

Interreg



**Spolufinancovaný
Európskou úniou**

Slovensko – Česko

MANUÁL IMPLEMENTÁCIE PROJEKTOV

ČASŤ IV – KOMUNIKÁCIA A VIDITEĽNOSŤ

VERZIA 1.0

ÚČINNÁ OD: 26.04.2023

Obsah

1. Úvod.....	1
2. Povinnosti partnerov	2
2.1 Povinnosti vyplývajúce z nariadení EÚ	2
2.2 Ďalšie povinnosti partnerov	3
2.3 Pravidlá pre správne zaistenie publicity projektov a posudzovanie jeho naplnenia	3
2.4 Sankcie za nedodržanie pravidiel publicity	4
3. Komunikácia v rámci projektu.....	5
3.1 Webová stránka a/alebo sociálne médiá	5
3.1.1 Webová stránka	5
3.1.2 Sociálne médiá	5
3.2 Spôsob zaistenia publicity podľa typu projektu.....	6
3.2.1 Projekty nad 500 000 € s financovaním infraštruktúry a stavebných činností	6
3.2.2 Projekty nad 500 000 € zamerané na nákup hmotného predmetu	7
3.2.3 Ostatné projekty	7
3.3 Príklady správneho zaistenia publicity	8
3.3.1 Tlačené výstupy (publikácie, brožúry, letáky, plagáty, pozvánky, diplomy, atď.).....	8
3.3.2 Kultúrne a športové akcie, výstavy, súťaže, konferencie, semináre, vzdelávanie.....	8
3.3.3 Podujatia organizované programom alebo EÚ.....	8
3.3.4 Smerové tabule	9
3.3.5 Kroje	9
3.3.6 Správne zaistenie publicity – špecifické prípady	9
3.4 Používanie jednoduchého jazyka	9
4. Logo	11
4.1 Logo Programu	11
4.2 Názov a logo projektu.....	11
4.2.1 Názov projektu.....	11
4.2.1 Logo projektu	11

5.	Komunikačný plán projektu	12
5.1	Príklady komunikačných cieľov, cieľových skupín, aktivít a komunikačných nástrojov..	12
5.1.1	Komunikačné ciele	12
5.1.2	Cieľové skupiny	12
5.1.3	Komunikačné aktivity	13
5.1.4	Komunikačné nástroje	13
5.2	Úlohy partnerov	13
6.	Prílohy	15

1. Úvod

Každý projekt, ktorý dostane pomoc z Programu, je povinný riadne podávať správy o postupe implementácie a spolufinancovaní zo zdrojov Európskej únie. Projekt by mal mať vhodnú informačnú a komunikačnú stratégiu na zabezpečenie informovanosti o projekte medzi cieľovými skupinami a širokou verejnosťou, obsahujúcu plán šírenia výsledkov projektu.

Všetci partneri sú povinní zaistiť informovanie verejnosti a subjektov, ktoré sa zúčastňujú na projekte, o príspevku z programu vhodnými informačnými a komunikačnými opatreniami. Hlavný partner je zodpovedný za zaistenie celkovej koordinácie publicity pre projekt v oboch členských štátoch.

Pravidlá pre komunikáciu a viditeľnosť projektov financovaných z EFRR sú upravené v Nariadení EK č. 1060/2021, Príloha IX, čl. 47, 49 a 50 (povinnosti prijímateľov) a v nariadení EK pre Interreg č. 1059/2021, čl. 36.

Dôležitosť opatrení v rámci informačnej a komunikačnej aktivity je podčiarknutá aj tým, že ide o povinnú akciu, ktorá musí byť uvedená už vo formulári projektovej žiadosti. Pokiaľ ide o ostatné akcie, mali by byť jasne definované ciele informovania a komunikačné akcie, a to hlavné aktivity, ktoré sa majú vykonať, príslušné cieľové skupiny, očakávané výstupy a úlohy partnerov.

Aktivity, ktoré nie sú v súlade s pravidlami komunikácie a viditeľnosti stanovenými Európskou komisiou a Programom, nebudú oprávnené. Všetci partneri, ktorí sa zúčastňujú na projekte a vykonávajú činnosti v rámci projektu, musia zdieľať propagáciu projektu minimálne v príslušnej cezhraničnej oblasti.

