

## Załącznik

Do Zarządzenia Nr 4/POKL/09 Kierownika Ośrodka Pomocy Społecznej Gminy Lubawa z dnia 6 kwietnia 2009r. w sprawie wprowadzenia Strategii informacyjno – promocyjnej w projekcie pn. „Mortęgi – wieś inicjatyw pozytywnych” realizowanym w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki, Priorytet VII Promocja integracji społecznej, Działanie 7.3 Inicjatywy lokalne na rzecz aktywnej integracji.



# STRATEGIA INFORMACYJNO - PROMOCYJNA PROJEKTU „MORTEGI – WIEŚ INICJATYW POZYTYWNYCH”

## I. WSTĘP

Ośrodek Pomocy Społecznej Gminy Lubawa w okresie od 01-04-2009 r. do 31-03-2010r. realizuje projekt pn. „Mortęgi – wieś inicjatyw pozytywnych” w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki Priorytet VII Promocja integracji społecznej, Działanie 7.3 Inicjatywy lokalne na rzecz aktywnej integracji.

Promocja stanowi **ZADANIE 2.** projektu, które będzie realizowane przez cały okres jego trwania.

## II. PODSTAWY PRAWNE ZASAD PROWADZENIA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO – PROMOCYJNYCH W PROJEKTACH WYKORZYSTUJĄCYCH FUNDUSZE EUROPEJSKIE, w tym: PROJEKTU „MORTEGI – WIEŚ INICJATYW POZYTYWNYCH”

Prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych jest obowiązkiem każdego państwa członkowskiego Unii Europejskiej, korzystającego z EFS. Obowiązek prowadzenia działań promocyjnych zawarty jest w *Rozporządzeniu Rady (WE) nr 1083/2006 z dnia 11 lipca 2006 roku ustanawiającym przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylające rozporządzenie (WE) nr 1260/1999.*

Podstawy prawne zasad prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych określone zostały również w innych dokumentach:

- 1) *Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności w latach 2007-2013*, która jest dokumentem krajowym regulującym kwestie dotyczące obowiązków informacyjnych i komunikacyjnych odnoszącym się do wszystkich funduszy UE.
- 2) *Wytycznych Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia 2007-2013 z dnia 13.08.2007r.* zawierających dodatkowe



uregulowania krajowe dotyczące obowiązków informacyjnych na poziomie odnoszącym się do wszystkich funduszy UE.

- 3) **Planie Komunikacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki na lata 2007-2013 z dnia 04.02.2009r.**, który jest dokumentem krajowym regulującym kwestie dotyczące obowiązków informacyjnych i komunikacyjnych na poziomie Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki. Dokument ten określa zasady komunikacji w ramach PO KL z uwzględnieniem spójnej wizualizacji i przekazu. Plan Komunikacji wyznacza również kierunki komunikacji dla wszystkich instytucji i podmiotów, które z racji pełnionych funkcji lub realizowanych przedsięwzięć mają obowiązek prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych w tym zakresie. Stosowanie zasad i rozwiązań przyjętych w *Planie Komunikacji* jest obligatoryjne dla wszystkich instytucji zaangażowanych w działania informacyjne i promocyjne Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki i Europejskiego Funduszu Społecznego. Stanowi także podstawę do opracowania *Strategii informacyjno-promocyjnej projektu „Mortęgi – wieś inicjatyw pozytywnych”*.
- 4) **Wytycznych dotyczących oznaczania projektów w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki z dnia 04.02.2009r.**, które stanowią integralną część *Planu Komunikacji PO KL*.

### III.

#### OGÓLNE ZAŁOŻENIA DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH W RAMACH PROJEKTU „MORTEGI - WIEŚ INICJATYW POZYTYWNYCH”

Na potrzeby projektu został zaplanowany szereg działań informacyjnych i promocyjnych, które powinny być realizowane w taki sposób aby zapewnić:

- 1) **Dotarcie do szerokich kręgów społeczeństwa z informacjami na temat projektu i jego współfinansowaniu przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.**
- 2) **Informowanie potencjalnych beneficjentów ostatecznych – rekrutacja uczestników.**

Działania informacyjne i promocyjne prowadzone w ramach projektu skierowane będą do szerokich kręgów społeczeństwa, w tym także do potencjalnych beneficjentów ostatecznych. Dzięki temu możliwe będzie przeprowadzenie rekrutacji uczestników do udziału w projekcie. Dlatego ważne jest aby narzędzia i metody działań informacyjnych i promocyjnych były precyzyjnie dobrane do potrzeb i charakterystyki grupy docelowej. Pozwoli to na zainteresowanie udziałem w projekcie większej grupy odbiorców.

