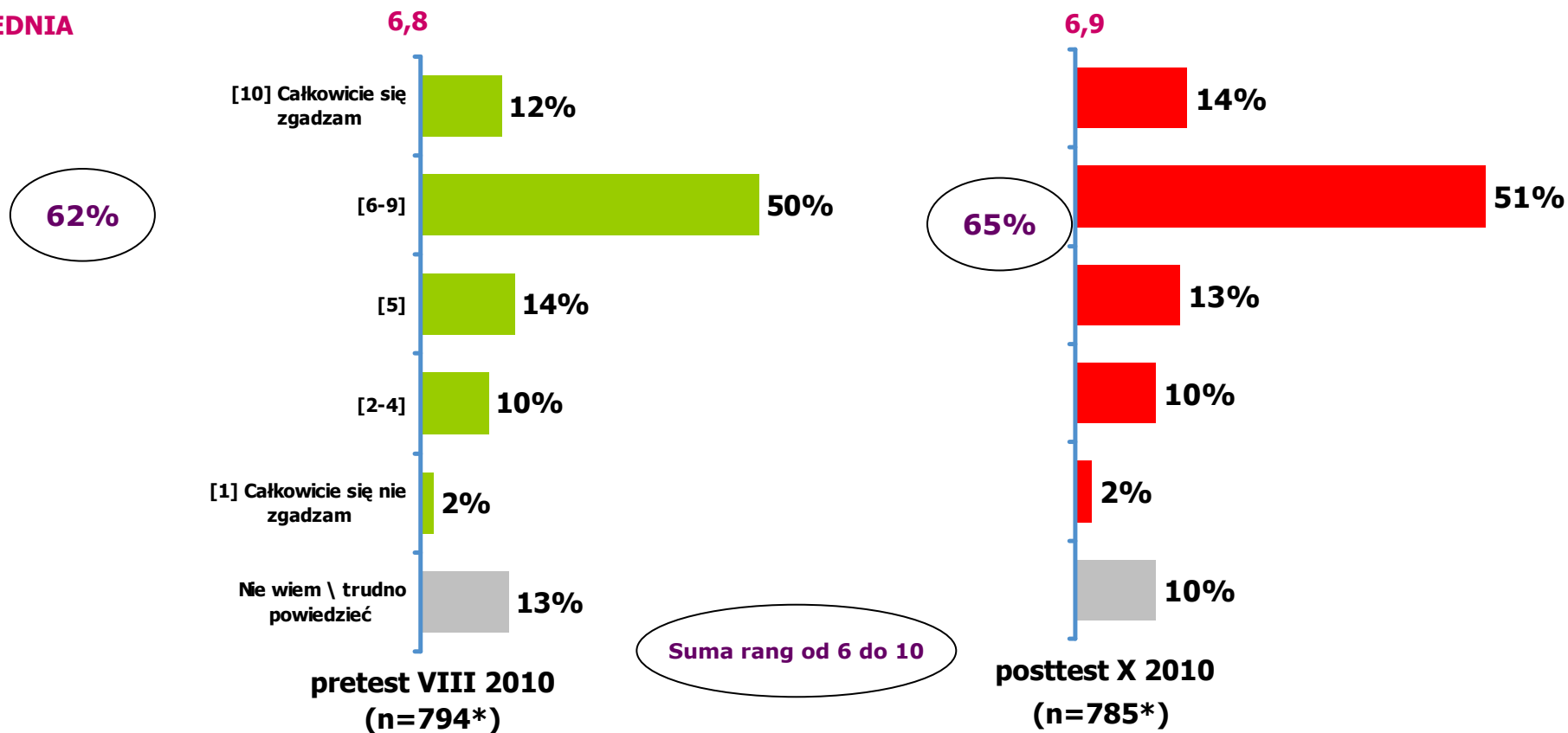
- Porównując wyniki oceny stwierdzeń wizerunkowych przed i po I etapie kampanii promocyjnej Narodowej Strategii Spójności należy odnotować poprawę wizerunku Funduszy Europejskich / Funduszy Unijnych w społecznym odbiorze.

Wizerunek Funduszy Europejskich

5. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że „Polska zmienia się dzięki FE w różnych obszarach i sferach”? Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

Polska zmienia się dzięki FE w różnych obszarach i sferach

ŚREDNIA



*odpowiedzi udzieli respondenci, którzy spotkali się z pojęciem „Fundusze Europejskie” lub „Fundusze Unijne”

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1001 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii NSS – październik 2010)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków wieku 15- 75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

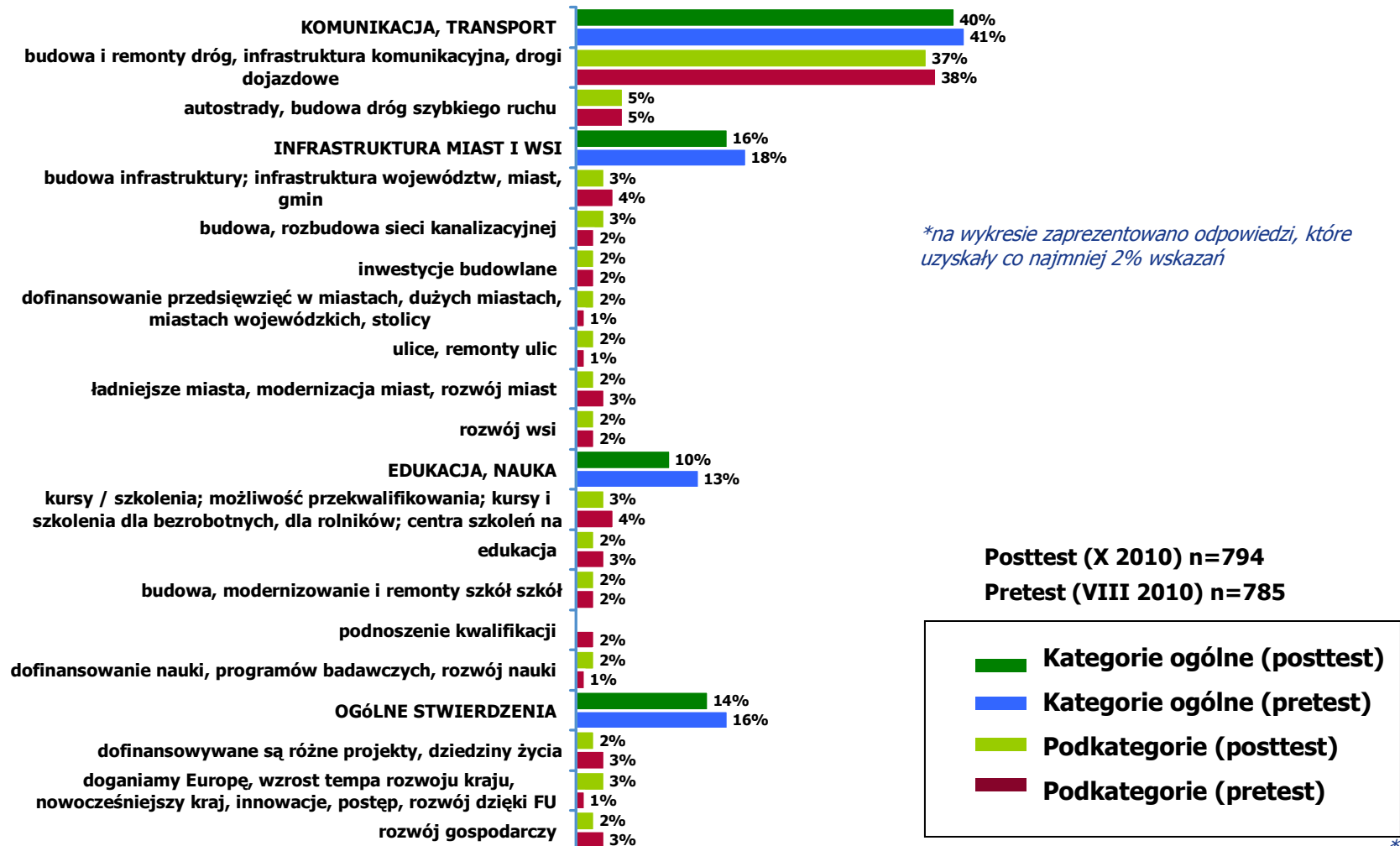
Wizerunek Funduszy Europejskich

Polska zmienia się dzięki FE w różnych obszarach i sferach

- 65% osób znających pojęcie FE/FU zgadza się z tym stwierdzeniem. Odsetek osób zgadzających się z tym stwierdzeniem nie zmienił się istotnie statystycznie w porównaniu do czasu sprzed I odsłony kampanii.
- Stwierdzenie to jest lepiej oceniane przez osoby w wieku 25-39 lat ze średnim lub wyższym wykształceniem.
- Mieszkańcy Polski wschodniej przyznają podobną ocenę jak ogół społeczeństwa (7,1 – Polska wschodnia, 6,9 – cały kraj).
- W porównaniu do pretestu zdecydowanie więcej osób zgodziło się z tym stwierdzeniem wśród mieszkańców średniej wielkości miast (50-199 tys. mieszkańców) oraz mieszkańców Polski wschodniej.

Wizerunek Funduszy Europejskich

7. Proszę mi krótko powiedzieć jakie dostrzega Pan(i) obszary i sfery zmian dzięki Funduszom Europejskim? (porównanie pretest vs posttest)

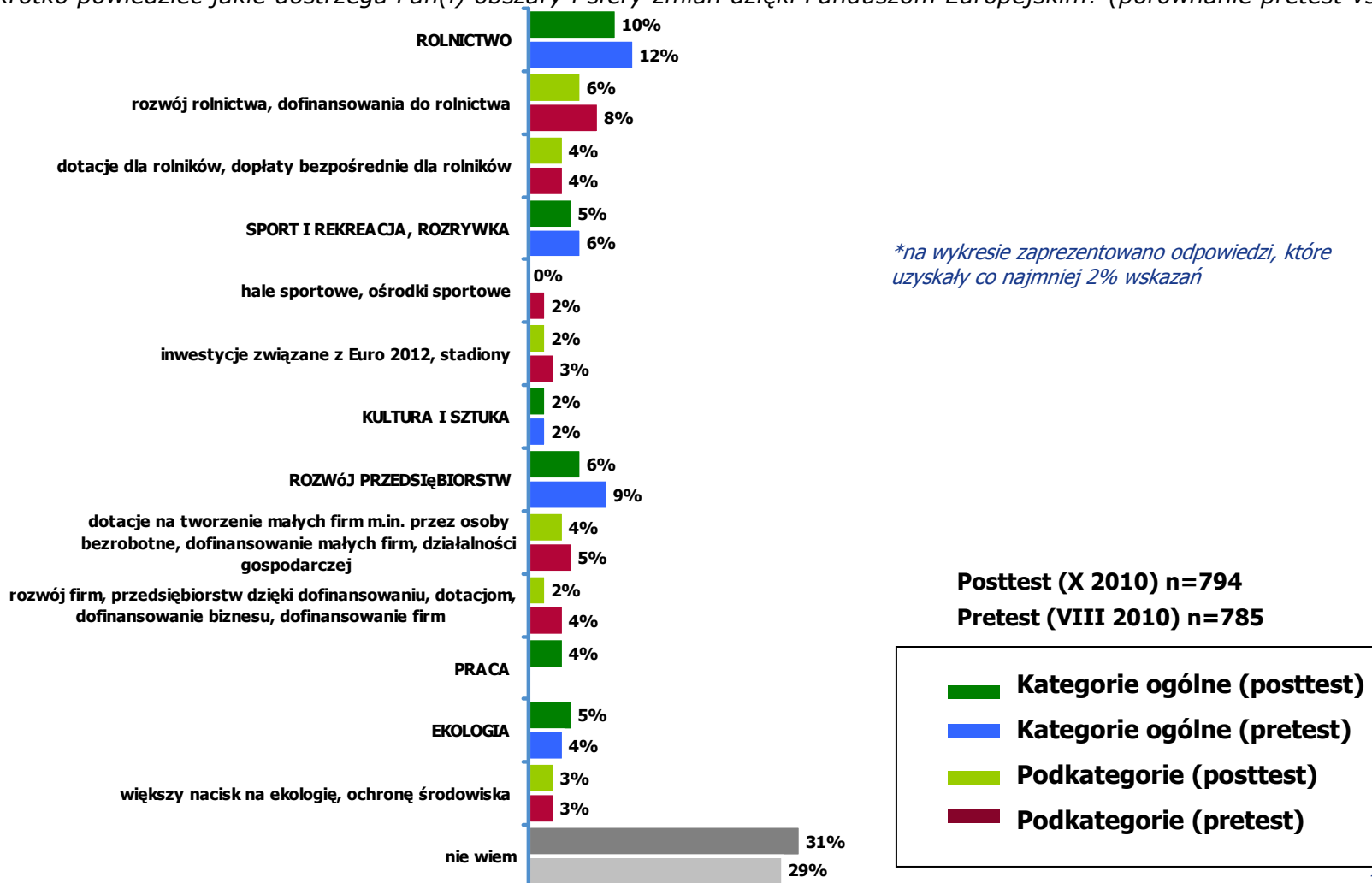


2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1001 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii NSS – październik 2010)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków wieku 15- 75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Wizerunek Funduszy Europejskich

7. Proszę mi krótko powiedzieć jakie dostrzega Pan(i) obszary i sfery zmian dzięki Funduszom Europejskim? (porównanie pretest vs posttest)



2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1001 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii NSS – październik 2010)

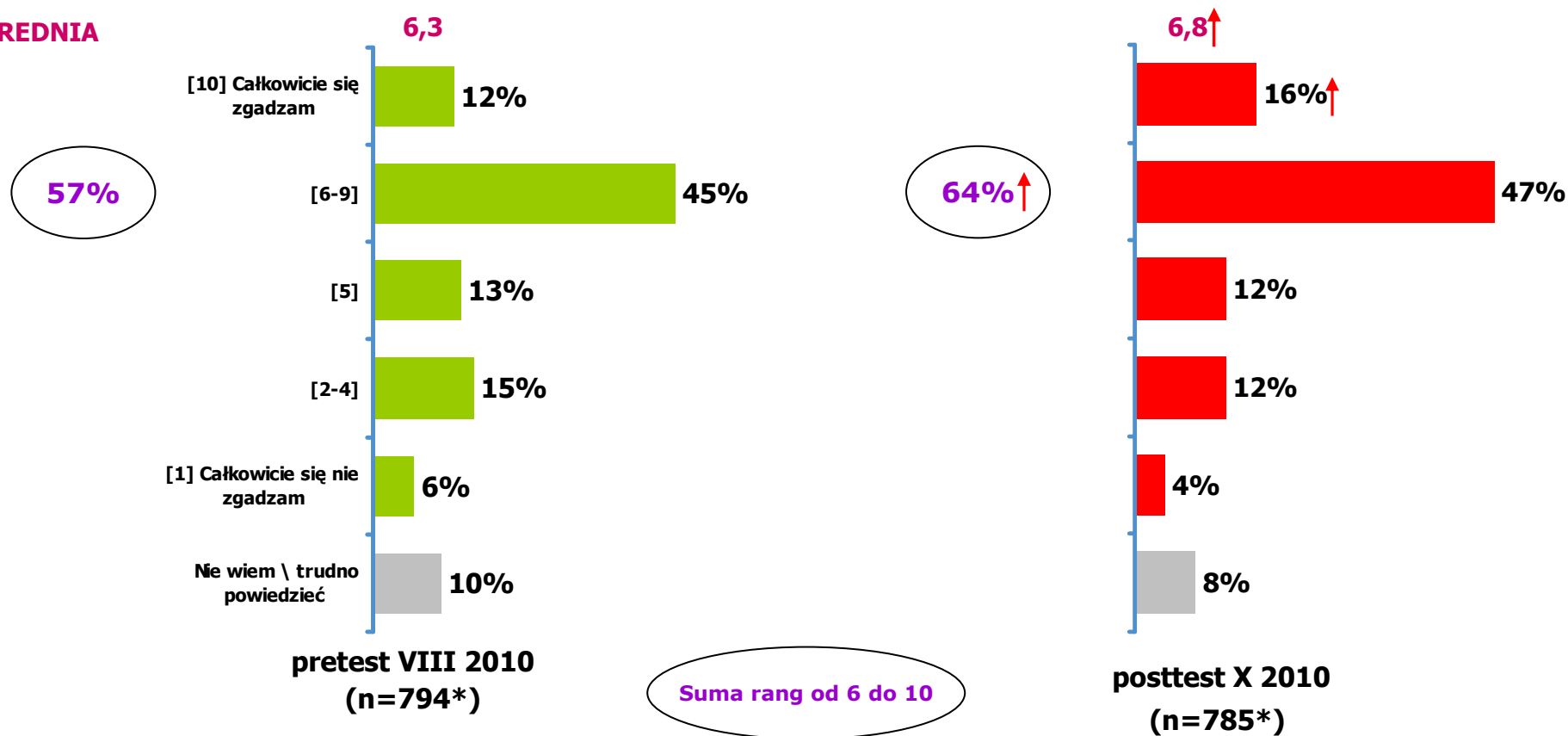
2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Wizerunek Funduszy Europejskich

