

Zapewnienie obowiązkowej promocji w Funduszu Małych Projektów Euroregionu Śląsk Cieszyński

Obowiązkowe narzędzia i działania komunikacyjne są wiążące dla wszystkich partnerów. Wymagania są opisane w Podręczniku Beneficjenta Programu Interreg (rozdział A.8.3.) www.cz-pl.eu/pl/podrecznik-beneficjenta

Wykorzystując wszystkie narzędzia obowiązkowe i nieobowiązkowe promocji należy przestrzegać zasad graficznych dotyczących ich opracowania, które zostały określone w instrukcji używania logotypu programu dostępnej na stronie www.irsts.cz

Dokumentacja w raporcie końcowym

Partnerzy dostarczają zdjęcia plakatu A3, printscreeny strony internetowej, printscreeny postów w mediach społecznościowych, zdjęcia materiałów komunikacyjnych w raporcie końcowym projektu.

1. plakat A3 - wywieszony w miejscu realizacji projektu

Wzór dostępny do pobrania na stronie www.irsts.cz

Partner jest zobowiązany do umieszczenia co najmniej jednego plakatu o minimalnym rozmiarze A3 lub równoważnego elektronicznego wyświetlacza z informacją o projekcie w miejscu widocznym dla publiczności. Zaleca się, aby obowiązek ten został spełniony niezwłocznie po rozpoczęciu realizacji projektu, ale nie później niż podczas pierwszego wydarzenia. Minimalny zakres informacji, które muszą być umieszczone, jest następujący:

- tytuł projektu;
- główny cel projektu;
- logotyp programu.

Plakat może być zastąpiony innym nośnikiem, na którym będą wyświetlone informacje, np. płytą, billboardem, plandeką itp. przy zachowaniu minimalnego formatu A3.

Jeżeli beneficjent realizuje w jednym miejscu kilka projektów w ramach jednego programu, to dla wszystkich tych projektów można umieścić tylko jeden plakat o minimalnym formacie A3, przy zachowaniu odpowiedniej czytelności wszystkich tekstów. W przypadku elektronicznego wyświetlacza, który będzie wyświetlać informacje o kilku projektach, informacje/plakaty/na ekranie mogą się regularnie zmieniać. Plakat lub elektroniczny wyświetlacz musi być umieszczony przez cały okres realizacji projektu. W przypadkach, gdy umieszczenie plakatu w miejscu realizacji projektu nie jest możliwe (np. projekty obejmujące roboty w różnych miejscach w terenie itp.), plakat może zostać umieszczony w siedzibie beneficjenta.

2. Strona internetowa

Wszyscy beneficjenci są ponadto zobowiązani do informowania o dofinansowaniu otrzymanym z programu poprzez umieszczenie takiej informacji na swojej oficjalnej stronie internetowej, jeśli taka strona istnieje, oraz w mediach społecznościowych, jeśli beneficjent ich używa. Minimalny zakres informacji, które muszą być umieszczone, jest następujący:

- tytuł projektu;

- krótki opis projektu;
- główny cel i rezultaty projektu;
- logotyp programu.

3. Strona w mediach społecznościowych

W przypadku mediów społecznościowych ten obowiązek jest spełniony poprzez umieszczenie jednego postu z ww. opisem projektu wraz z logotypem programu w widocznym miejscu, na profilu jednego portalu społecznościowego, jeśli beneficjent posiada konto/profil na danym portalu. Beneficjent udokumentuje spełnienie tego obowiązku poprzez wykonanie np. zrzutu ekranu danego konta/profilu lub udokumentuje w inny sposób, pod warunkiem, że będzie pokazana nazwa portalu społecznościowego, data publikacji oraz treść opisu wraz z logotypem programu.

4. Zamieszczenie w widoczny sposób informacji o wsparciu z funduszu Interreg w dokumentach i materiałach informacyjnych dotyczących wdrażania operacji Interreg, przeznaczonych dla opinii publicznej lub uczestników działań projektu

Partnerzy mają obowiązek wybrania odpowiedniej formy promocji, odpowiadającej charakterowi projektu, tak aby stanowiło to gwarancję, że grupy docelowe zostaną odpowiednio poinformowane o realizacji projektu w ramach Programu, który jest współfinansowany z funduszu Interreg.

Obejmuje to umieszczenie logo programu na zaproszeniu, programie konferencji itp.

Rozmiary i kombinacje logotypów

Symbol UE (rozumiany jako flaga UE) jako element logotypu programu musi mieć zawsze co najmniej taką samą wielkość, mierzoną na wysokość lub szerokość, jak wszystkie inne logotypy zastosowane na obowiązkowym narzędziu promocji.

Przykładowe połączenie logotypu programu i logotypu wnioskodawcy

War. 1 Logo mierzone w formacie poziomym



Czechy - Polska

War. 2 Logo mierzone w formacie pionowym



Czechy - Polska