Súlad s týmito minimálnymi požiadavkami bude kontrolovať RO/SpS/FLC – vo všeobecnosti musia byť všetky výstupy týkajúce sa komunikácie a viditeľnosti predložené ako súčasť monitorovacích správ na úrovni projektu.

2. Povinnosti partnerov

Komunikácia pomáha účinne realizovať projekt. Umožňuje partnerom dostať sa s informáciou o ich zámere k rôznym skupinám, aby ich mohli napríklad: osloviť kvôli účasti na projekte; získať potenciálnych partnerov, s ktorými budú realizovať budúce projekty; informovať a povzbudzovať miestnu komunitu, aby využívala výsledky projektu; povzbudiť záujem médií o výsledky projektu a vďaka tomu budovať pozitívny obraz o sebe a o EÚ, ktorá spolufinancovala projekt; inšpirovať zodpovedné osoby rozhodujúce na miestnej úrovni, aby vyvíjali ďalšie kroky v oblasti, ktorá je témou projektu.

Je preto dôležité, aby si partneri už vo fáze prípravy projektu naplánovali komunikačné aktivity a zohľadnili ich v komunikačnom pláne, ktorý je neoddeliteľnou súčasťou žiadosti o nenávratný finančný príspevok.

Dôležitá je aj správna komunikácia medzi partnermi projektu, pretože im umožňuje navzájom sa pochopiť a prispieva k budovaniu vzájomnej dôvery. To následne ovplyvňuje efektívnu realizáciu projektu.

2.1 Povinnosti vyplývajúce z nariadení EÚ

Medzi povinnosti každého partnera v oblasti komunikácie a viditeľnosti podľa platných nariadení EÚ patria:

- a) používanie loga Programu počas realizácie aktivít týkajúcich sa publicity, transparentnosti a komunikácie,
- b) zverejnenie stručného opisu projektu na internetovej stránke alebo na sociálnych sieťach partnerov (ak ich prevádzkujú) s uvedením cieľov, výsledkov, informácií o získaní príspevku z Programu,
- c) zverejňovanie informácií o príspevku z programu v dokumentoch a informačných materiáloch spojených s realizáciou projektu a určených pre verejnosť alebo účastníkov viditeľným spôsobom,
- d) umiestnenie trvalých informačných tabúľ alebo pamätných tabúľ obsahujúcich logo programu na verejne dostupných miestach (uvedené je potrebné urobiť bezodkladne po začatí vecnej realizácie projektu, v ktorom sú naplánované fyzické investície alebo nákup vybavenia, a v prípade projektov s hodnotou nad 100 000 € po inštalácii zakúpených zariadení),
- e) v prípade projektov, na ktoré sa nevzťahuje písmeno d), umiestnenie aspoň jedného plagátu vo formáte minimálne A3 alebo rovnocenné elektronické zobrazenie s informáciou o projekte a podpore z programu na verejne dostupných miestach,
- f) usporiadanie informačného podujatia a zapojenie EK, RO a NO do tohto podujatia – vzťahuje sa na projekty so strategickým významom a projekty s celkovou hodnotou presahujúcou 5 000 000 €.

ČASŤ IV –KOMUNIKÁCIA A VIDITEĽNOSŤ

V prípade **fondy malých projektov** prijímateľ zabezpečí v zmluve s konečnými príjemcami dodržiavanie povinnosti verejného informovania o projekte.

Partneri sú tiež povinní na žiadosť európskych inštitúcií, orgánov a ich organizačných jednotiek, napr. EK, sprístupňovať materiály spojené s komunikáciou a publicitou.

2.2 Ďalšie povinnosti partnerov

V zmysle usmernení musia byť symboly a logá viditeľné a povinný text musí byť čitateľný a zrozumiteľný. Riadiaci orgán požaduje dodržať tieto zásady:

- symboly, logá a text umiestniť na prednej strane predmetu,
- zachovať proporcionalitu medzi logami,
- znak EÚ, odkaz na EÚ a ďalšie súvisiace náležitosti musia byť vždy v takej veľkosti, aby boli dostatočne výrazné, viditeľné, čitateľné a zrozumiteľné,
- publicita môže byť zabezpečená v akomkoľvek jazyku partnera s výnimkou loga programu. Logo programu nie je možné prekladať do iného jazyka, ani meniť jeho dizajn.

Partneri sú taktiež povinní SpS predložiť:

- fotografickú a audiovizuálnu dokumentáciu z realizácie projektu (o. i. fotografie, filmy, rádiové a televízne programy, články, a pod.). Partneri sú povinní umožniť využívanie tejto dokumentácie na účely informačno-propagačných aktivít programových inštitúcií.
- informácie o plánovaných a aktuálnych aktivitách v oblasti informovania a komunikácie v projekte (napr. o organizovanej konferencii, podujatí) a o ukončených dôležitých etapách projektu, vrátane projektových výstupov a výsledkov (napr. publikácia).

2.3 Pravidlá pre správne zaistenie publicity projektov a posudzovanie jeho naplnenia

Výdavky na komunikáciu a viditeľnosť sú oprávnené k financovaniu z EFRR, ak sú zahrnuté v rozpočte, ktorý je súčasťou žiadosti o nenávratný finančný príspevok.

Povinnosti týkajúce sa propagácie projektu sú zakotvené takisto v Zmluve o poskytnutí NFP a sú pre všetkých PP záväzné. Ak nie sú naplnené ani po výzve RO, môže to viesť k sankciám v podobe nevyplatenia časti príspevku, resp. nutnosti vrátenia už vyplatených finančných prostriedkov ako je uvedené nižšie.

Publicita sa posudzuje z nasledovných hľadísk:

- z hľadiska jednotlivých výstupov projektu – výstupom sa rozumie to, čo slúži k naplneniu cieľov projektu (napr. vydaná publikácia, mapa, kultúrne podujatie,

ČASŤ IV –KOMUNIKÁCIA A VIDITEĽNOSŤ

školenie, postavená infraštruktúra, nakúpené zariadenie a pod.). V prípade, ak má projekt viac výstupov, povinná publicita sa posudzuje u každého samostatne. Cieľom je posúdiť, či bola verejnosť alebo účastníci akcie informovaní o zdrojoch financovania daného výstupu projektu a ak áno, či tieto informácie spĺňali všetky povinné náležitosti.

- z hľadiska jednotlivých prostriedkov (nosičov) publicity – prostriedkom publicity sa rozumie napr. plagát, leták, pozvánky a pod., t. j. predmety, ktorých cieľom je upútať pozornosť verejnosti a potenciálnych účastníkov na daný projekt, resp. jeho dielčí výstup. Posudzuje sa, či tieto prostriedky (nosiče) publicity obsahujú všetky povinné náležitosti publicity.
- v prípade obstarávania zariadení platí, že nie je nutné označovať tie predmety, ktoré nie sú určené cieľovej skupine alebo verejnosti, ale sú primárne určené projektovým partnerom (napr. HW vybavenie pre administráciu projektu, vybavenie kancelárie pre administráciu projektu a pod.). Ďalej nie je nevyhnutné označovať vybavenie určené pre cieľovú skupinu či verejnosť pokiaľ toto vybavenie tvorí súbor predmetov a publicita je v mieste, kde sa vybavenie nachádza zabezpečená hromadne napr. informačnou tabuľou, plagátom A3 a pod. (napr. v učebni vytvorenej v rámci projektu nie je nutné označovať každý kus nábytku alebo techniky, pokiaľ je v učebni umiestnená informačná tabuľa spĺňajúca náležitosti publicity).



V prípade, ak dôjde k poškodeniu niektorého z nástrojov publicity cudzou osobou, je PP povinný opraviť tento nástroj (uviesť do pôvodného stavu) minimálne na dobu udržateľnosti projektu.

2.4 Sankcie za nedodržanie pravidiel publicity

V prípade nedodržiavania povinností z oblasti komunikácie a viditeľnosti vyplývajúcich z nariadení a nerealizovania nápravných opatrení, RO pri zohľadnení zásady proporcionality pristúpi k zníženiu príspevku, ktorý bol poskytnutý danému partnerovi, a to vo výške maximálne 2% z celkovej sumy poskytnutého príspevku.