8 Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że „na zmianach zachodzących w Polsce dzięki FE skorzystają wszyscy mieszkańcy Polski”? Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

Na zmianach zachodzących w Polsce dzięki FE skorzystają wszyscy mieszkańcy Polski

ŚREDNIA



*odpowiedzi udzieli respondenci, którzy spotkali się z pojęciem „Fundusze Europejskie” lub „Fundusze Unijne”

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1001 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii NSS – październik 2010)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Na zmianach zachodzących w Polsce dzięki FE skorzystają wszyscy mieszkańcy Polski

Podsumowanie:

- 64% osób znających pojęcie FE/FU zgodziło się z tym stwierdzeniem (wzrost o 7% w stosunku do pomiaru sprzed I etapu kampanii oraz wzrost oceny o pół punktu z 6,3 do 6,8).
- W postępie zwiększył się odsetek osób, które całkowicie się zgadzają z tym stwierdzeniem (z 12% respondentów przed I odsłoną kampanii do 16% po emisji).
- Porównując do pretestu poprawiła się ocena tego stwierdzenia wśród kobiet, osób młodych (25-39 lat), z wykształceniem zasadniczym zawodowym lub niższym, mieszkających w małych, średnich i dużych miastach.

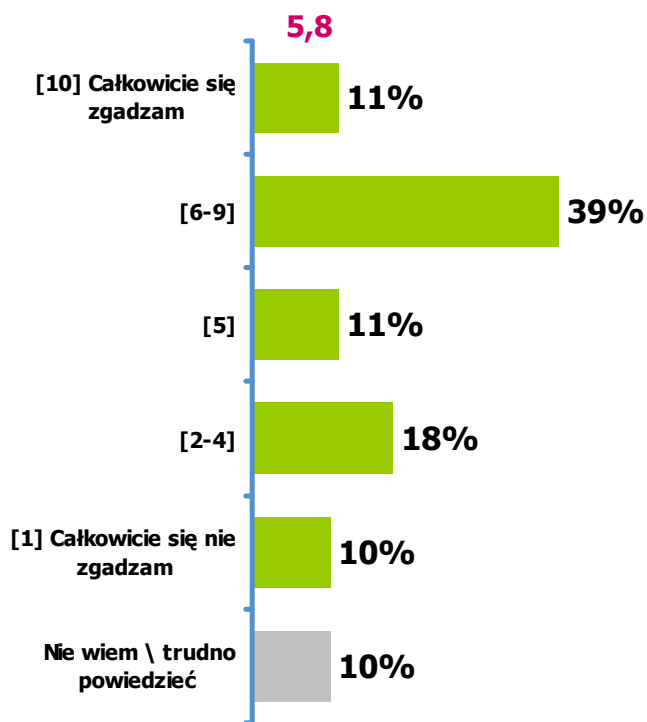
Wizerunek Funduszy Europejskich

9. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że „na zmianach zachodzących w Polsce dzięki FE skorzystają Pan(i) i Pana (Pani) bliscy”? Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

Na zmianach zachodzących w Polsce dzięki FE skorzystają Pan(i) i Pana (Pani) bliscy

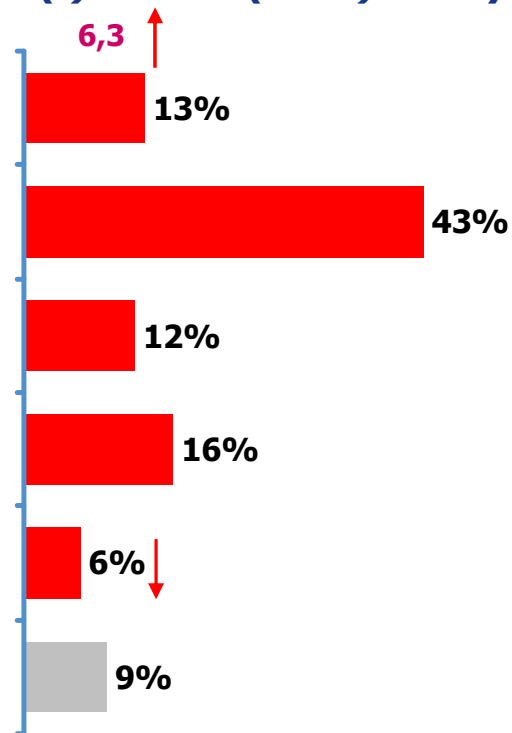
ŚREDNIA

50%



pretest VIII 2010
(n=794*)

56%



posttest X 2010
(n=785*)

Suma rang od 6 do 10

*odpowiedzi udzieli respondenci, którzy spotkali się z pojęciem „Fundusze Europejskie” lub „Fundusze Unijne”

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1001 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii NSS – październik 2010)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Na zmianach zachodzących w Polsce dzięki FE skorzystają Pan(i) i Pana (Pani) bliscy

Podsumowanie:

- 56% osób znających pojęcie FE/FU zgodziło się z tym stwierdzeniem (wzrost w stosunku do deklaracji z pretestu o 6%).
- Ocena tego stwierdzenia poprawiła się wśród osób młodych w wieku 25-39 lat, osób z wykształceniem zasadniczym zawodowym oraz mieszkańców małych, średnich i dużych miast.
- W postępie więcej mieszkańców Polski wschodniej całkowicie zgodziło się z tym stwierdzeniem (17% wskazań w porównaniu do 7% wskazań sprzed pierwszego etapu kampanii)



Cele komunikacyjne II etapu kampanii – wizerunek PO i iŚ

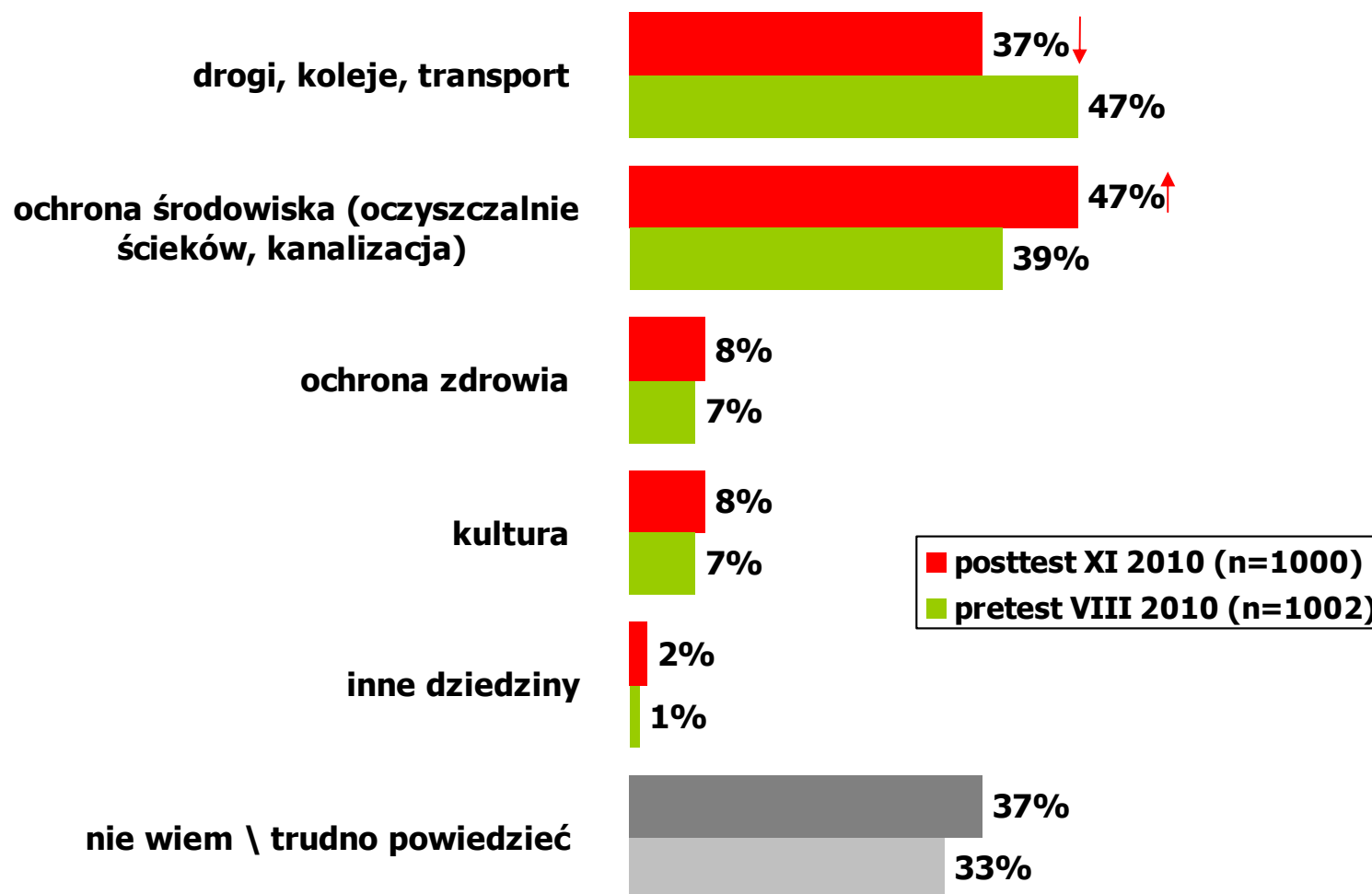
Wizerunek programu Infratstruktura i Środowisko

Podsumowanie:

- Po II etapie kampanii promocyjnej **Program Infrastruktura i Środowisko jest kojarzony głównie z ochroną środowiska** (47% wskazań vs 39 % w preteście), w drugiej kolejności z inwestycjami w drogi, koleje i transport (37% osób, istotny spadek wskazań o 10pp w porównaniu do pretestu).
- Nastąpiła **poprawa postrzegania Programu Infrastruktura i Środowisko po emisji spotów reklamowych** w stosunku do pretestu (średnio 10pp wzrost wskazań pozytywnych). 65% badanych zgadza się, że *Fundusze Europejskie w ramach programu Infrastruktura i Środowisko pozwalają w sposób dynamiczny przeobrazić Polskę w nowoczesny kraj, poprawiają jakość życia mieszkańców, a z efektów programu skorzystają wszyscy obywatele*. Wszystkie stwierdzenia uzyskały też lepsze średnie oceny niż w preteście.

Dziedziny wspierane przez Program Infrastruktura i Środowisko

10. Jak Pan(i) uważa, jakie dziedziny wspiera program Infrastruktura i Środowisko działający w ramach Funduszy Europejskich?
(porównanie pretest vs posttest)

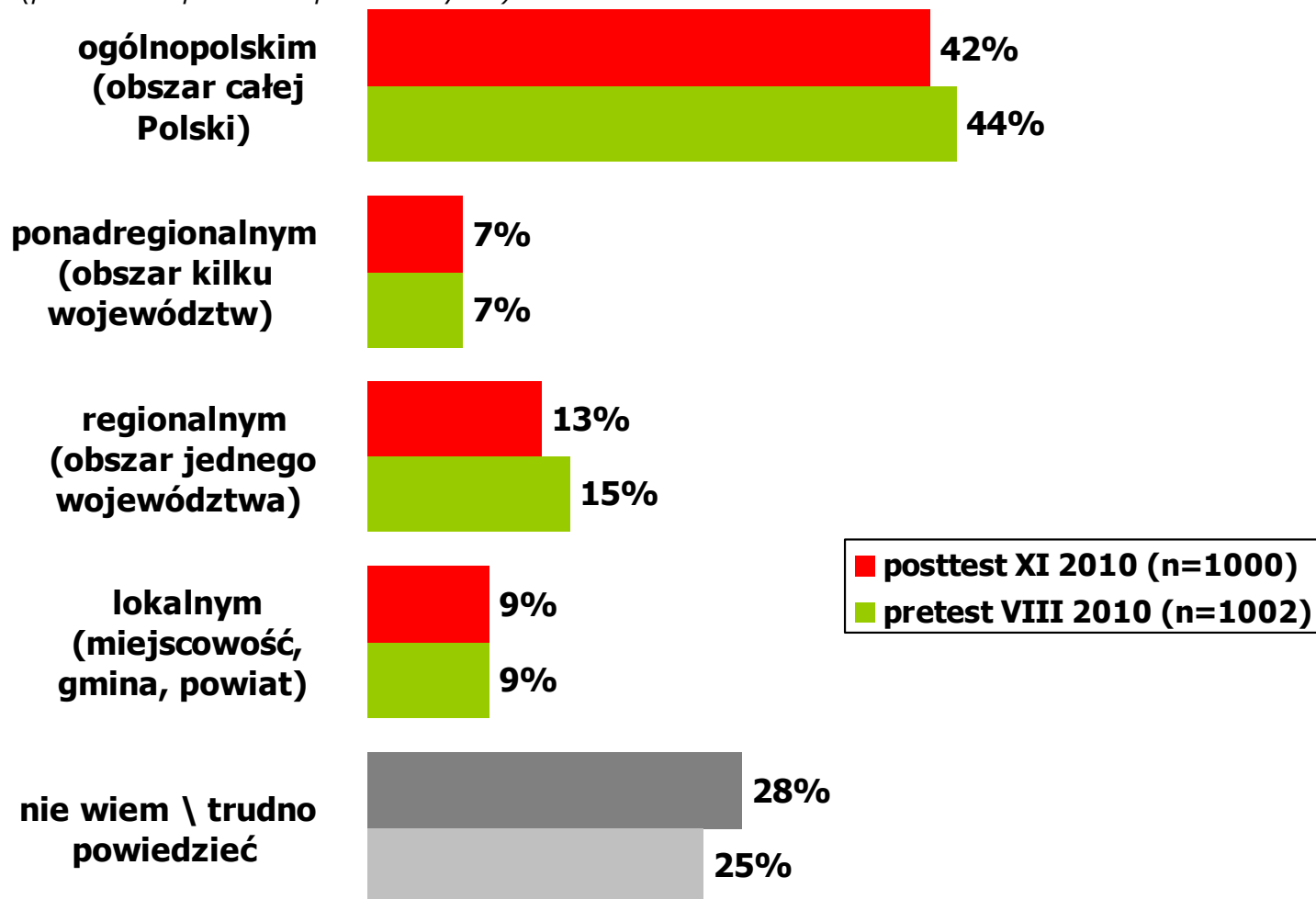


2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO liŚ – listopad 2010)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Zakres wykorzystania funduszy z Programu Infrastruktura i Środowisko