Aby jednak ogólne założenia działań informacyjno – promocyjnych zostały osiągnięte należy pamiętać aby:

- miały one charakter kompleksowy tzn. zawierały zarówno elementy werbalne i wizualne,
- cechowały je: wiarygodność, obiektywizm, praktyczność, łatwość identyfikacji oraz dostępność.

Ważne jest także uwzględnienie takich elementów jak to, kto jest adresatem komunikatu i dostosowywanie pod tym kątem wszystkich elementów przekazu.

Należy zwrócić uwagę na ilość zawartych informacji, poziom ich złożoności, język przekazu oraz sam zakres informacji. Publikacje i materiały powinny być przygotowywane w sposób obrazowy, wiarygodny. Dobrze gdy będą oddziaływać na wyobraźnię odbiorców. Powinny być one również odpowiednio oznakowane.

Bardzo ważny jest także dobór mediów. Aby informacja o realizowanym projekcie dotarła do jak największej ilości potencjalnych beneficjentów ostatecznych należy wybrać takie media z których te grupy najczęściej czerpią informacje. Wybierając środek przekazu informacji należy brać pod uwagę:

- cel jaki chcemy osiągnąć przekazując daną informację i przygotowując materiały,
- w jaki sposób, kiedy i dlaczego wykorzystane będzie dane narzędzie oraz z jakim skutkiem.

Działania informacyjne i promocyjne kierowane do potencjalnych beneficjentów ostatecznych mają na celu przede wszystkim, zainteresowanie jak największej ilości osób udziałem w projekcie poprzez dostarczenie rzetelnych, zrozumiałych i szczegółowych informacji o projekcie.

Promocja projektu ma służyć rekrutacji uczestników, która w niniejszym projekcie będzie odbywać się etapowo:

- I etap : IV 2009r. (pierwszy miesiąc realizacji)
- II etap : V –X 2009r. (przed rozpoczęciem poszczególnych form wsparcia)

Informacja o rekrutacji będzie rozpowszechniana poprzez portale internetowe: [www.gopslubawa.pl](http://www.gopslubawa.pl), [www.e-lubawa.pl](http://www.e-lubawa.pl), [www.lubawamojemiasto.pl](http://www.lubawamojemiasto.pl), [www.ngo.pl](http://www.ngo.pl) oraz inne w miarę potrzeb; ogłoszenia parafialne; ogłoszenia w lokalnej prasie, wiadomości wywieszane na tablicy ogłoszeń Ośrodka Pomocy Społecznej Gminy Lubawa, Urzędu Gminy Lubawa oraz Rady Sołectkiej wsi Mortęgi.

Zasady rekrutacji uczestników do projektu „Mortęgi – wieś inicjatyw pozytywnych” będzie określał Regulamin rekrutacji i uczestnictwa w projekcie.

**W ramach działań informacyjno-promocyjnych niniejszego projektu w szczególności należy pamiętać o wizualizacji projektu, tj.:**

- 1) Oznaczeniu w logotypy EFS, PO KL i UE,
- 2) Informowaniu o współfinansowaniu przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

#### **Odnosi się to w szczególności do :**

##### **1) Oznaczania pomieszczeń, w których realizowany jest projekt tj:**

- biura projektu,
- sal warsztatowych,
- innych sal, w których realizowane są działania w ramach projektu.

Informacja o współfinansowaniu powinna być **umieszczona w widocznym miejscu i czytelna** dla wszystkich osób uczestniczących w działaniach realizowanych w danym miejscu. Każde pomieszczenie, w którym realizowany jest projekt powinno zostać oznaczone poprzez **wywieszenie plakatu, tablicy, naklejki** lub innego rodzaju informacji zawierającej informację o współfinansowaniu projektu przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

##### **2) Oznaczania sprzętu i wyposażenia zakupionego w ramach projektu;**

Sprzęt, wyposażenie zakupione na potrzeby projektu musi być **wyraźnie oznakowane w widocznym miejscu, a napis oraz logotypy powinny być czytelne i wyraźne**. W ramach oznaczania sprzętu możliwe jest wykorzystywanie naklejek papierowych, naklejek na folii samoprzylepnej, tabliczek plastikowych, metalowych, naszywek z materiału, itp. Nie ma obowiązku oznaczania materiałów biurowych oraz małego sprzętu o niewielkiej wartości – np. zszywacze, dziurkacze, itp.

### 3) Informowania o współfinansowaniu stanowisk pracy w ramach projektu;

Informacja o współfinansowaniu stanowiska pracy przez UE w ramach EFS, PO KL powinna zostać zawarta w opisie stanowiska i w zakresie obowiązków pracownika.