Všetky pravidlá a povinnosti partnerov z oblasti komunikácie a viditeľnosti nájdete v kapitole 2. Povinnosti partnerov. Informácie ohľadom presného používania loga programu nájdete v **Dizajn manuáli**, ktorý je prílohou tohto dokumentu.

3. Komunikácia v rámci projektu

3.1 Webová stránka a/alebo sociálne médiá

Počas realizácie aktivít projektu PP informuje verejnosť prostredníctvom svojho/projektového webového sídla/internetovej stránky a/alebo prostredníctvom sociálnych médií (ak ich partneri projektu prevádzkujú). Pre projekt nie je potrebné vytvárať samostatnú stránku alebo profil na sociálnych médiách, ale ak tak urobíte, dodržte všetky náležitosti uvedené nižšie a umiestnite logo Programu na viditeľné miesto. Odporúčame informácie o projekte pravidelne aktualizovať. Je prínosné uverejňovať novinky o projekte, informácie po dokončení významných fáz projektu, ako aj informácie o dosiahnutí produktov a výsledkov.

3.1.1 Webová stránka

Na webovej stránke inštitúcie/organizácie PP uverejnia krátky opis projektu, ktorý obsahuje:

- ciele,
- výsledky,
- informáciu o výške finančného príspevku z EFRR,
- logo Programu.

Opis projektu je potrebné umiestniť na webovú stránku **na začiatku** realizácie projektu. Logo Programu, ktoré je prepojené so symbolom Európskej únie, by malo byť umiestnené na viditeľnom mieste, najlepšie v hornej časti stránky. Na webovej stránke projektu, poprípade pri opise projektu na webovej stránke organizácie, je potrebné uviesť informáciu o webovej stránke Programu (www.sk-cz.eu).

Webové stránky by sa mali udržiavať minimálne počas celej doby trvania projektu a v období udržateľnosti.

3.1.2 Sociálne médiá

Sociálne médiá by mali obsahovať rovnaké prvky ako webová stránka, a to krátky opis projektu, ktorý obsahuje:

- ciele,
- výsledky,
- informáciu o výške finančného príspevku z EFRR,
- logo Programu.

Opis je potrebné zverejniť **na začiatku** realizácie projektu. Informácia o podpore z Programu je umiestnená na viditeľnom mieste v popise profilu. Logo Programu je takisto na viditeľnom mieste (napríklad tam, kde je banner, profilová fotografia). Logo musí byť čitateľné, nemôže byť orezané kvôli obmedzeniam banneru resp. profilovej fotky.

ČASŤ IV –KOMUNIKÁCIA A VIDITEĽNOSŤ

V príspevkoch o projekte, ktoré PP uverejňuje na sociálnych sieťach, uvádza aj odkaz na podporu z Programu, a to uvedením informácie v texte alebo loga programu na grafike/fotografii, alebo program označí v texte.

Odporúčame pridať hashtagy:

- programové (#Interreg, #InterregSKCZ),
- EÚ (#EÚ, #EuropeanCommission, #cofinancedbyEÚ),
- iné, napríklad tematicky súvisiace s aktivitami projektu.

Informácie o projekte odporúčame pravidelne aktualizovať. Profily by mali byť udržiavané minimálne počas obdobia udržateľnosti projektu.

3.2 Spôsob zaistenia publicity podľa typu projektu

3.2.1 Projekty nad 500 000 € s financovaním infraštruktúry a stavebných činností

V prípade projektu, ktorý spĺňa obe tieto podmienky súčasne:

- celkový verejný príspevok (EFRR + štátny rozpočet) na Projekt presahuje 500 000 €,
- projekt je zameraný na financovanie infraštruktúry a stavebných činností.

sú PP povinní umiestniť v mieste realizácie projektu dočasnú dostatočne veľkú veľkoplošnú reklamnú tabuľu, ktorá musí obsahovať:

- logo Programu, ktoré je prepojené so symbolom Európskej únie s vyhlásením „Spolufinancovaný z EÚ“,
- názov a cieľ projektu,
- odkaz na webovú stránku projektu, ak je vytvorená, alebo webovú stránku Programu.

Tieto informácie musia zaberat' najmenej 25% plochy tabule. Logo Programu musí byť najväčšie spomedzi znakov umiestnených na tabuľi, musí sa nachádzať v hornej časti tabule a musí mať príslušnú veľkosť berúc do úvahy rozmery tabule. Veľkoplošná tabuľa musí byť umiestnená na príslušnom mieste po celú dobu realizácie projektu.

Veľkosť reklamnej tabule odporúčame prispôbiť úmerne podľa hodnoty spolufinancovania z EFRR, minimálne však od rozmerov 250x150 cm. Po fyzickom ukončení aktivít projektu sa reklamná tabuľa nahradí trvalou vysvetľujúcou tabuľou.

Limit 500 000 € sa vzťahuje na celý projekt. V prípade, že partneri realizujú projekt na rôznych miestach, nie je nutné, aby boli v priebehu realizácie projektu umiestnené veľkoplošné reklamné tabule na mieste realizácie projektu každého z PP, ale postačuje, aby bola reklamná tabuľa umiestnená tam, kde prebieha realizácia najväčšej časti investičných aktivít projektu. Na ostatných miestach, kde je realizovaná infraštruktúra a stavebné činnosti, je potrebné umiestniť aspoň menšie informačné tabule pre verejnosť.

ČASŤ IV –KOMUNIKÁCIA A VIDITEĽNOSŤ

Najneskôr do 3 mesiacov po fyzickom ukončení aktivít projektu sa dočasná veľkoplošná tabuľa nahradí dobre viditeľnou a dostatočne veľkou stálou vysvetľujúcou tabuľou. Stála vysvetľujúca tabuľa musí obsahovať nasledovné náležitosti, ktoré pokrývajú najmenej 25 % plochy tabule:

- logo Programu, ktoré je prepojené so symbolom Európskej únie s vyhlásením „Spolufinancovaný z EÚ“,
- názov a cieľ projektu,
- výšku podpory z EFRR.

Logo Programu musí byť najväčšie spomedzi znakov umiestnených na tabuli, musí sa nachádzať v hornej časti tabule a musí mať príslušnú veľkosť berúc do úvahy rozmer tabule. Umiestnenie tejto tabule HP/PP zdokumentuje a HP doloží SpS do 3 mesiacov od ukončenia projektu (prostredníctvom Záverečnej monitorovacej správy).

3.2.2 Projekty nad 500 000 € zamerané na nákup hmotného predmetu

V prípade projektu, ktorý spĺňa obe tieto podmienky súčasne:

- celkový verejný príspevok (EFRR + štátny rozpočet) na projekt presahuje 500 000 €;
- projekt je zameraný na nákup hmotného predmetu,

sú PP, ktorých sa nákup hmotného predmetu týka, najneskôr do 3 mesiacov po fyzickom ukončení aktivít projektu povinní umiestniť v mieste realizácie projektu dobre viditeľnú a dostatočne veľkú stálu vysvetľujúcu tabuľu. Stála vysvetľujúca tabuľa musí obsahovať nasledovné náležitosti, ktoré pokrývajú najmenej 25 % plochy tabule:

- logo Programu, ktoré je prepojené so symbolom Európskej únie s vyhlásením „Spolufinancovaný z EÚ“,
- názov a cieľ projektu,
- výšku podpory z EFRR.

Umiestnenie tejto tabule HP/PP zdokumentuje a HP doloží SpS do 3 mesiacov od ukončenia projektu (prostredníctvom Záverečnej monitorovacej správy).

3.2.3 Ostatné projekty

Ostatné projekty budú označené v závislosti od výšky príspevku z verejných zdrojov pre každého partnera projektu nasledovne:

- príspevok z verejných zdrojov pre partnera vo výške do 100 000 €: partner projektu umiestni počas realizácie projektu na viditeľné miesto (napr. vstupné priestory do budovy) reklamnú tabuľu alebo plagát s minimálnym rozmerom 60 x 50 cm s informáciami o projekte (logo Programu, ktoré je prepojené so symbolom Európskej únie s vyhlásením „Spolufinancovaný z EÚ“),
- príspevok z verejných zdrojov pre partnera vo výške 100 000 € a viac: partner umiestni počas realizácie projektu na viditeľné miesto (napr. vstupné priestory do budovy)

ČASŤ IV –KOMUNIKÁCIA A VIDITEĽNOSŤ

reklamnú tabuľu alebo plagát s minimálnym rozmerom 150x100 cm s informáciami o projekte (logo Programu, ktoré je prepojené so symbolom Európskej únie s vyhlásením „Spolufinancovaný z EÚ“ a názov/logo Projektu),

V prípade, ak má PP webovú stránku, zverejní na nej stručný popis projektu vrátane cieľov a výsledkov a uvedie logo Programu, ktoré je prepojené so symbolom Európskej únie s vyhlásením „Spolufinancovaný z EÚ“, podľa vyššie uvedených pravidiel.

3.3 Príklady správneho zaistenia publicity

3.3.1 Tlačené výstupy (publikácie, brožúry, letáky, plagáty, pozvánky, diplomy, atď.)

Všetky povinné náležitosti (t.j. logo Programu, ktoré je prepojené so symbolom Európskej únie s vyhlásením „Spolufinancovaný z EÚ“, názov/logo projektu) musia byť uvedené na prednej strane obalu, obálky (resp. úvodnej strane ak je obal priehľadný), nie vo vnútri brožúry alebo na poslednej strane. To isté platí aj pre tlačové správy a inzeráty. Všetky povinné náležitosti musia byť uvedené aj na internetovej stránke daného projektu a na elektronických výstupoch (na obale CD, resp. i na samotnom CD).

Z dôvodu šetrenia životného prostredia sa odporúča pripraviť elektronickú verziu (dostupnú pre osoby s rôznymi špecifickými potrebami) a zverejniť ju na webovej stránke projektu/internetovej stránke inštitúcie/organizácie partnerov. PP sú povinní informovať SpS, že vydali publikáciu, brožúru, atď., a poskytnúť jednu kópiu alebo poslať odkaz na ňu. Na publikáciu je nutné uviesť poznámku „Bezplatná publikácia“ a „Výhradnú zodpovednosť za obsah tejto publikácie nesú jej autori a nedá sa stotožniť s oficiálnym stanoviskom Európskej únie“.

3.3.2 Kultúrne a športové akcie, výstavy, súťaže, konferencie, semináre, vzdelávanie

Pri realizácii týchto projektových aktivít je potrebné vyvesiť vlajku Európskej únie v mieste konania akcie alebo inštalovať informačnú tabuľu (plagát, minimálne 20 X 30 cm). Účastníci podujatia musia byť aj slovne informovaní, že projekt je realizovaný s finančným príspevkom Európskej únie. Na sprievodných materiáloch (t. j. napr. materiály pre účastníkov, prezentácie, prezenčné listiny) musia byť uvedené všetky povinné náležitosti publicity.

3.3.3 Podujatia organizované programom alebo EÚ

PP je povinný poskytnúť RO súčinnosť pri organizovaní informačných a komunikačných podujatí alebo aktivít Programu organizovaných RO/SpS alebo EK (napr. EC day - Deň európskej spolupráce“, „Regiostars Awards“ – súťaž organizovaná EK pre projekty financované z fondov EÚ, súťaž „SLAM project awards“, aktivita „EU in my region“atď.)

ČASŤ IV –KOMUNIKÁCIA A VIDITEĽNOSŤ

3.3.4 Smerové tabule

Stačí uviesť logo Programu, ktoré je prepojené so symbolom Európskej únie s vyhlásením „Spolufinancovaný z EÚ“ (netýka sa dopravných značiek).

3.3.5 Kroje

V prípade, že budú z projektu obstarané kroje alebo podobné druhy ošatenia, ktoré by boli umiestnením publicity na viditeľnom mieste znehodnotené, PP zabezpečí publicitu použitím banera umiestneného pri všetkých akciách, kde bude takéto ošatenie (kroje) použité.