11. Czy dzięki Funduszom Europejskim w ramach programu Infrastruktura i Środowisko realizowane są głównie inwestycje o oddziaływaniu: (porównanie pretest vs posttest wyniki)



2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO liŚ – listopad 2010)

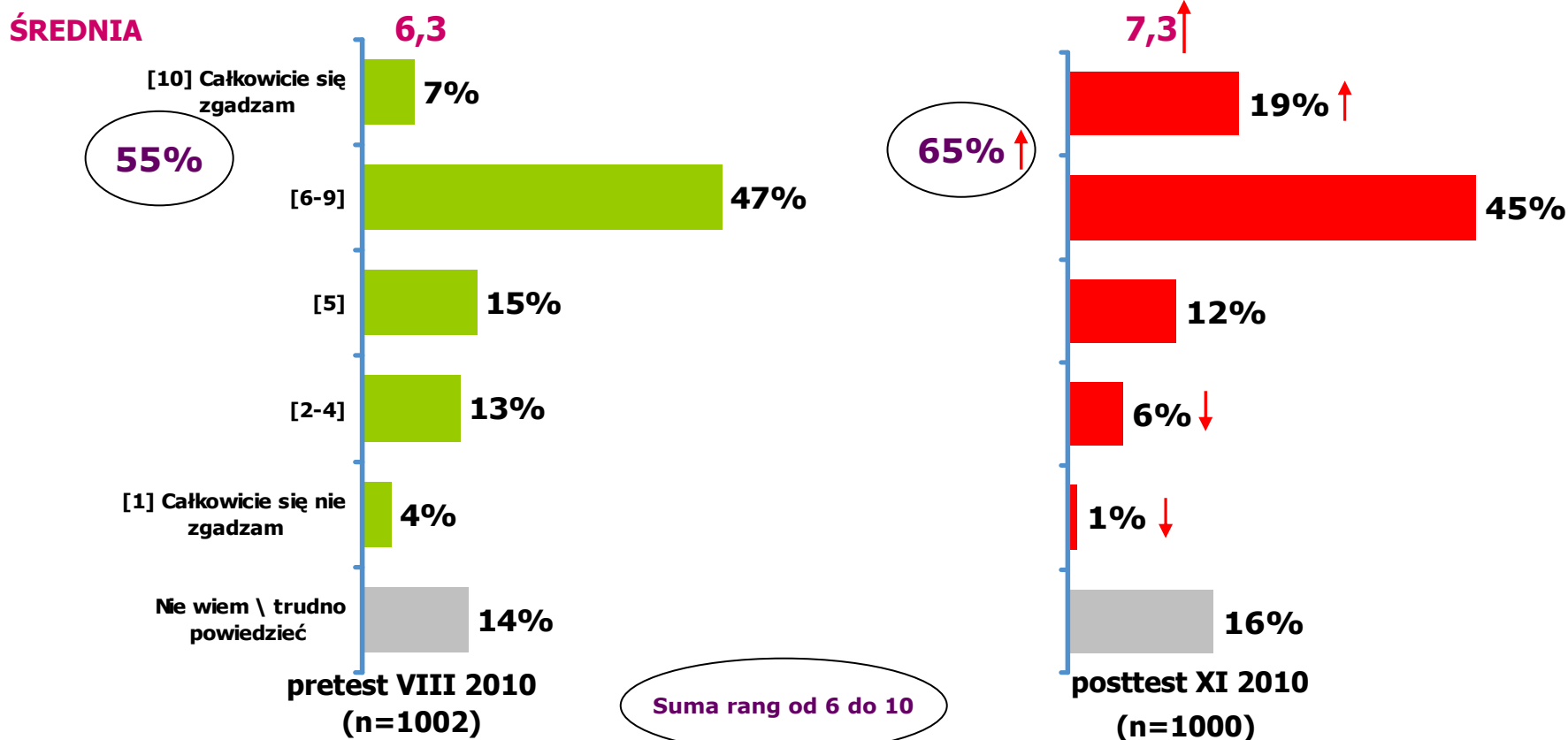
2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Fundusze Europejskie w ramach Programu Infrastruktura i Środowisko pozwalają w sposób dynamiczny przeobrazić Polskę w nowoczesny kraj

Wizerunek Programu Infrastruktura i Środowisko

12. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że Fundusze Europejskie w ramach Programu Infrastruktura i Środowisko pozwalają w sposób dynamiczny przeobrazić Polskę w nowoczesny kraj? Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

Fundusze Europejskie w ramach Programu Infrastruktura i Środowisko pozwalają w sposób dynamiczny przeobrazić Polskę w nowoczesny kraj



2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO liŚ – listopad 2010)

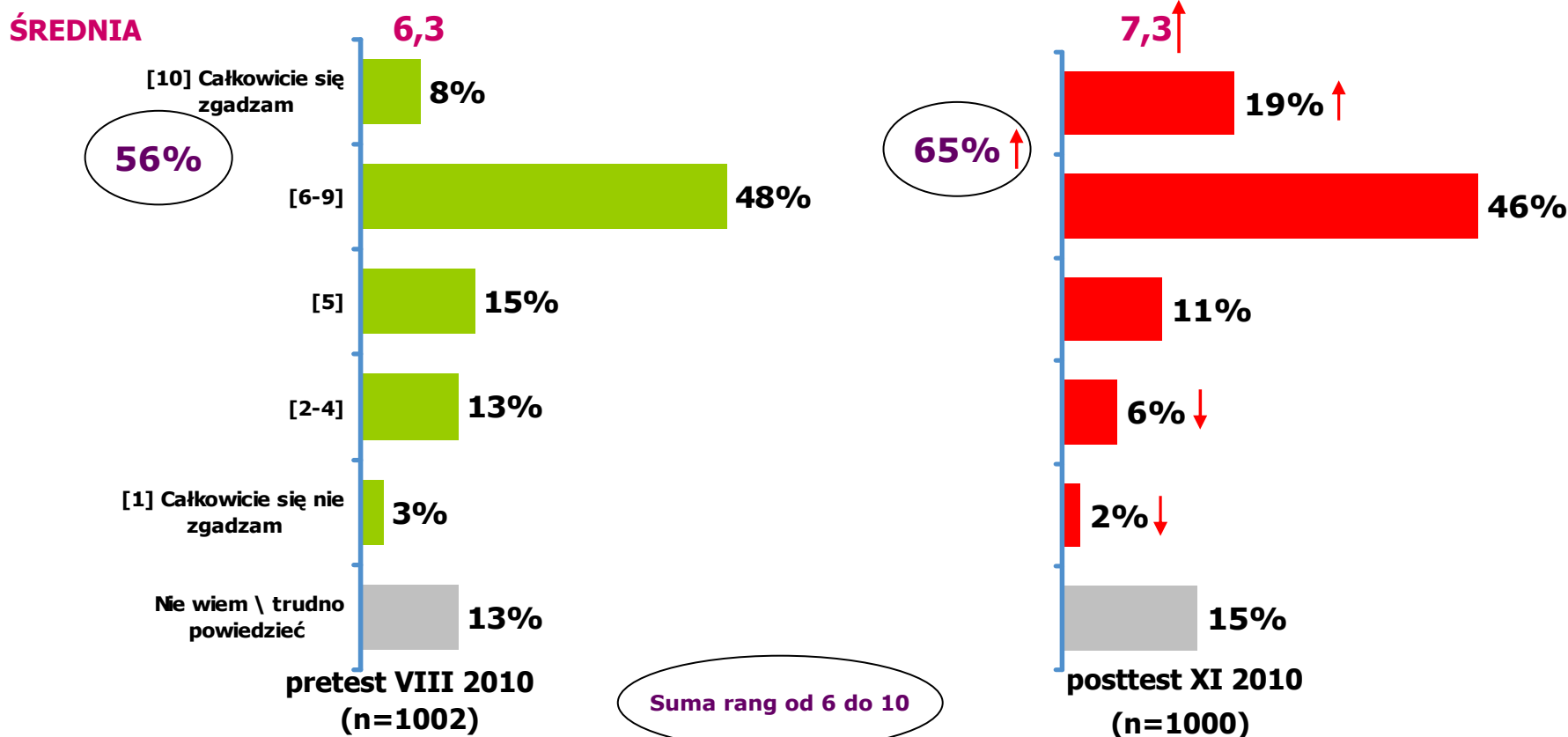
2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków wieku 15- 75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Fundusze Europejskie dzięki Programowi Infrastruktura i Środowisko poprawiają jakość życia mieszkańców

Wizerunek Programu Infrastruktura i Środowisko

13. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że Fundusze Europejskie dzięki Programowi Infrastruktura i Środowisko poprawiają jakość życia mieszkańców? Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

Fundusze Europejskie dzięki Programowi Infrastruktura i Środowisko poprawiają jakość życia mieszkańców



2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO liŚ – listopad 2010)

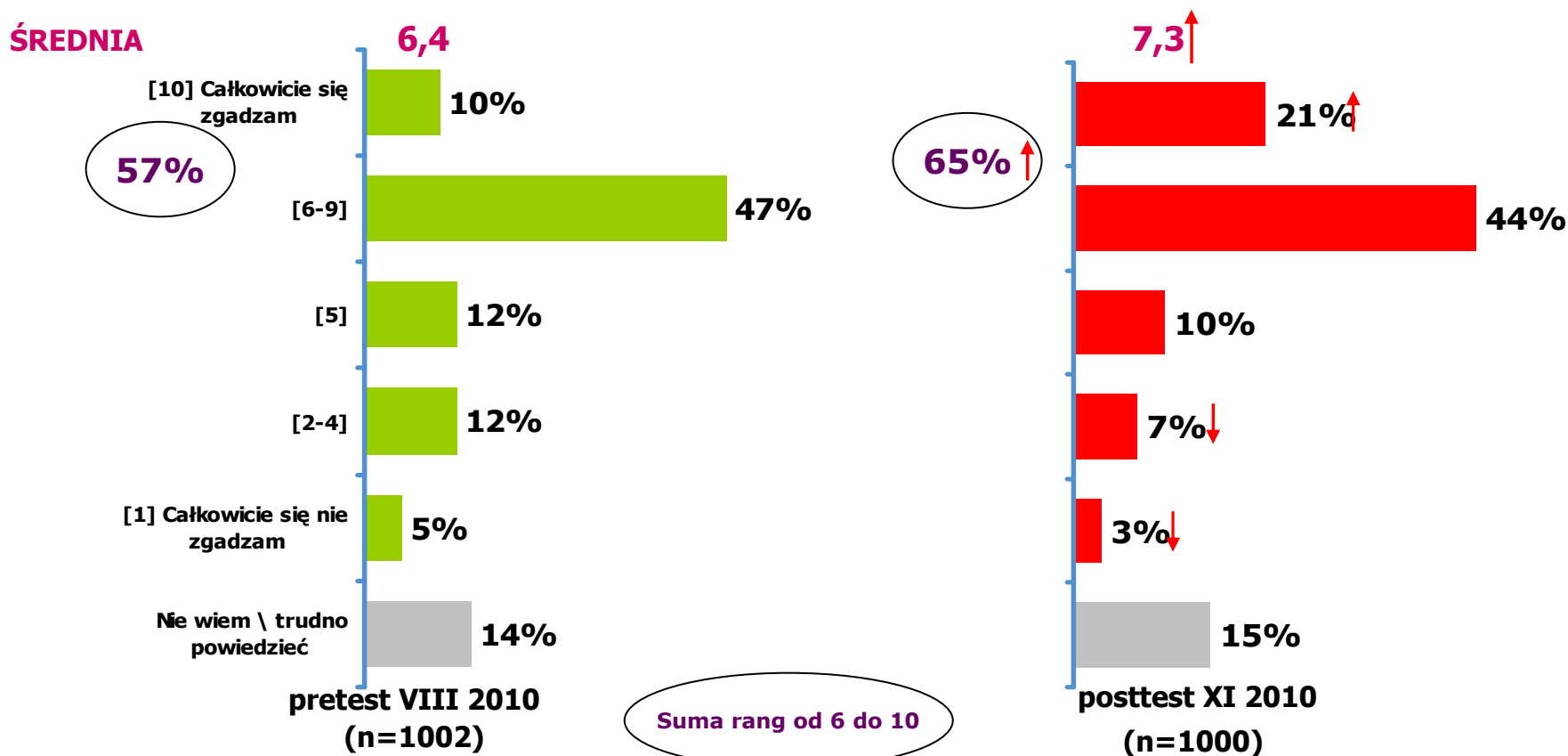
2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków wieku 15- 75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Z efektów Programu Infrastruktura i Środowisko skorzystamy my wszyscy

Wizerunek Programu Infrastruktura i Środowisko

14. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że z efektów Programu Infrastruktura i Środowisko skorzystamy my wszyscy? Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

Z efektów Programu Infrastruktura i Środowisko skorzystamy my wszyscy



2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO liŚ – listopad 2010)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków wieku 15- 75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)



Cele komunikacyjne III etapu kampanii – wizerunek PO RPW

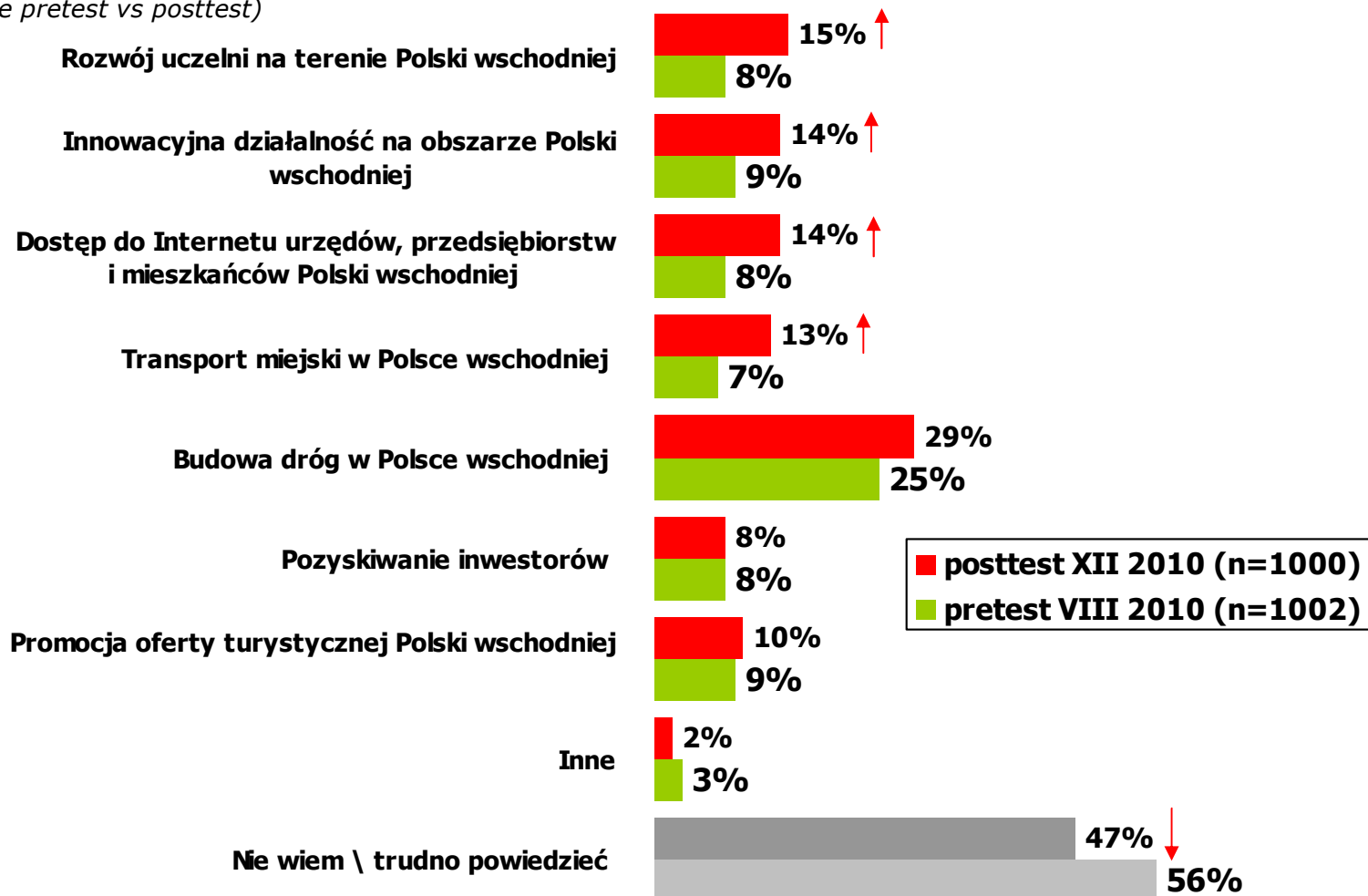
Wizerunek Programu Rozwój Polski Wschodniej

Podsumowanie:

- Po zakończeniu III etapu kampanii promocyjnej **Program Rozwój Polski Wschodniej**, Program ten badani kojarzyli głównie z budową dróg w Polsce wschodniej (29% wskazań spośród ogółu społeczeństwa, dla porównania - przed emisją kampanii 25% wskazań ogółu), w drugiej kolejności z inwestycjami w uczelnie na terenie Polski wschodniej (15% osób, istotny wzrost wskazań o 7pp w porównaniu do pretestu).
- W Polsce wschodniej 35% wskazań przypadło na budowę dróg w Polsce wschodniej i 17% na inwestycje w uczelnie na terenie Polski wschodniej.
- Ocena poszczególnych stwierdzeń wizerunkowych wskazuje na **poprawę postrzegania Programu Rozwój Polski Wschodniej** po emisji spotów reklamowych. Odnotowano wzrost wskazań pozytywnych średnio o 8pp w stosunku do pretestu. 59% ogółu społeczeństwa zgadza się ze stwierdzeniem, że Fundusze Europejskie przyczyniają się do szybszego rozwoju Polski Wschodniej.
- **Analogiczna poprawa wizerunku Programu Rozwój Polski Wschodniej** nastąpiła również **wśród mieszkańców Polski wschodniej**; Wśród mieszkańców Polski wschodniej 67% badanych zgadza się z tym stwierdzeniem.

Dziedziny wspierane przez Program Rozwój Polski Wschodniej – cała Polska

615 Jak Pan(i) uważa, jakie dziedziny wspiera program Rozwój Polski Wschodniej działający w ramach Funduszy Europejskich?
(porównanie pretest vs posttest)



2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO RPW – grudzień 2010)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Dziedziny wspierane przez Program Rozwój Polski Wschodniej – Polska wschodnia

15. Jak Pan(i) uważa, jakie dziedziny wspiera program Rozwój Polski Wschodniej działający w ramach Funduszy Europejskich?
(porównanie pretest vs posttest)



2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO RPW – grudzień 2010)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

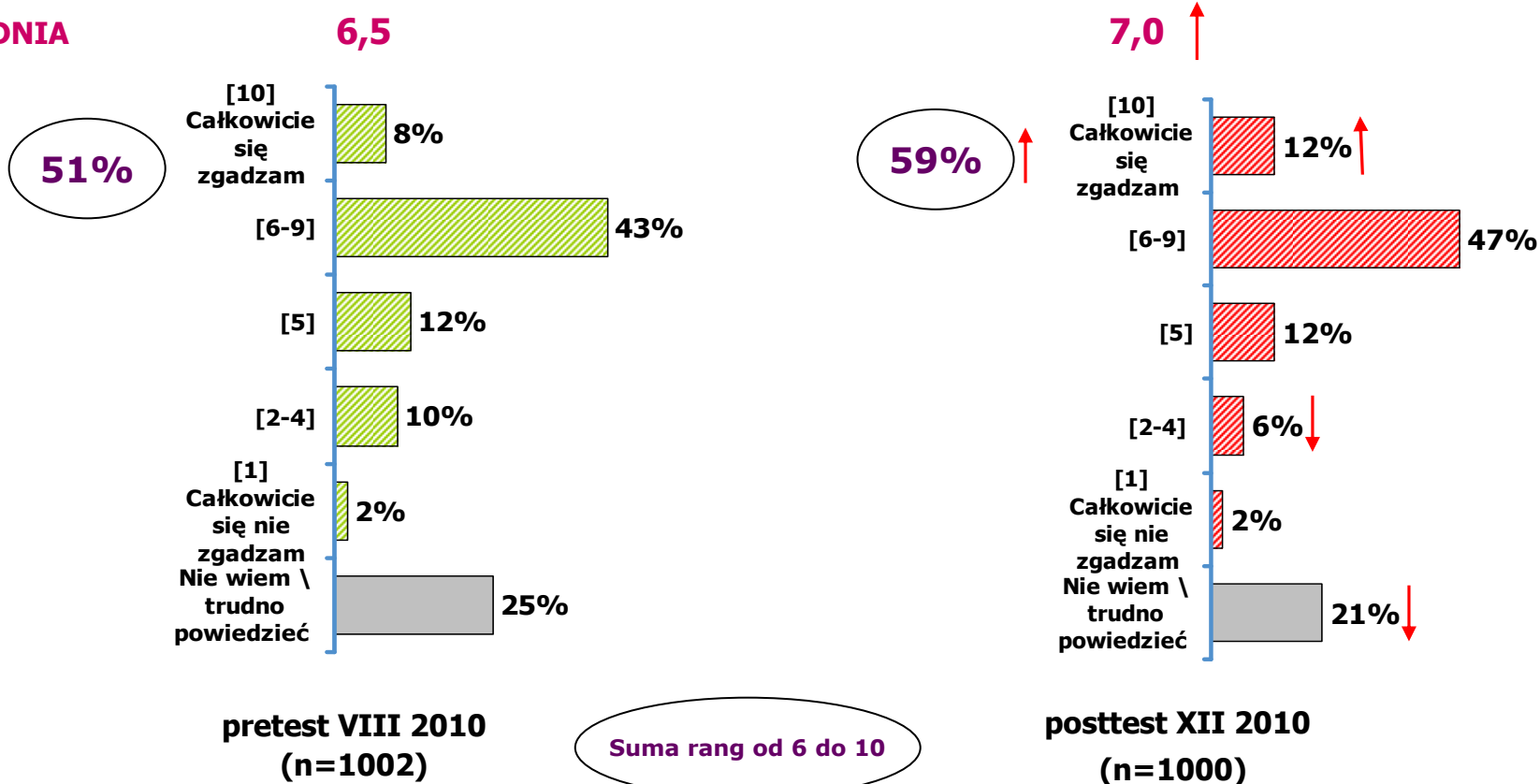
Fundusze Europejskie w ramach Programu Rozwój Polski Wschodniej przyczyniają się do szybszego rozwoju Polski Wschodniej

Wizerunek Programu Rozwój Polski Wschodniej – cała Polska

16. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że Fundusze Europejskie w ramach Programu Rozwój Polski Wschodniej przyczyniają się do szybszego rozwoju Polski Wschodniej? Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

Fundusze Europejskie przyczyniają się do szybszego rozwoju Polski Wschodniej

ŚREDNIA

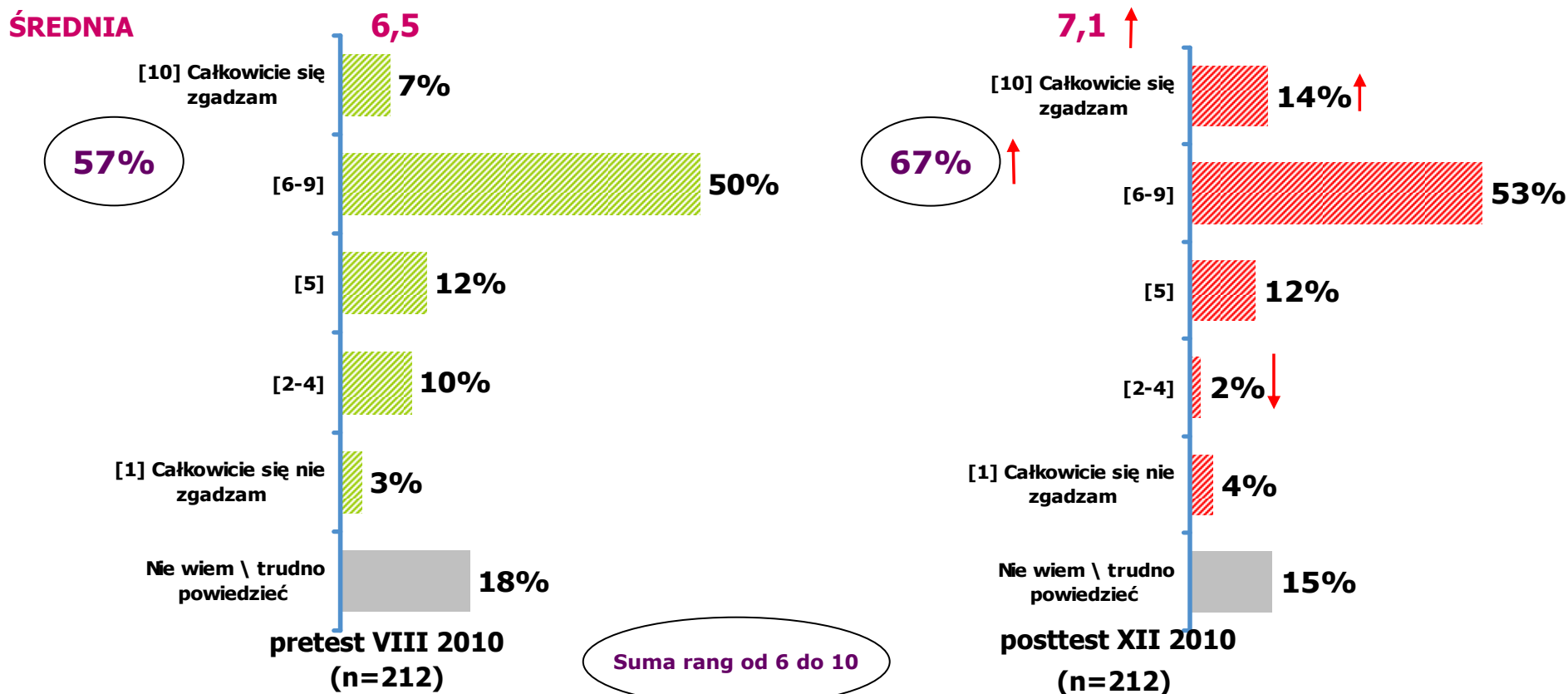


2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO RPW – grudzień 2010)
 2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków wieku 15- 75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Wizerunek Programu Rozwój Polski Wschodniej – Polska wschodnia

16. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że Fundusze Europejskie w ramach Programu Rozwój Polski Wschodniej przyczyniają się do szybszego rozwoju Polski Wschodniej? Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

Fundusze Europejskie w ramach Programu Rozwój Polski Wschodniej przyczyniają się do szybszego rozwoju Polski wschodniej



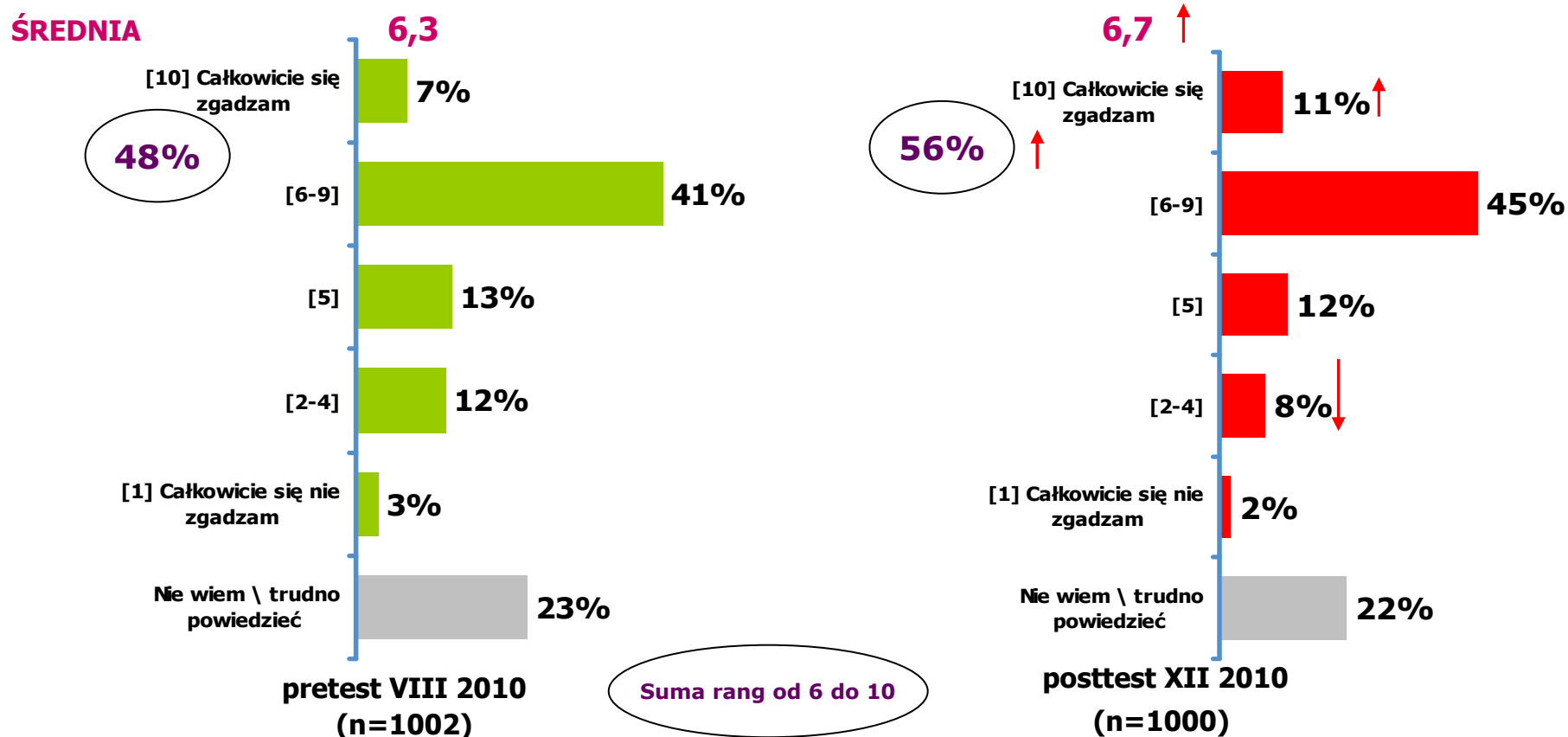
2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO RPW – grudzień 2010)
 2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

***Program Rozwój Polski Wschodniej sprawia, że
Polska Wschodnia staje się coraz bardziej
atrakcyjnym regionem do mieszkania***

Wizerunek Programu Rozwój Polski Wschodniej – cała Polska

17. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że Program Rozwój Polski Wschodniej sprawia, że Polska Wschodnia staje się coraz bardziej atrakcyjnym regionem do mieszkania. Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

Program Rozwój Polski Wschodniej sprawia, że Polska Wschodnia staje się coraz bardziej atrakcyjnym regionem do mieszkania



2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO RPW – grudzień 2010)
 2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15- 75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

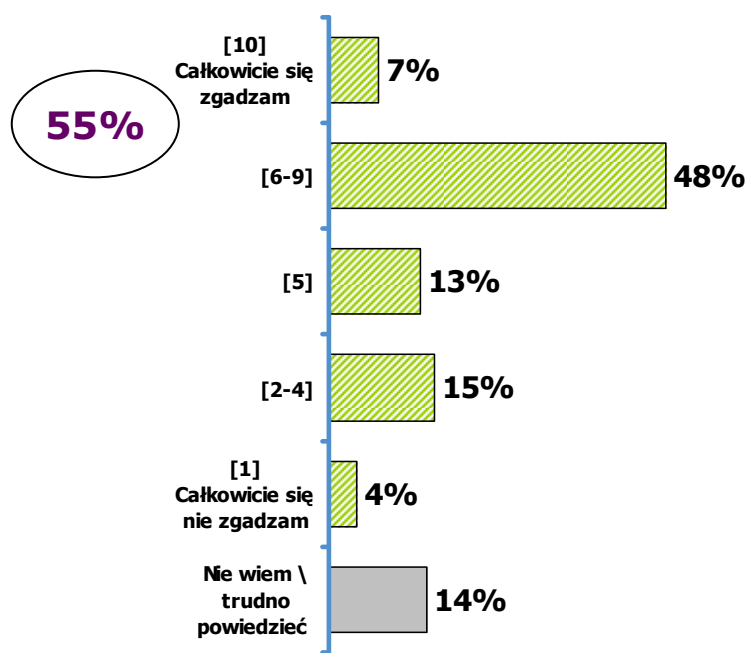
Wizerunek Programu Rozwój Polski Wschodniej – Polska wschodnia

17. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że Program Rozwój Polski Wschodniej sprawia, że Polska Wschodnia staje się coraz bardziej atrakcyjnym regionem do mieszkania. Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

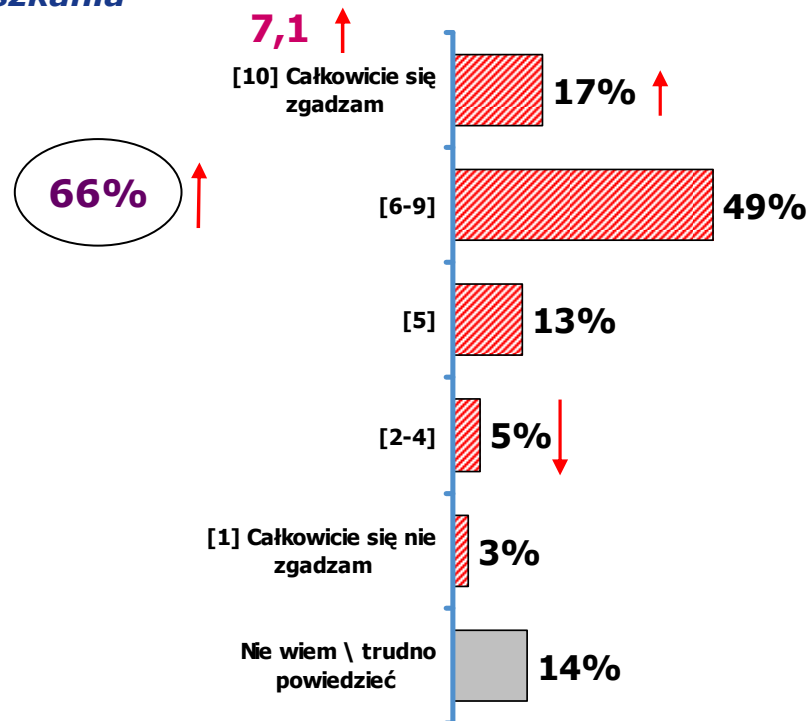
Program Rozwój Polski Wschodniej sprawia, że Polska Wschodnia staje się coraz bardziej atrakcyjnym regionem do mieszkania

ŚREDNIA

6,2



pretest VIII 2010
(n=212)



posttest XII 2010
(n=212)

Suma rang od 6 do 10

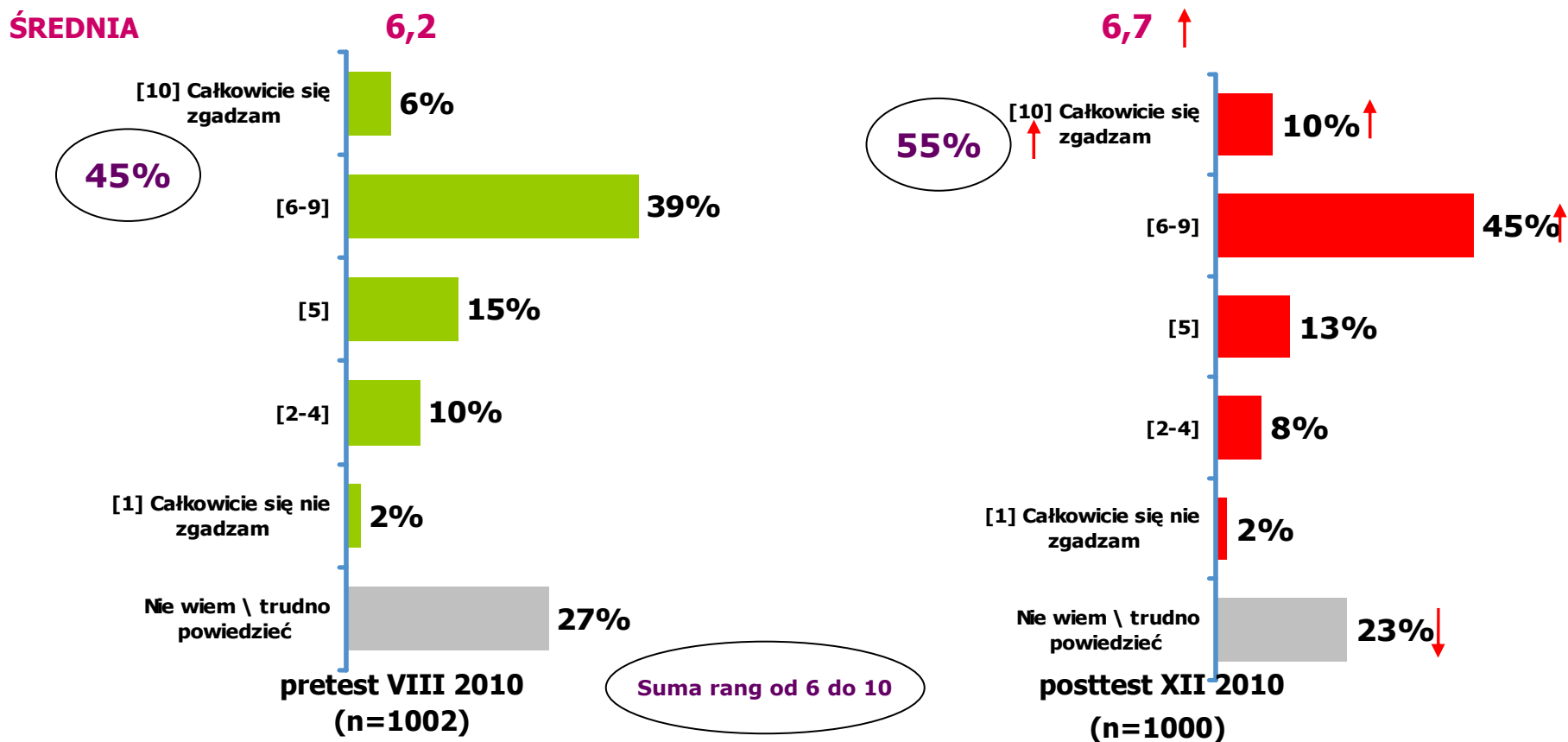
2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO RPW – grudzień 2010)
2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

***Program Rozwój Polski Wschodniej sprawia, że
Polska Wschodnia staje się coraz bardziej
atrakcyjnym regionem do studiowania***

Wizerunek Programu Rozwój Polski Wschodniej – cała Polska

18. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że Program Rozwój Polski Wschodniej sprawia, że Polska Wschodnia staje się coraz bardziej atrakcyjnym regionem do studiowania. Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

Program Rozwój Polski Wschodniej sprawia, że Polska Wschodnia staje się coraz bardziej atrakcyjnym regionem do studiowania



2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO RPW – grudzień 2010)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Wizerunek Programu Rozwój Polski Wschodniej – Polska wschodnia

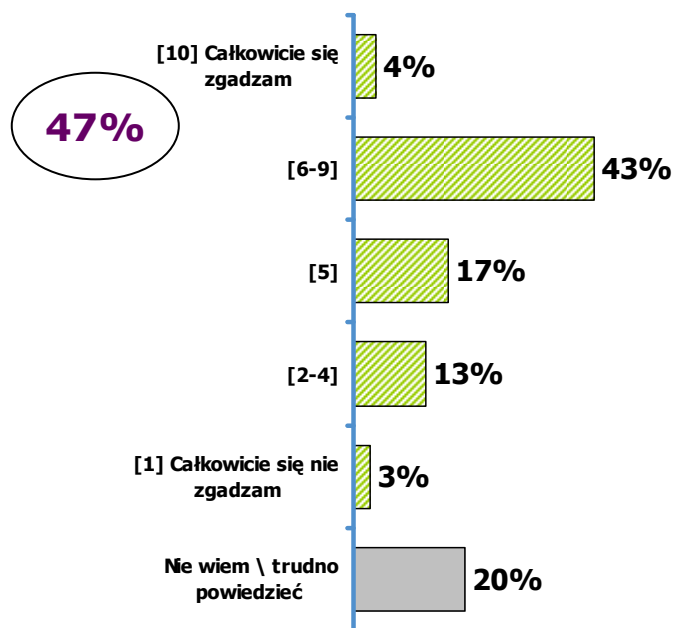
18. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że Program Rozwój Polski Wschodniej sprawia, że Polska Wschodnia staje się coraz bardziej atrakcyjnym regionem do studiowania. Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

Program Rozwój Polski Wschodniej sprawia, że Polska Wschodnia staje się coraz bardziej atrakcyjnym regionem do studiowania

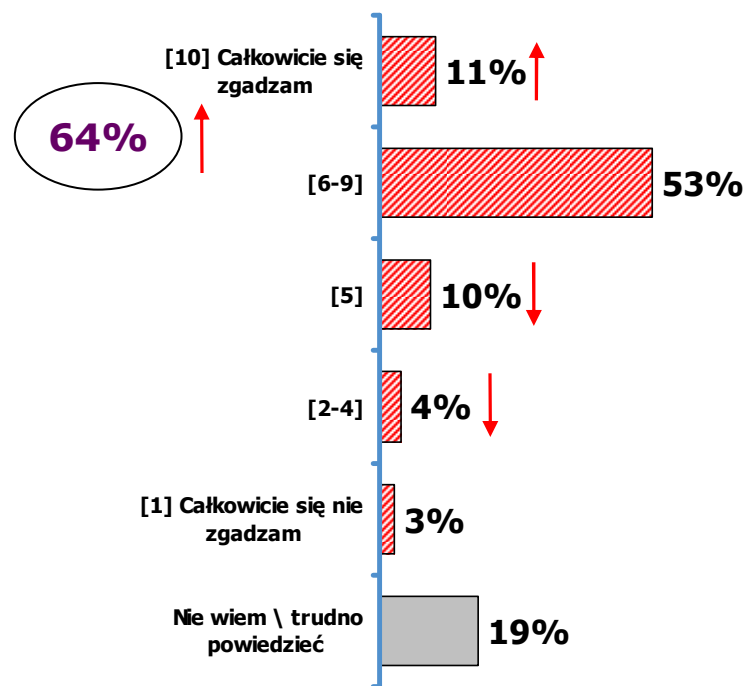
ŚREDNIA

6,1

7,0



pretest VIII 2010
(n=212)



posttest XII 2010
(n=212)

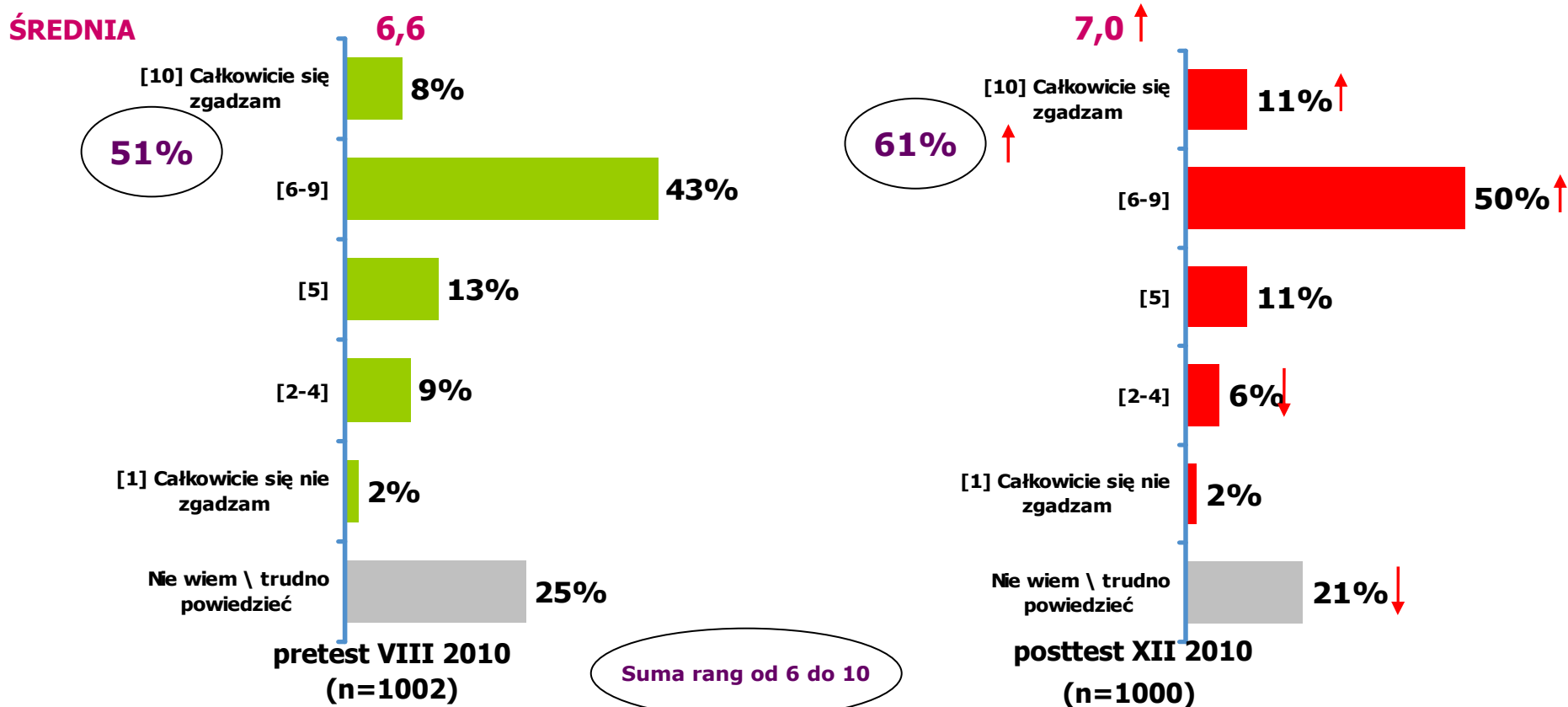
2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO RPW – grudzień 2010)
2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków wieku 15- 75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

***Program Rozwój Polski Wschodniej sprawia, że
Polska Wschodnia staje się coraz bardziej
atrakcyjnym regionem do inwestowania***

Wizerunek Programu Rozwój Polski Wschodniej – cała Polska

19. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że Program Rozwój Polski Wschodniej sprawia, że Polska Wschodnia staje się coraz bardziej atrakcyjnym regionem do inwestowania. Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

Program Rozwój Polski Wschodniej sprawia, że Polska Wschodnia staje się coraz bardziej atrakcyjnym regionem do inwestowania



2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO RPW – grudzień 2010)

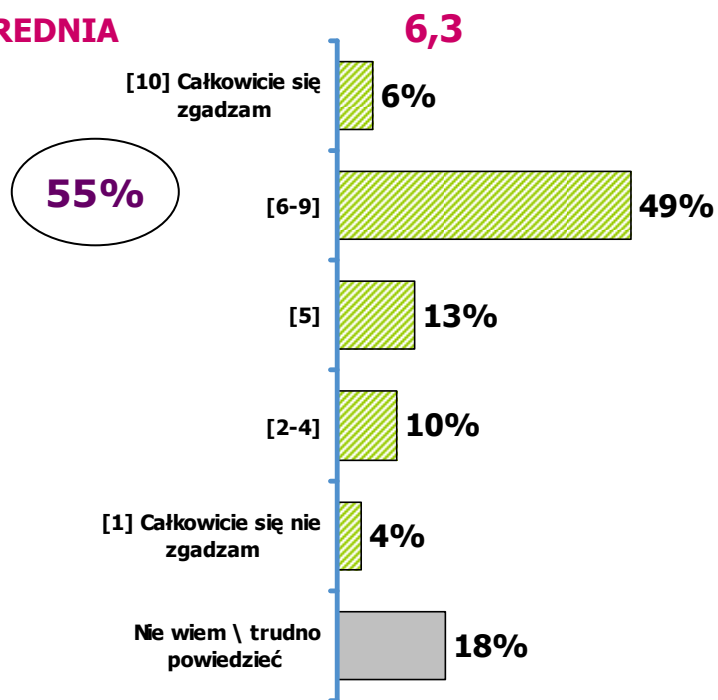
2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Wizerunek Programu Rozwój Polski Wschodniej – Polska wschodnia

19. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że Program Rozwój Polski Wschodniej sprawia, że Polska Wschodnia staje się coraz bardziej atrakcyjnym regionem do inwestowania. Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

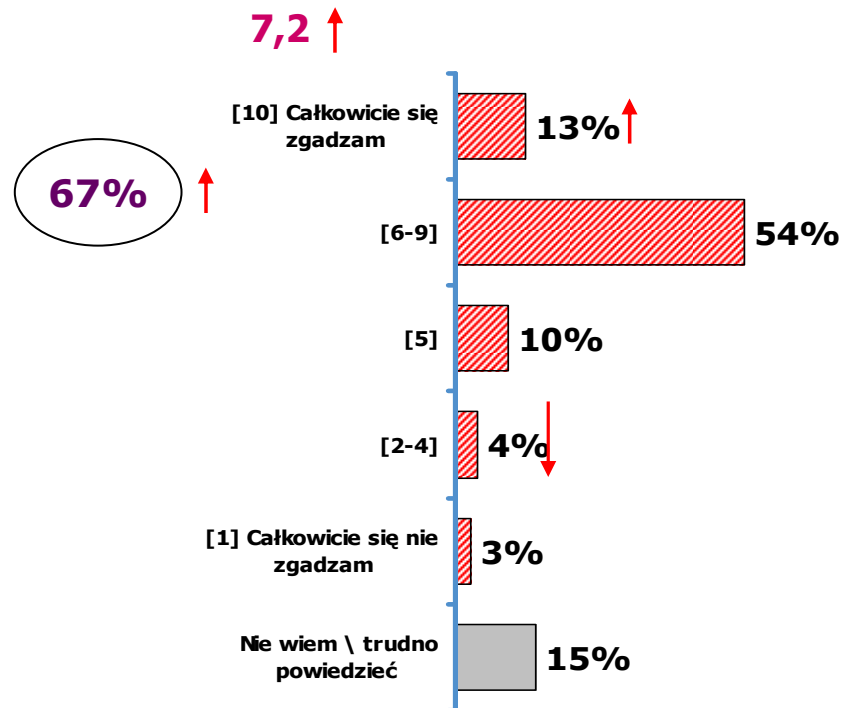
Program Rozwój Polski Wschodniej sprawia, że Polska Wschodnia staje się coraz bardziej atrakcyjnym regionem do inwestowania

ŚREDNIA



**pretest VIII 2010
(n=212)**

Suma rang od 6 do 10



**posttest XII 2010
(n=212)**

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1000 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO RPW – grudzień 2010)
2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)



Cele komunikacyjne IV etapu kampanii – wizerunek PO KL

Wizerunek Programu Kapitał Ludzki

Podsumowanie:

- Po IV etapie kampanii promocyjnej **Programu Kapitał Ludzki** istotnie zwiększył się odsetek badanych, którzy wymienili **założenie własnej firmy i dofinansowanie kursów podnoszących kwalifikacje** jako możliwości stwarzane przez Program (odpowiednio 35% badanych w postteście w porównaniu do 23% w preteście oraz 32% w postteście w porównaniu do 25% w preteście).
- Jednocześnie istotnie spadł odsetek osób, które nie były w stanie wskazać obszarów wspieranych przez ten Program (41% osób w postteście w porównaniu do 49% wskazań w preteście)
- Po IV etapie kampanii NSS, dotyczącym Programu Kapitał Ludzki, istotnie wyższy odsetek osób całkowicie zgodził się ze stwierdzeniem, że Fundusze Europejskie w ramach Programu Kapitał Ludzki pozwalają podnosić swoje kompetencje zawodowe i szkolić się (17% badanych w postteście w porównaniu do 11% w preteście).
- Istotnie wzrósł odsetek osób (z 11% w preteście do 16% w postteście), które całkowicie zgadzają się ze stwierdzeniem, że Fundusze Europejskie dzięki Programowi Kapitał Ludzki stwarzają ludziom szanse na założenie własnej firmy i jednocześnie istotnie zmalał odsetek tych, którzy całkowicie nie zgadzają się z tym stwierdzeniem (z 2% w preteście do 0% w postteście)

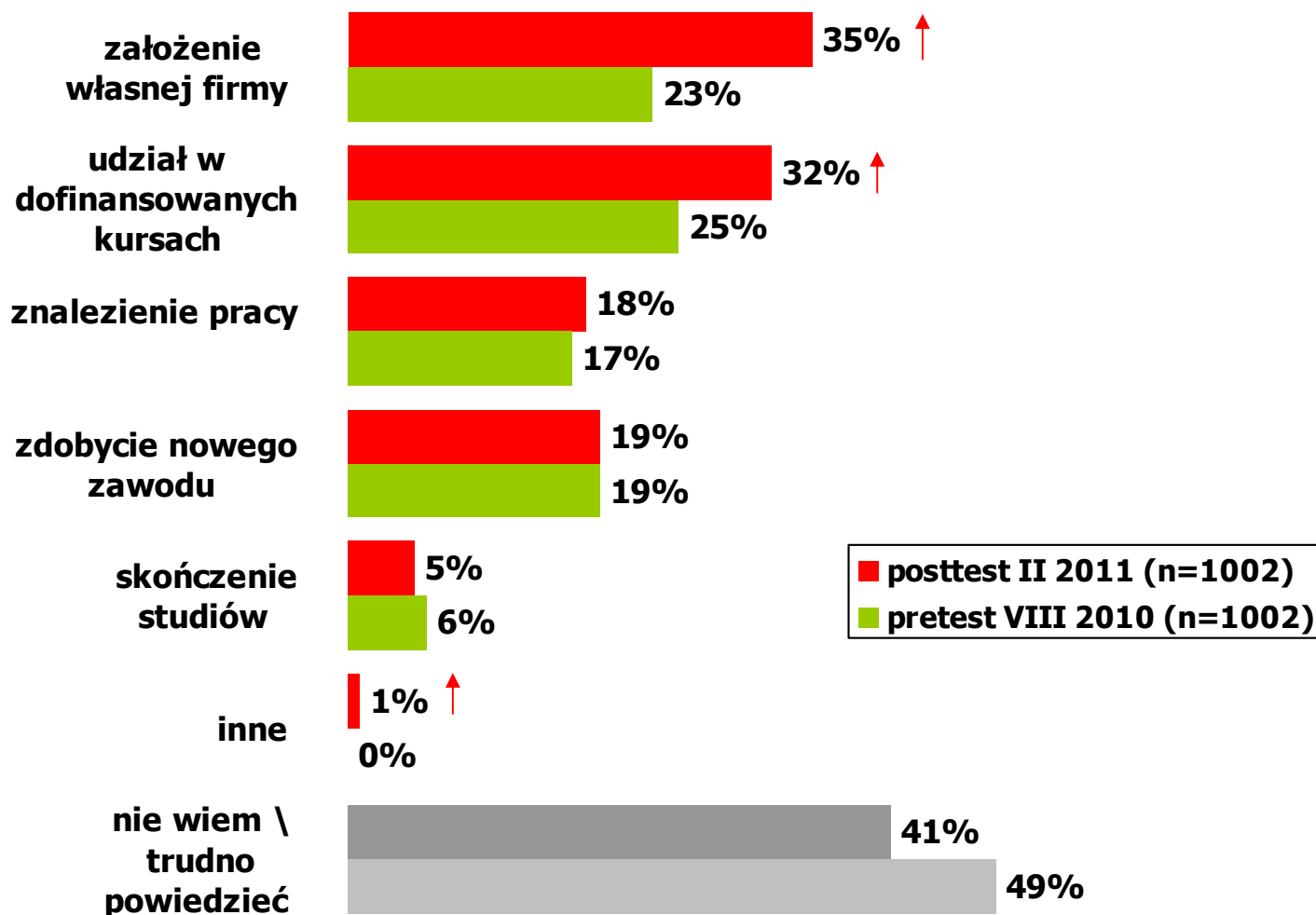
Wizerunek Programu Kapitał Ludzki

Podsumowanie:

- **Ponad połowa badanych (53%) nie wiedziałaby, gdzie szukać informacji dotyczących możliwości wzięcia udziału w dofinansowanym szkoleniu w ramach PO KL;** dokąd się kierować wiedziałoby 33% osób.
- **W celu znalezienia takich informacji, badani najczęściej kierowaliby się do Internetu (68%),** drugim źródłem informacji wymienianym przez respondentów były punkty informacyjne z 28% wskazań.

Możliwości stwarzane przez Program Kapitał Ludzki

20. Jakie możliwości, Pan(i) zdaniem, stwarza Program Kapitał Ludzki, działający w ramach Funduszy Europejskich?



2011: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO KL – luty 2011)

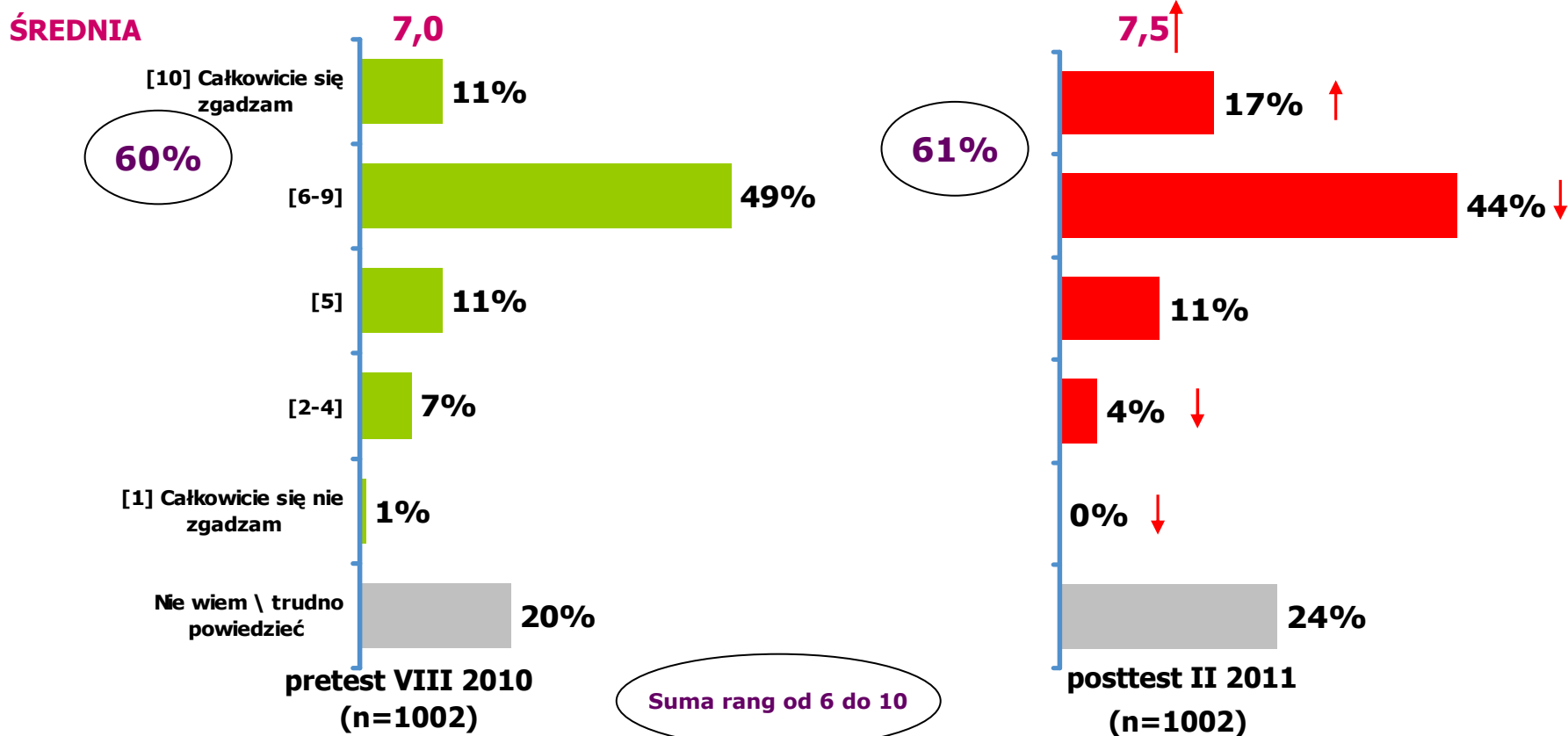
2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Fundusze Europejskie w ramach Programu Kapitał Ludzki pozwalają podnosić swoje kompetencje zawodowe i szkolić się

Wizerunek Programu Kapitał Ludzki

21. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że Fundusze Europejskie w ramach Programu Kapitał Ludzki pozwalają podnosić swoje kompetencje zawodowe i szkolić się? Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

Fundusze Europejskie w ramach Programu Kapitał Ludzki pozwalają podnosić swoje kompetencje zawodowe i szkolić się



2011: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO KL – luty 2011)

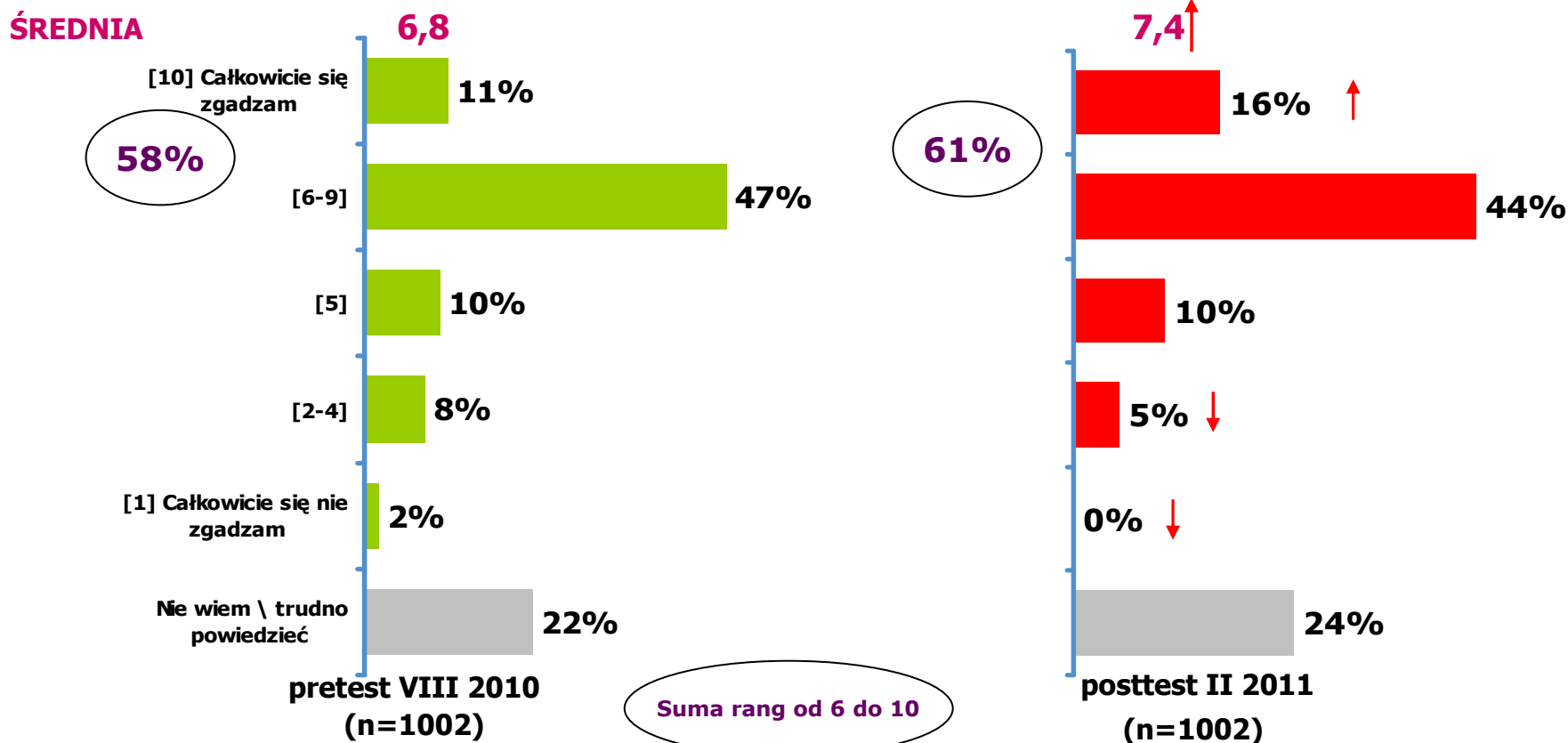
2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków wieku 15- 75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Fundusze Europejskie dzięki Programowi Kapitał Ludzki stwarzają ludziom szanse na założenie własnej firmy

Wizerunek Programu Kapitał Ludzki

22. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że Fundusze Europejskie dzięki Programowi Kapitał Ludzki stwarzają ludziom szanse na założenie własnej firmy? Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

Fundusze Europejskie dzięki Programowi Kapitał Ludzki stwarzają ludziom szanse na założenie własnej firmy



2011: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO KL – luty 2011)

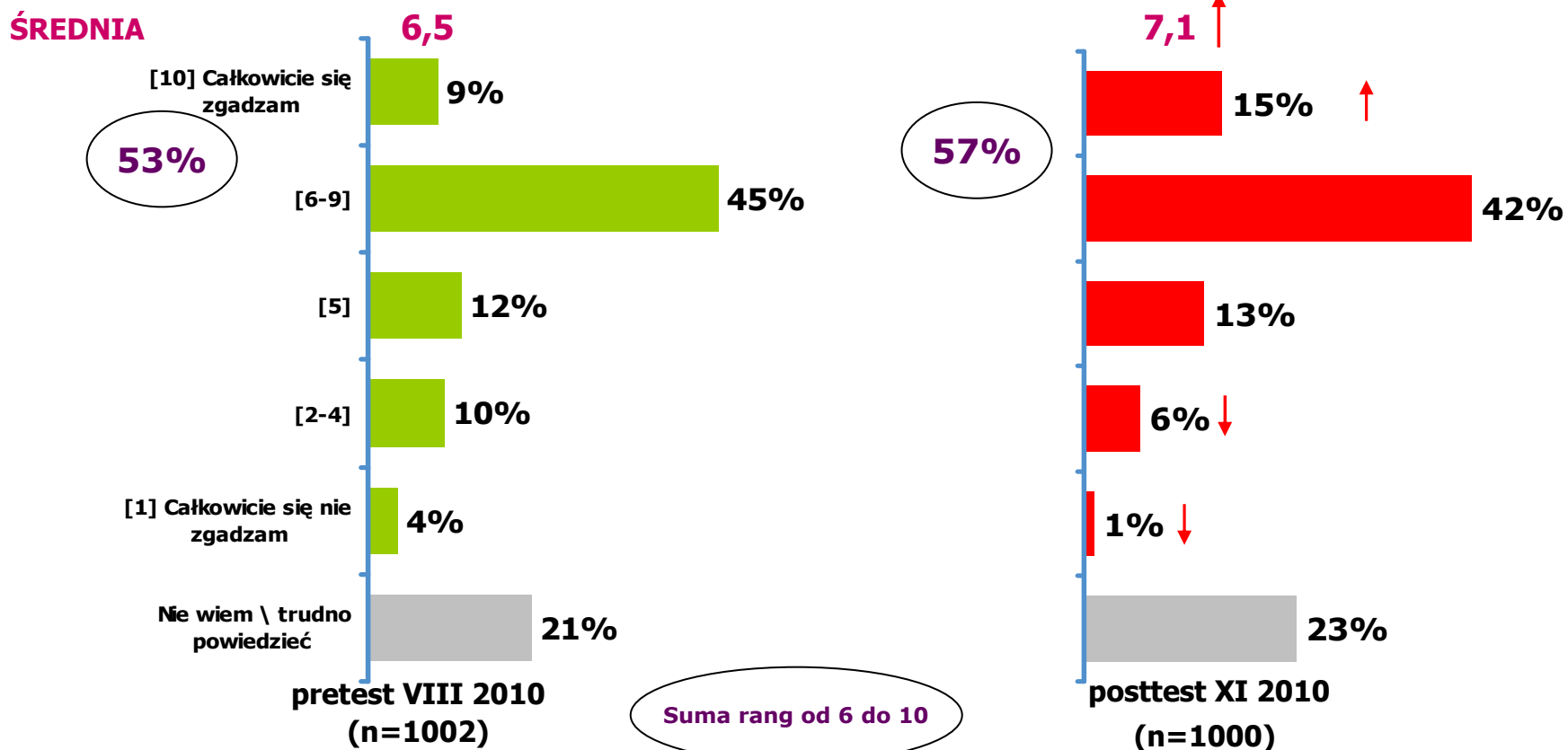
2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków wieku 15- 75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Fundusze Europejskie dzięki Programowi Kapitał Ludzki stwarzają ludziom szansę na znalezienie lub zmianę pracy

Wizerunek Programu Kapitał Ludzki

23. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że Fundusze Europejskie dzięki Programowi Kapitał Ludzki stwarzają ludziom szanse na znalezienie lub zmianę pracy? Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

Fundusze Europejskie dzięki Programowi Kapitał Ludzki stwarzają ludziom szanse na znalezienie lub zmianę pracy



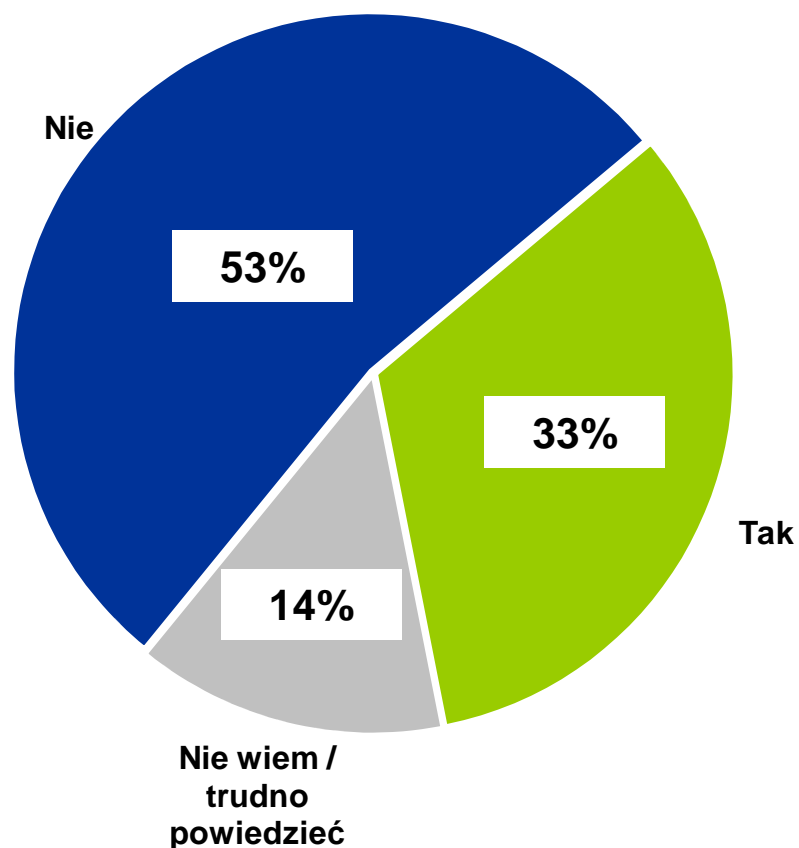
2011: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO KL – luty 2011)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków wieku 15- 75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Wizerunek Programu Kapitał Ludzki

24. Czy gdyby chciał(a) Pan(i) skorzystać z programu Kapitał Ludzki i wziąć udział w dofinansowanym szkoleniu wiedział(a)by Pan (i), gdzie szukać informacji?

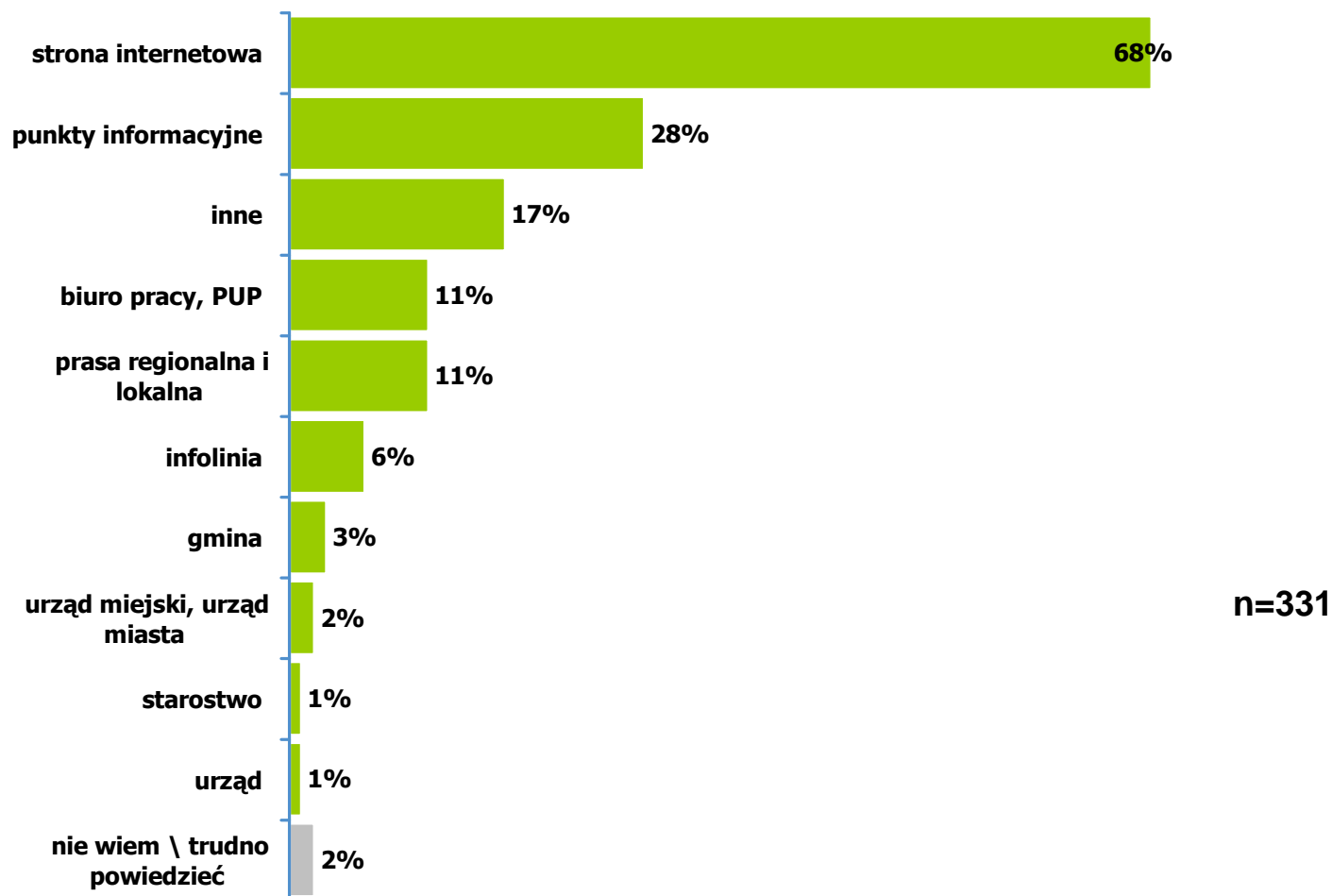
n=1002



2011: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO KL – luty 2011)

Wizerunek Programu Kapitał Ludzki

25. Gdzie Pan(i) szukał(a)by takich informacji?



2011: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO KL – luty 2011)



Cele komunikacyjne V etapu kampanii – wizerunek PO IG

Wizerunek Programu Innowacyjna Gospodarka 1/2

Podsumowanie:

- **Po V etapie kampanii promocyjnej** dotyczącej Programu Innowacyjna Gospodarka **istotnie zwiększył się odsetek badanych, którzy wymienili innowacje i nowe technologie jako dziedziny wspierane przez Program** (35% badanych w postteście w porównaniu do 21% w preteście). **Istotny statystycznie wzrost wskazań zauważyć można również w przypadku wynalazków** (7% w preteście w porównaniu do 13% w postteście).
- Jednocześnie w postteście zaobserwować można istotnie niższy odsetek osób niemających wiedzy na temat dziedzin wspieranych przez Program (51% w postteście w stosunku do 63% w preteście).
- **Po V etapie kampanii NSS**, dotyczącym Programu Innowacyjna Gospodarka, **istotnie wyższy odsetek osób zgodził się ze stwierdzeniem, że Program Innowacyjna Gospodarka wspiera nowatorskie pomysły** (w postteście 56% badanych przyznało oceny pozytywne 6-10 w porównaniu do 47% w preteście). Istotnie wzrósł również odsetek osób, które całkowicie zgadzają się z tym stwierdzeniem (7% w preteście do 12% w postteście). W postteście respondenci również przyznali wyższą średnią ocenę temu stwierdzeniu (7,3 w postteście, wzrost o 0,9 punktu w stosunku do pretestu).

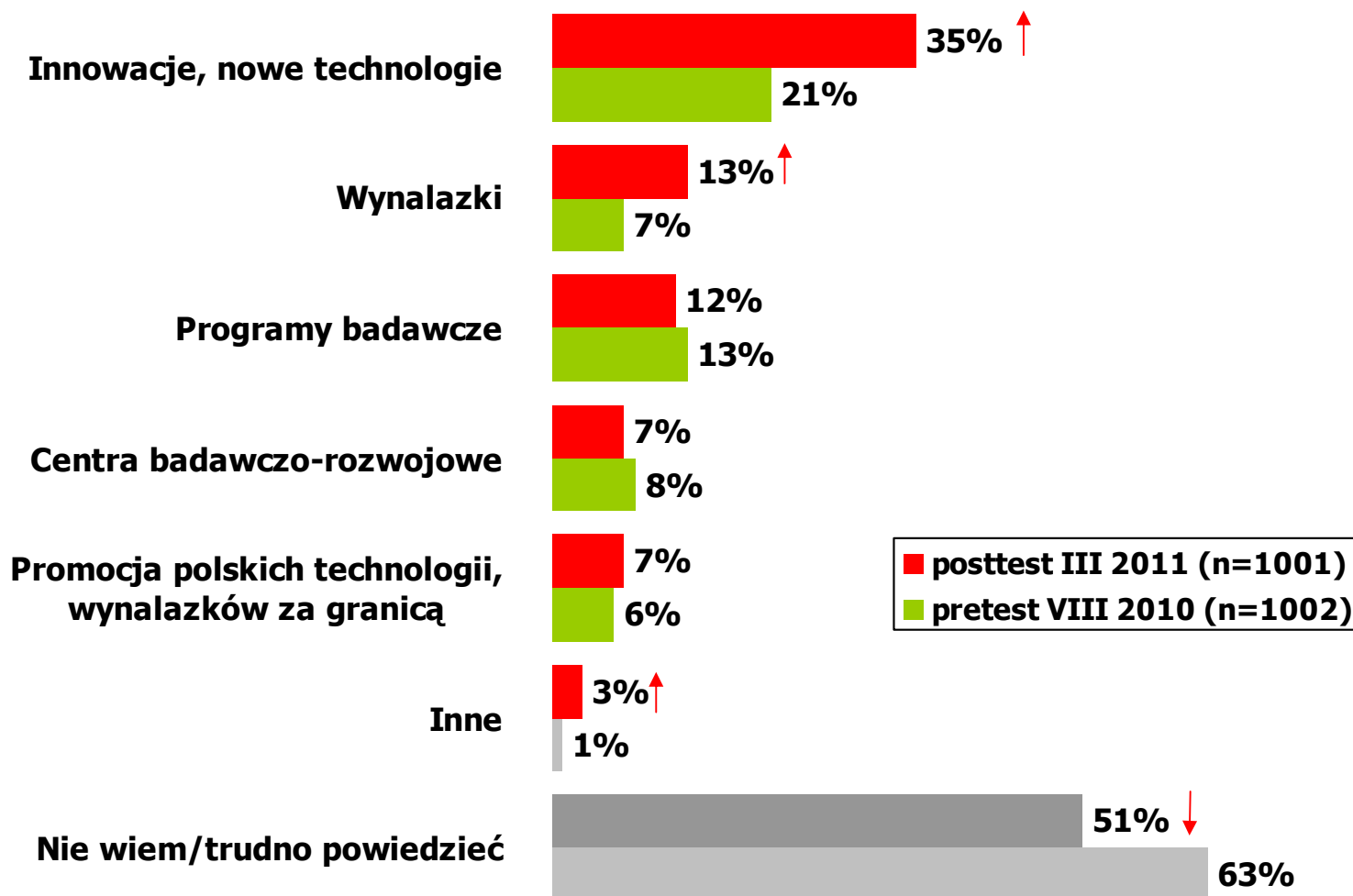
Wizerunek Programu Innowacyjna Gospodarka 2/2

Podsumowanie:

- W stosunku do pretestu, **o 11p.p. do 56% wzrósł odsetek osób, które zgadzają się ze stwierdzeniem, że Program Innowacyjna Gospodarka przynosi wymierne korzyści i rozwiązania, z których skorzystamy my wszyscy.** Wzrósł istotnie zarówno odsetek osób, które całkowicie zgadzają się z tym stwierdzeniem (z 6% do 11%), jak i średnia ocena (z 6,1 w preteście do 7,2 w postteście).

Dziedziny wspierane przez Program Innowacyjna Gospodarka

26. Jakie dziedziny wspiera Program Innowacyjna Gospodarka działający w ramach Funduszy Europejskich?



2011: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1001 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO IG – marzec 2011)

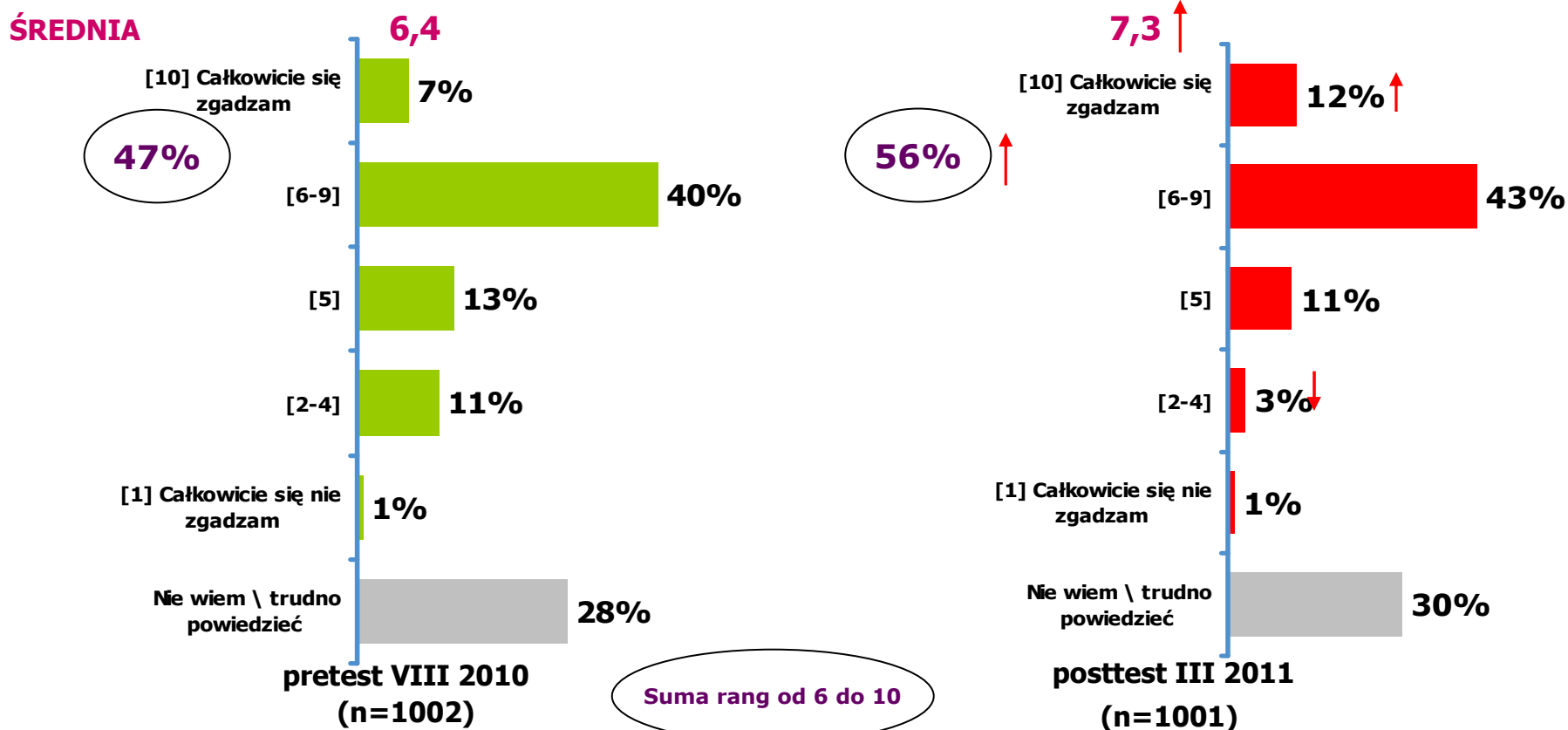
2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

Program Innowacyjna Gospodarka wspiera nowatorskie pomysły

Wizerunek Programu Innowacyjna Gospodarka

27. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że Program Innowacyjna Gospodarka wspiera nowatorskie pomysły? Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam”(porównanie pretest vs posttest)

Program Innowacyjna Gospodarka wspiera nowatorskie pomysły



2011: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1001 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO IG – marzec 2011)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)

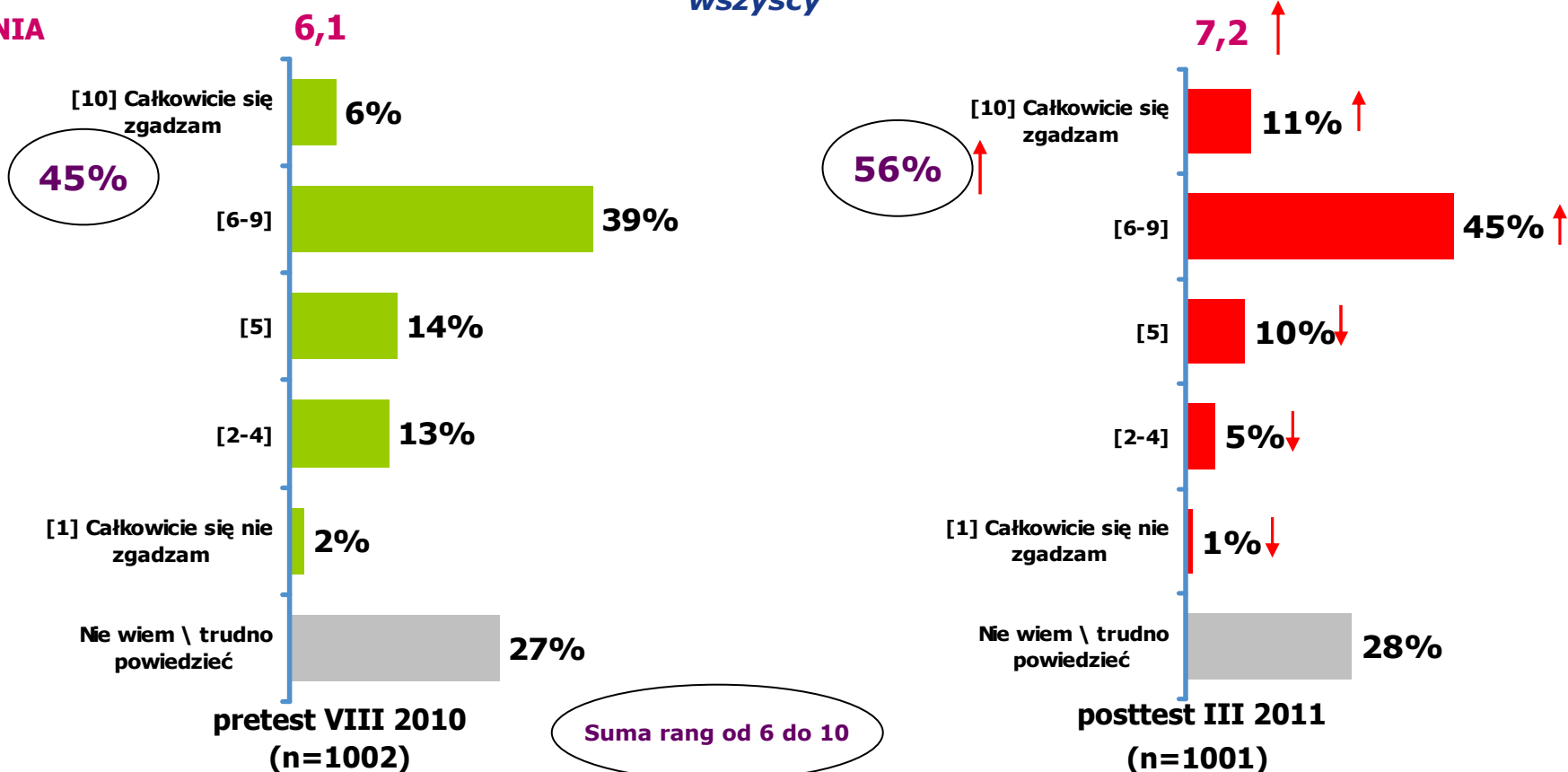
***Program Innowacyjna Gospodarka przynosi
wymierne korzyści i rozwiązania, z których
skorzystamy my wszyscy***

Wizerunek Programu Innowacyjna Gospodarka

9. Na ile zgadza się Pan(i) ze stwierdzeniem, że Program Innowacyjna Gospodarka przynosi wymierne korzyści i rozwiązania, z których skorzystamy my wszyscy? Skala od 1 do 10, gdzie 1 oznacza „całkowicie się nie zgadzam”, a 10 – „całkowicie się zgadzam” (porównanie pretest vs posttest)

Program Innowacyjna Gospodarka przynosi wymierne korzyści i rozwiązania, z których skorzystamy my wszyscy

ŚREDNIA



2011: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1001 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (posttest kampanii PO IG – marzec 2011)

2010: Badanie CAPI na reprezentatywnej próbie 1002 Polaków w wieku 15-75 lat, SMG/KRC (pretest – sierpień 2010)



MillwardBrown
SMG/KRC

DZIĘKUJĘ ZA UWAGĘ

Kontakt

Tel. +48 22 54 52 183/186

Fax +48 22 54 52 100

e-mail: maciej.kos@millwardbrown.com

Ilona.dziekanska@millwardbrown.com

www.smgkrc.pl

www.millwardbrown.com