W bezpośrednim miejscu pracy osób, których wynagrodzenie współfinansowane jest przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego powinna zostać zamieszczona informacja o współfinansowaniu stanowiska w formie tabliczki, informacji wywieszanej np. przed pokojem, w którym dana osoba wykonuje obowiązki.

### 4) Oznaczania publikacji, materiałów promocyjnych oraz udzielania informacji o współfinansowaniu podczas konferencji, warsztatów, spotkań, imprez integracyjno-aktywizacyjnych oraz innych wydarzeń realizowanych w ramach projektu;

Informacja o współfinansowaniu powinna znaleźć się co najmniej na:

- ❖ **zaproszeniach** – zarówno przekazywanych w formie papierowej, jak i elektronicznej, również jeśli zaproszenie jest zaproszeniem otwartym, w formie ogłoszenia, ogłoszenia prasowego, plakatu, itp.
- ❖ **plakatach, informacjach, ogłoszeniach** umieszczonych w sali, w miejscu widocznym dla uczestników spotkania lub/oraz przed wejściem do sali; informacja o współfinansowaniu może się również znajdować na elementach scenografii, wystroju stanowiska, jak również w formie roll-upów, banerów reklamowych, transparentów itp.,
- ❖ **materiałach, które otrzymują uczestnicy konferencji, spotkań, wydarzeń** - w szczególności na publikacjach, gadżetach, prezentacjach, materiałach audiowizualnych.

O ile formuła spotkania na to pozwala, informacja o współfinansowaniu powinna zostać również przekazana uczestnikom na wstępie lub na zakończenie spotkania, np. poprzez przekazanie tej informacji przez prowadzącego spotkanie/konferencję.

### 5) Informowania grupy docelowej – uczestników projektu i ich otoczenia o współfinansowaniu projektu przez UE w ramach EFS, PO KL.

Wszyscy uczestnicy projektu powinni mieć świadomość, że uczestniczą w projekcie współfinansowanym przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego.

Informacja o współfinansowaniu powinna znaleźć się co najmniej na:

- ❖ materiałach szkoleniowych, w tym prezentacjach i publikacjach multimedialnych,
- ❖ zaproszeniach,
- ❖ korespondencji z uczestnikami, także w formie elektronicznej,
- ❖ certyfikatach potwierdzających zakończenie lub udział w formach wsparcia realizowanych w ramach projektu.

### 6) Oznaczania druków, dokumentacji merytorycznej, finansowej oraz formularzy do zbierania danych w procesie monitoringu, ewaluacji.

## IV.

### CEL DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH W RAMACH PROJEKTU „MORTEGI – WIEŚ INICJATYW POZYTYWNYCH”

#### CEL STRATEGICZNY:

Celem strategicznym działań informacyjno-promocyjnych w ramach projektu „Mortegi – wieś inicjatyw pozytywnych” jest wspieranie realizacji celów zawartych w Programie Operacyjnym Kapitał Ludzki oraz budowanie spójnego i pozytywnego wizerunku Europejskiego Funduszu Społecznego oraz

wspieranie realizacji celów określonych w Narodowej Strategii Spójności, służących zapewnieniu maksymalnego i efektywnego wykorzystania środków pochodzących z Unii Europejskiej.

#### **CELE OGÓLNE:**

- 1) Podniesienie świadomości społecznej na poziomie lokalnym w zakresie funkcji jakie spełnia Europejski Fundusz Społeczny,
- 2) Upowszechnienie korzyści płynących z wykorzystania środków unijnych, a pośrednio z integracji z Unią Europejską.

#### **CELE SZCZEGÓŁOWE:**

- 1) Promowanie projektu „Mortęgi – wieś inicjatyw pozytywnych”, jego celów i założeń, współfinansowania przez Unię Europejską w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego,
- 2) Informowanie o bieżących etapach realizacji projektu,
- 3) Zapewnienie by wszyscy beneficjenci ostateczni oraz ich otoczenie byli poinformowani, że uczestniczą w projekcie współfinansowanym ze środków UE, EFS,
- 4) Informowanie ogółu społeczeństwa za pomocą mediów lokalnych, że Ośrodek Pomocy Społecznej Gminy Lubawa realizuje projekt współfinansowany z funduszy UE i EFS,
- 5) Zachęcanie do udziału w podobnych przedsięwzięciach.

