

Informacja i Promocja

Mechanizm Finansowy EOG
Norweski Mechanizm Finansowy

2004-2009

**Mechanizm Finansowy EOG oraz Norweski Mechanizm Finansowy
2004-2009
Pojedyncze projekty**

Spis treści

1. Wstęp.....	3
2. Ogólne działania informacyjno - promocyjne	3
3. Działania informacyjno-promocyjne projektu.....	4
4. Instrumenty przekazu informacji i promocji.....	5
4.1. Tablice reklamowe i tablice pamiątkowe.....	5
4.2. Plakaty	5
4.3. Materiały informacyjne	5
4.4. Wydarzenia informacyjne	6
4.5. Inauguracje projektu i innych znaczących etapów wdrażania projektu	6
4.6. Dodatkowe działania	6

1. Wstęp

Działania informacyjne i promocyjne, dotyczące pomocy udzielanej za pośrednictwem Mechanizmu Finansowego EOG i Norweskiego Mechanizmu Finansowego (dalej: „Mechanizmy Finansowe”), mają na celu zwiększenie jawności i publicznej świadomości dotyczącej ich realizacji. Państwo-Beneficjent winno zagwarantować, że dokładne informacje na temat możliwości korzystania z Mechanizmów przez potencjalnych wnioskodawców oraz szczegółowe informacje dotyczące przyznanych dotacji, są przekazywane do wiadomości poszczególnych grup docelowych i szeroko rozumianej opinii publicznej.

Działania informacyjno-promocyjne, wdrażane przez Państwo-Beneficjenta, powinny być dwójakiego rodzaju. Po pierwsze, Krajowy Punkt Kontaktowy (KPK), powinien informować potencjalnych beneficjentów zarówno o istnieniu i funkcjonowaniu Mechanizmów Finansowych, jak też o dostępności funduszy (dalej: „ogólnych działań informacyjno-promocyjnych”). Po drugie, KPK powinien zapewnić, aby stosownymi działaniami informacyjno-promocyjnymi zostały objęte wszystkie projekty dofinansowywane przez Mechanizmy Finansowe (dalej: „działania informacyjno-promocyjne projektu”).

Ogólne działania informacyjno-promocyjne powinny być wdrażane przez KPK, natomiast działania informacyjno-promocyjne projektu - przez projektodawcę lub operatora projektów, zgodnie z zawartą umową finansową o udzieleniu dotacji. W obu przypadkach KPK ponosi odpowiedzialność za prawidłowe wdrażanie działań informacyjno-promocyjnych w ramach Mechanizmów Finansowych.

Krajowy Punkt Kontaktowy, władze krajowe i regionalne, projektodawcy i operatorzy mogą przeprowadzać dodatkowe działania poza tymi, które są wymienione poniżej, po skonsultowaniu się z Biurem Mechanizmów Finansowych (BMF).

2. Ogólne działania informacyjno-promocyjne

Krajowy Punkt Kontaktowy zapewni, aby informacje dotyczące Mechanizmów Finansowych były przekazywane potencjalnym beneficjentom i szeroko rozumianej opinii publicznej. Strona internetowa, poświęcona Mechanizmom Finansowym, powinna dostarczać zaktualizowanych i szczegółowych informacji na temat możliwości korzystania z Mechanizmów przez potencjalnych wnioskodawców, a także informacji dotyczących przyznanych dotacji, zarówno w języku Państwa-Beneficjenta jak i w języku angielskim. Strona internetowa powinna zawierać łatwo dostępne linki do wszystkich podstawowych dokumentów oraz witryn internetowych krajowych struktur wdrażania Mechanizmów Finansowych, a także do strony internetowej BMF.

Inne działania mogące mieć zastosowanie:

- Materiały drukowane, takie jak broszury lub foldery, dostępne na żądanie;

- Krajowe, regionalne i lokalne media mogą być wykorzystane do zamieszczania oświadczeń prasowych, przy organizowaniu konferencji prasowych, do upubliczniania wywiadów, emisji informacji radiowych itp.
- Spotkania informacyjne na szczeblu regionalnym i lokalnym dla takich grup docelowych, jak:
 - Władze lokalne i regionalne;
 - Organizacje społeczeństwa obywatelskiego (w tym organizacje pozarządowe);
 - Przedsiębiorstwa prywatne;
 - Instytucje akademickie;
- Reklamy w mediach dotyczące ogłoszeń o naborze wniosków.

Koszty związane z pomocą techniczną i wdrażaniem tych działań mogą zostać pokryte w ramach Mechanizmów Finansowych.

Ogólne działania informacyjno-promocyjne powinny być traktowane jako odrębne zagadnienie tematyczne w raporcie rocznym, sporządzanym przez KPK, i prezentowanym na dorocznym spotkaniu.

3. Działania informacyjno-promocyjne projektu

Plan działań informacyjnych oraz promocyjnych będzie przygotowany dla każdego projektu przez odpowiedzialnego za to projektodawcę lub operatora i dołączony do wniosku aplikacyjnego o pomoc finansową w ramach Mechanizmów Finansowych. Taki plan powinien określać:

- cele i grupy, do których informacja i promocja są skierowane (grupy docelowe),
- metody i środki jego wdrożenia,
- budżet,
- zakresy odpowiedzialności za jego wdrożenie.

Koszty działań informacyjnych, w tym pomocy technicznej dostarczanej przez konsultantów, będą pokrywane z budżetu projektu.

Działania powinny jasno potwierdzać otrzymaną pomoc na wszystkich dokumentach związanych z projektem oraz na każdym materiale promocyjnym (np. materiały szkoleniowe, broszurami, ulotki, plakaty). Przykładowo, należy podejmować wszelkie działania, aby być pewnym, że uczestnicy szkoleń, otrzymujący pomoc w ramach Mechanizmów Finansowych, są świadomi tego wsparcia.

Wszelkie zainicjowane działania będą odnosić się do odpowiednich Mechanizmów Finansowych za pomocą następujących sformułowań:

Dla pomocy udzielanej w ramach Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego:

Wsparcie udzielone przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię poprzez dofinansowanie ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego,

Mechanizm Finansowy EOG oraz Norweski Mechanizm Finansowy
2004-2009
Pojedyncze projekty

Dla pomocy udzielanej w ramach Norweskiego Mechanizmu Finansowego:

Wsparcie udzielone przez Norwegię poprzez dofinansowanie ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego,

Dla pomocy udzielanej zarówno w ramach Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego jak i Norweskiego Mechanizmu Finansowego:

Wsparcie udzielone przez Islandię, Liechtenstein i Norwegię poprzez dofinansowanie ze środków Mechanizmu Finansowego Europejskiego Obszaru Gospodarczego oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego,

Biuro Mechanizmów Finansowych będzie informowane z dużym wyprzedzeniem o uruchamianiu wszelkich projektów i innych wydarzeniach, organizowanych w związku z istotnymi etapami wdrożenia projektu tak, aby udział BMF był w nich możliwy.

Poniżej przedstawiono listę wymaganych działań informacyjno-promocyjnych. Spośród nich wnioskodawcy powinni wybrać te, które są najbardziej odpowiednie dla ich projektów.

4. Instrumenty przekazu informacji i promocji

4.1. Tablice reklamowe i tablice pamiątkowe

W miejscu realizacji inwestycji infrastrukturalnych, w momencie rozpoczęcia prac, będą postawione tablice reklamowe. W ciągu 6 miesięcy od zakończenia prac inwestycyjnych tablice te powinny być zastąpione przez stałe tablice pamiątkowe, umieszczone w miejscu powszechnie dostępnym. Wytyczne dla tworzenia i zamieszczania tablic reklamowych oraz tablic pamiątkowych są opisane w Aneksie A oraz na stronie internetowej Biura Mechanizmów Finansowych.

4.2 Plakaty

W celu informowania beneficjentów oraz opinii publicznej o roli odgrywanej przez Mechanizmy Finansowe - na przykład w zakresie rozwoju zasobów ludzkich oraz szkoleń - projektodawcy lub instytucje pośredniczące/operatorzy powinny prezentować plakaty informujące o wsparciu projektu przez dofinansowanie w ramach Mechanizmów Finansowych. Plakaty te winny być umieszczone w siedzibie instytucji wdrażających lub korzystających z pomocy dostarczanej w ramach Mechanizmów Finansowych (np. w centrach szkoleniowych).

4.3 Materiały informacyjne

Publikacje (np. broszury, ulotki, newslettery), na temat projektu będą zawierać wyraźne odniesienie do Mechanizmów Finansowych oraz ich emblematy na stronie tytułowej. Emblematom Mechanizmów Finansowych mogą towarzyszyć symbole narodowe lub regionalne.

Mechanizm Finansowy EOG oraz Norweski Mechanizm Finansowy
2004-2009
Pojedyncze projekty

W przypadku materiałów informacyjnych udostępnianych drogą elektroniczną (np. poprzez strony internetowe, elektroniczne bazy danych dla potencjalnych beneficjentów), lub materiałów audio-wizualnych, zasady podane powyżej również powinny mieć zastosowanie.

4.4 Wydarzenia informacyjne

Organizatorzy wydarzeń informacyjnych, takich jak konferencje, seminaria, targi i wystawy, przygotowywanych w związku z wdrażaniem projektów współfinansowanych przez Mechanizmy Finansowe, powinni wyraźnie zaznaczyć udział Mechanizmów Finansowych. Organizatorzy powinni informować Biuro Mechanizmów Finansowych o tych wydarzeniach z odpowiednim wyprzedzeniem tak, aby było możliwe zorganizowanie stosownego udziału, jeżeli będzie to uznane za konieczne.

4.5 Inauguracje projektu i innych znaczących etapów wdrażania projektu

Biuro Mechanizmów Finansowych powinno być informowane z dużym wyprzedzeniem o inauguracji wszystkich projektów lub innych wydarzeniach, organizowanych w związku z istotnymi etapami wdrażania projektu. Dzięki temu Biuro Mechanizmów Finansowych, jeżeli uzna to za konieczne, będzie miało możliwość zorganizowania odpowiedniego udziału.

4.6 Dodatkowe działania

Państwo Beneficjent, władze lokalne i regionalne, wnioskodawca lub instytucja pośrednicząca/operator mogą uruchomić dodatkowe działania promocyjno-informacyjne, jeżeli uznają je za potrzebne. W tych sprawach powinni skonsultować się z Biurem Mechanizmów Finansowych i poinformować je o swoich inicjatywach.