3.3.6 Správne zaistenie publicity – špecifické prípady

Vo výnimočných a odôvodnených prípadoch, kedy by z dôvodu použitia špecifického podkladového materiálu bolo dodržanie podmienok použitia publicity neestetické, alebo by nezapadalo do okolitého prostredia, nemusí partner dodržať predpísanú formu. Takýmto výstupom publicity môže byť napr. drevená, kovová alebo kamenná označujúca/vysvetľujúca tabuľa, na ktorej sú povinné prvky publicity vytvorené technológiou gravírovania alebo vyrezávania priamo do podkladového materiálu (dreva, kovu, kameňa). Aj v týchto špecifických prípadoch je však projektový partner povinný zabezpečiť publicitu so správnymi náležitosťami (napr. doplnková tabuľa), ktorá môže byť umiestnená na inom viditeľnom mieste, ktoré nenaruša estetiku a celkový dojem. V prípade dodržania uvedeného budú za oprávnené považované aj náklady na obstaranie predmetov publicity, na ktoré bol uplatnený vyššie popísaný postup.



Výstupy publicity je potrebné vopred konzultovať s SpS.

3.4 Používanie jednoduchého jazyka

Texty o Európskych fondoch sú texty verejné. Mali by byť zrozumiteľné a prístupné pre každého – bez ohľadu na vek, úroveň vzdelania alebo iné špeciálne potreby. Odporúčame písať ich jednoduchým a stručným jazykom, aby im čitateľ po jednom prečítaní porozumel a aby ťažký jazyk nebol pre čitateľa prekážkou.

Zjednodušiť je možné: názov projektu, popis projektu, plagát, publikácie, aktuality na webovej stránke, príspevky na sociálnych sieťach, letáky, brožúry, texty do tlače, pozvánky, newsletter.

Techniky zjednodušenia:

- vysvetľovať pojmy pomocou prístupných definícií a prostredníctvom príkladov,
- vo výkazoch alebo správach zachovávať chronologické poradie,
- v textoch pre široké publikum uvádzať najdôležitejšie informácie ako prvé,
- obmedziť vetu na jednu vedúcu myšlienku,
- vytvárať krátke vety – do 20 slov (uistiť sa, že jednotlivé vety v odseku na seba nadväzujú a tvoria jeden celok),
- oslovovať príjemcu priamo,
- pokiaľ je to možné, vyhýbať sa zložitým odborným termínom,
- používať slová, ktoré sa vyskytujú v každodennej komunikácii,
- dešifrovať skratky a akronymy,
- nepoužívať oficiálny štýl,
- čo najčastejšie používať slovesá (oživujú text a zviditeľňujú v ňom ľudí – aktérov deja),
- nepoužívať obvyklé, šablónovité frázy (napr. v súvislosti s vyššie uvedeným, v rozsahu vyššie uvedeného).

4. Logo

4.1 Logo Programu

Logo Programu vzniklo kombináciou loga Programu, symbolu Európskej únie a informácie o spolufinancovaní. Názov Programu sa nachádza pod názvom Interreg.

PP sú povinní používať logo Programu vo všetkých informačných a propagačných materiáloch na viditeľnom mieste. Viac informácií o použití loga sa nachádza v **Dizajn manuáli**, ktorý je prílohou tohto dokumentu.

Obrázok: Logo programu



Slovensko – Česko

4.2 Názov a logo projektu

4.2.1 Názov projektu

Krátke a pútavé názvy projektov sú ľahšie zapamätateľné a propagovateľné. Ak nie je možné sformulovať krátky názov projektu, odporúčame použiť akronym, ktorý bude chytľavý a bude vystihovať podstatu projektu.

4.2.1 Logo projektu

Logo projektu je možné vytvoriť spojením názvu/akronymu projektu s logom Programu. V prípade, ak má projekt svoje vlastné logo, je potrebné použiť logo Programu vždy, keď sa používa názov/akronym projektu alebo logo projektu.

Obrázok: Logo projektu - príklad



Slovensko – Česko

NÁZOV PROJEKTU

5. Komunikačný plán projektu

Komunikačný plán opisuje ako sa budú vykonávať informačné a propagačné aktivity v rámci projektu. Odporúčame projektovým partnerom, aby komunikačný plán pripravili spoločne. Informačné a komunikačné ciele, cieľové skupiny a aktivity, ako aj zvolené komunikačné nástroje je potrebné uvádzať v žiadosti o nenávratný finančný príspevok.

V komunikačnom pláne projektu sa uvádzajú:

- komunikačné ciele, minimálne dva – na začiatok a na ukončenie realizácie projektu,
- cieľové skupiny priamo prepojené s komunikačnými cieľmi,
- komunikačné aktivity (aspoň tie, ktoré vyplývajú zo stanovených povinností partnerov),
- doplňujúce aktivity, ktoré pomôžu dosiahnuť naplánovaný cieľ a osloviť cieľové skupiny,
- komunikačné nástroje prispôsobené každej aktivite a cieľová číselná hodnota (kusy alebo osoby),
- partner, ktorý bude zodpovedný za realizáciu komunikačnej aktivity.

5.1 Príklady komunikačných cieľov, cieľových skupín, aktivít a komunikačných nástrojov

5.1.1 Komunikačné ciele

Komunikačné ciele by mali priamo súvisieť s hlavnými cieľmi projektu, ale nemali by byť totožné. Odporúčame určiť si aspoň dva komunikačné ciele na úrovni projektu (na začiatku a na konci realizácie). Ak si to špecifiká projektu vyžadujú, je možné uviesť ďalšie ciele pre dôležité fázy projektu.

Podporné otázky:

- Aký je cieľ vášho projektu a ako ho môžete dosiahnuť?
- Čo chcete propagovať – aké aktivity, aký produkt alebo službu?
- O čom chcete informovať na začiatku/počas/na konci projektu a za akým účelom?

5.1.2 Cieľové skupiny

Účinnosť komunikácie závisí od správnej identifikácie adresátov aktivít. Cieľové skupiny v kontexte informačných a propagačných aktivít nemusia byť rovnaké ako cieľové skupiny projektu a môžu sa v rôznych fázach projektu meniť.

Cieľovými skupinami informačných a propagačných aktivít môžu byť napríklad účastníci projektových aktivít, médiá, miestne a regionálne orgány atď.

5.1.3 Komunikačné aktivity

Komunikačné aktivity sú aktivity, ktoré pomáhajú dosiahnuť komunikačný cieľ a osloviť cieľovú skupinu.

Príklad:

- tematická konferencia na konkrétnu tému spojená s prezentáciou projektu, výsledkov prieskumu a diskúsiou s odborníkmi,
- kampaň v sociálnych médiách,
- spolupráca s médiami: pravidelné zasielanie tlačových informačných poznámok do regionálneho týždenníka o novinkách, účinkoch a zmenách, ktoré sa uskutočnili vďaka projektu; sponzorovaný článok v celoštátnych novinách; rozhovor v regionálnej televízii.

5.1.4 Komunikačné nástroje

Komunikačné nástroje sú používané na šírenie informácií o projekte, jeho akciách a výsledkoch medzi vybranými cieľovými skupinami.

Príklad základných komunikačných nástrojov:

- vnútorné materiály,
- osobné/on-line stretnutia,
- webová stránka,
- aktivity v oblasti vzťahov s verejnosťou (podujatia, publikácie, spolupráca s influencermi),
- reklamné kampane.

Pri každom komunikačnom nástroji je potrebné uviesť konečnú cieľovú hodnotu (počet kusov alebo osôb). To umožní počas realizácie projektu posúdiť, či bol cieľ dosiahnutý, a skontrolovať, či komunikácia v rámci projektu prebieha podľa plánu.

Príklad:

- úvodné stretnutie projektu (100 ľudí),
- články v miestnej tlači (3 kusy),
- mapa – sprievodca (500 kusov).

5.2 Úlohy partnerov

Je potrebné určiť, ktorý z partnerov projektu bude zodpovedný za daný komunikačný cieľ a informačné a propagačné aktivity, ktoré ho majú dosiahnuť. Za tú istú úlohu môže byť zodpovedných niekoľko partnerov.

ČASŤ IV –KOMUNIKÁCIA A VIDITEĽNOSŤ

Pre zefektívnenie práce projektového tímu, odporúčame určiť si jednu osobu, ktorá bude koordinovať komunikáciu v rámci projektu a udržiavať kontakt s externými subjektmi. V závislosti od typu a veľkosti projektu môže túto osobu podporovať tím pre komunikáciu.



6. Prílohy

Príloha č. IV.1 Dizajn manuál