#### **V.**

### **INSTRUMENTY REALIZACJI STRATEGII INFORMACYJNO - PROMOCYJNEJ PROJEKTU „MORTEGI – WIEŚ INICJATYW POZYTYWNYCH”**

Promocja projektu realizowana będzie poprzez szeroko prowadzoną kampanię promocyjno-informacyjną, przez cały okres jego realizacji. Istotnym elementem działań informacyjno-promocyjnych powinno być zastosowanie odpowiednich instrumentów komunikacji dostosowanych do konkretnej grupy odbiorców.

#### **Aby osiągnąć zakładane cele promocji, zastosowane będą następujące instrumenty:**

- 1) Portale internetowe m.in.: [www.gopslubawa.pl](http://www.gopslubawa.pl), [www.e-lubawa.pl](http://www.e-lubawa.pl), [www.lubawamojemiasto.pl](http://www.lubawamojemiasto.pl), [www.ngo.pl](http://www.ngo.pl) lub inne w miarę potrzeb.  
Instrument ten ma służyć do systematycznego informowania ogółu społeczeństwa o idei i celach projektu „Mortęgi – wieś inicjatyw pozytywnych”, dofinansowaniu z funduszy UE, EFS, PO KL oraz bieżących etapach jego realizacji.
- 2) Jedna informacja prasowa w lokalnych mediach na temat realizacji projektu, jego celach, założeniach, poszczególnych etapach realizacji oraz współfinansowaniu z UE, EFS, PO KL. Informację zaplanowano na miesiąc maj.
- 3) Ścienna tablica ogłoszeń w OPS Gminy Lubawa - informująca o realizacji projektu, jego założeniach, celach, współfinansowaniu przez UE, EFS, POKL, aktualnościach i wydarzeniach.
- 4) Tablica informacyjna umieszczona na budynku Świetlicy Wiejskiej w Mortęgach, informująca o realizowaniu projektu przez OPS Gminy Lubawa, współfinansowanego z funduszy UE, EFS z wymaganymi logotypami UE, EFS, PO KL oraz herbem Gminy Lubawa i logo Ośrodka Pomocy Społecznej Gminy Lubawa.

- 5) Materiały promocyjno-informacyjne: plakaty (30 szt.), ulotki (100 szt.) – informujące o projekcie, współfinansowaniu przez UE, EFS, PO KL, z logotypami: UE, EFS, PO KL, herbem Gminy Lubawa, logo OPS Gminy Lubawa, które zostaną rozpowszechnione poprzez:
  - wywieszenie na tablicach ogłoszeń Urzędu Gminy Lubawa, Ośrodka Pomocy Społecznej Gminy Lubawa, Rady Sołeckiej w Mortęgach,
  - umieszczenie w miejscach użyteczności publicznej (Urzędu Gminy Lubawa, Ośrodka Pomocy Społecznej Gminy Lubawa itp.),
  - przekazanie osobom zainteresowanym podczas konferencji inauguracyjnej i podsumowującej realizację projektu, a także w trakcie imprez integracyjnych.
- 6) Ogłoszenia parafialne informujące ogół społeczeństwa oraz potencjalnych beneficjentów ostatecznych o celach i założeniach projektu oraz prowadzonej rekrutacji.
- 7) Naklejki: (50 szt.) - posłużą do oznakowania pomieszczeń, w których realizowany jest projekt, wyposażenia, a także druków, dokumentacji i formularzy zastosowanych na potrzeby projektu.
- 8) Gadżety promocyjne: koszulki (50 szt.), długopisy (100 szt.) - zawierające nazwę projektu oraz logo UE, EFS, PO KL. Przedmioty te stanowiąc będą jeden z najbardziej rozpowszechnionych kanałów promocyjnych wykorzystywanych w ramach promocji.
- 9) Konferencja inauguracyjna projekt z udziałem przedstawicieli władz lokalnych, ngo, mediów lokalnych, uczestników projektu, ich otoczenia oraz osób zainteresowanych projektem. Podczas konferencji uczestnicy zostaną poinformowani o założeniach, celach projektu oraz współfinansowaniu przez UE, EFS.
- 10) Konferencja kończąca realizację projektu z udziałem przedstawicieli władz lokalnych, ngo, mediów lokalnych, uczestników projektu, ich otoczenia oraz osób zainteresowanych projektem. Podczas konferencji kończącej realizację projektu uczestnicy zostaną poinformowani o osiągniętych założeniach i celach projektu.

## VI.

### HARMONOGRAM REALIZACJI DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH W RAMACH ZADANIA 2 – Promocja Projektu

Promocja projektu stanowi **ZADANIE 2** prowadzone przez cały okres realizacji projektu „Mortęgi – wieś inicjatyw pozytywnych”. Harmonogram poszczególnych etapów związanych z promocją przedstawia się następująco:

