

Załącznik 4

Wymogi dotyczące Informacji i Promocji

Mechanizm Finansowy EOG oraz Norweski Mechanizm Finansowy na lata 2009-2014

1. CEL

Wszystkie działania informacyjne i promocyjne - podejmowane przez Krajowy Punkt Kontaktowy, Operatorów Programów oraz beneficjentów - wspierają osiągnięcie ogólnych celów Mechanizmów Finansowych, tj.:

- a) przyczynianie się do redukcji ekonomicznych oraz społecznych nierówności w ramach Europejskiego Obszaru Gospodarczego;
- b) zacieśnianie stosunków dwustronnych pomiędzy Państwami-Darczyńcami a Państwami-Beneficjentami.

Wszelkie podejmowane działania są zgodne z Podręcznikiem Komunikacji i Identyfikacji Wizualnej dołączonym do tego załącznika.

2. PAŃSTWA-BENEFICJENCI

2.1. Obowiązki Krajowego Punktu Kontaktowego

W celu podkreślenia roli Mechanizmu Finansowego, a także w celu zapewniania przejrzystości pomocy udzielanej w ramach Mechanizmu, Krajowy Punkt Kontaktowy informuje o Mechanizmie i jego Programach obywateli Państwa-Beneficjenta, potencjalnych beneficjentów oraz podmioty zainteresowane.

Krajowy Punkt Kontaktowy zapewnia wypełnianie przez Operatorów Programów obowiązków związanych z informacją i promocją.

2.2. Przygotowanie Strategii Komunikacji

Zgodnie z Artykułem 4.3, ust. 4 Regulacji, Krajowy Punkt Kontaktowy przygotowuje Strategię Komunikacji w celu zwiększenia świadomości publicznej o istnieniu Mechanizmu, jego celach, możliwościach współpracy dwustronnej z podmiotami z Państw-Darczyńców, a także o wdrażaniu Mechanizmu Finansowego i jego ogólnym oddziaływaniu w Państwie-Beneficjencie.

Strategia Komunikacji zawiera co najmniej:

- a) opis celów komunikacji i grup docelowych, z uwzględnieniem: Operatorów Programów, potencjalnych beneficjentów oraz beneficjentów, a także potencjalnych partnerów i partnerów z Państw-Darczyńców;

- b) strategię, środki i treść działań informacyjnych i promocyjnych, z uwzględnieniem wartości dodanej oraz oddziaływania wsparcia z Mechanizmu Finansowego w skali krajowej, regionalnej oraz lokalnej, oraz w ramach wspieranego sektora;
- c) organizację co najmniej trzech głównych przedsięwzięć informujących o postępie wdrażania oraz o oddziaływaniu Mechanizmu Finansowego, takich jak np. seminarium lub konferencja dla podmiotów zainteresowanych, konferencja prasowa lub podobne wydarzenie prasowe, w tym:
 - i. wydarzenie inauguracyjne Mechanizm Finansowy, prezentujące jego cele, obszary wsparcia oraz współpracę i możliwości współpracy z podmiotami z Państw-Darczyńców;
 - ii. wydarzenie zamykające Mechanizm Finansowy, informujące o oddziaływaniu Mechanizmu i jego Programów oraz o współpracy dwustronnej z podmiotami z Państw-Darczyńców.
- d) stronę internetową poświęconą Mechanizmom Finansowym w Państwie-Beneficjencie, zawierającą następujące informacje - w języku/językach Państwa-Beneficjenta i w języku angielskim:
 - i. informacje o celach ogólnych Mechanizmów Finansowych;
 - ii. informacje o współpracy dwustronnej z Państwami-Darczyńcami;
 - iii. informacje o Programach;
 - iv. informacje o oddziaływaniu wsparcia płynącego z Mechanizmów Finansowych;
 - v. przegląd naborów wniosków w ramach poszczególnych Programów;
 - vi. stosowną dokumentację;
 - vii. link do strony internetowej Mechanizmów Finansowych Państw-Darczyńców [link];
 - viii. linki do stron Programów;
 - ix. linki do stron innych istotnych instytucji;
 - x. informacje kontaktowe.
- e) informacje o wydziałach oraz jednostkach administracyjnych odpowiedzialnych za realizację działań informacyjnych i promocyjnych wraz z danymi osoby do kontaktu;
- f) sposób ewaluacji działań informacyjnych i promocyjnych pod kątem zwiększenia ich widoczności i wzrostu świadomości publicznej w zakresie Mechanizmów Finansowych, wspieranych Programów, ich celów, oddziaływania, jak również roli Państw-Darczyńców.

2.3. Przegląd Strategii Komunikacji

Krajowy Punkt Kontaktowy przedkłada Strategię Komunikacji Komitetowi Mechanizmu Finansowego (KMF) przed upływem czterech miesięcy od daty podpisania Memorandum of Understanding.

Strategię Komunikacji uznaje się za zaakceptowaną, jeśli KMF nie zgłosi do niej uwag przed upływem dwóch miesięcy od momentu jej otrzymania. W przypadku przekazania uwag, KPK powinien w ciągu jednego miesiąca przesłać do KMF zmodyfikowaną Strategię Komunikacji. W przypadku braku dalszych uwag, w przeciągu jednego miesiąca od przedłożenia zmodyfikowanego dokumentu, Strategię uznaje się za przyjętą.

Krajowy Punkt Kontaktowy rozpoczyna odpowiednie działania informacyjne i promocyjne nawet w przypadku braku ostatecznej wersji Strategii Komunikacji.

Potrzeba modyfikacji Strategii Komunikacji jest rozpatrywana przy zatwierdzaniu nowych Programów, jak również w Raporcie Strategicznym (zobacz także sekcję 2.4). Zmodyfikowana Strategia Komunikacji jest przedkładana KMF do opiniowania.

2.4. Wdrażanie i monitorowanie Strategii Komunikacji

Krajowy Punkt Kontaktowy zapewnia realizację działań informacyjno - promocyjnych zgodnie ze Strategią Komunikacji i mając na uwadze, aby działania te docierały do jak największej liczby odbiorców, z uwzględnieniem kluczowych interesariuszy we właściwych obszarach terytorialnych.

Krajowy Punkt Kontaktowy informuje Komitet Monitorujący o:

- a) Strategii Komunikacji oraz postępie w jej wdrażaniu;
- b) podjętych działaniach informacyjnych i promocyjnych;
- c) użytych środkach komunikacji;
- d) osiągnięciach w zakresie zwiększenia świadomości o Mechanizmach oraz zapewnienia ich przejrzystości.

Wdrażanie Strategii Komunikacji jest przedstawione w Raporcie Strategicznym (zobacz także Załącznik 3).

Organizatorzy wydarzeń informacyjnych, takich jak konferencje, seminaria, targi lub wystawy związane z Mechanizmem Finansowym, wyraźnie zaznaczają udział środków pomocowych z Mechanizmu we wdrażaniu wspieranych Programów oraz projektów.

Krajowy Punkt Kontaktowy z wyprzedzeniem informuje KMF o najważniejszych wydarzeniach informacyjnych w celu stworzenia możliwości uczestnictwa KMF w tychże wydarzeniach.

3. OPERATORZY PROGRAMÓW

3.1. Obowiązki Operatorów Programów

W celu promowania Mechanizmu Finansowego oraz zapewnienia przejrzystości otrzymywanego wsparcia, Operator Programu informuje o Programie i Mechanizmie Finansowym obywateli Państw-Beneficjentów, potencjalnych beneficjentów i podmioty

zainteresowane. Operator Programu zobowiązany jest do stworzenia i wdrażania Planu Komunikacji zgodnie z poniższymi wskazówkami.

Operator Programu zapewnia wypełnianie obowiązków informacyjno - promocyjnych przez Beneficjentów.

3.2. Przygotowanie Planu Komunikacji

Każdy Operator Programu przedstawia Plan Komunikacji w swojej propozycji programu (zobacz także lit. (a) Artykułu 4.7.2 Regulacji).

Plan Komunikacji ma na celu zwiększenie świadomości publicznej o istnieniu, celach i możliwościach współpracy dwustronnej z podmiotami z Państw-Darczyńców, a także o wdrażaniu i ogólnym oddziaływaniu wsparcia płynącego z Mechanizmu Finansowego poprzez Program.

Plan Komunikacji zawiera co najmniej:

- a) opis celów komunikacji oraz grup docelowych, z uwzględnieniem potencjalnych Beneficjentów oraz Beneficjentów, jak również potencjalnych partnerów oraz partnerów z Państw-Darczyńców;
- b) strategię oraz treść działań informacyjnych i promocyjnych z uwzględnieniem działań, środków komunikacji i harmonogramu, z uwzględnieniem wartości dodanej oraz oddziaływania wsparcia z Mechanizmu Finansowego w skali krajowej, regionalnej oraz lokalnej, oraz w ramach wspieranego sektora (ów);
- c) organizację co najmniej dwóch głównych przedsięwzięć informujących o postępie wdrażania oraz o oddziaływaniu Programu i Mechanizmu Finansowego, takich jak np. seminarium lub konferencja dla podmiotów zainteresowanych, konferencja prasowa lub podobne wydarzenie prasowe;
- d) informacje na temat strony internetowej poświęconej Programowi, zawierającej poniższe informacje w języku/językach Państwa-Beneficjenta i w języku angielskim:
 - i. informacje o Programie oraz Mechanizmie Finansowym;
 - ii. przegląd naborów wniosków wraz z ich dokumentacją;
 - iii. informacje o kryteriach, procedurze oraz terminach oceny wniosków;
 - iv. informacje o wszystkich dofinansowanych projektach, wraz z ich prezentacją, z podaniem informacji kontaktowych, czasu trwania projektów, wielkości otrzymanego wsparcia, jak również informacji o współpracy z podmiotami z Państw-Darczyńców;
 - v. informacje o oddziaływaniu wsparcia płynącego z Programu oraz Mechanizmu Finansowego
 - vi. właściwa dokumentacja;
 - vii. link do strony internetowej Mechanizmów Finansowych Państw-darczyńców;
 - viii. link do strony internetowej poświęconej Mechanizmom Finansowym w Państwie-Beneficjencie;

- ix. linki do stron internetowych partnerów Programu z Państw-Darczyńców oraz innych właściwych instytucji;
 - x. informacje kontaktowe.
-
- e) informacje o wydziałach oraz jednostkach administracyjnych odpowiedzialnych za realizację działań informacyjnych i promocyjnych wraz z danymi osoby do kontaktu;
 - f) sposób ewaluacji działań informacyjnych i promocyjnych pod kątem zwiększania ich widoczności oraz zwiększania świadomości publicznej dotyczącej Mechanizmu Finansowego, wspieranych Programów, ich celów, oddziaływania oraz roli Państw-Darczyńców.

3.3. Wdrażanie Planu Komunikacji

Operator Programu zapewnia realizację działań informacyjno-promocyjnych zgodnie z Planem Komunikacji i mając na uwadze dotarcie do jak największej liczby odbiorców z uwzględnieniem kluczowych interesariuszy we właściwych obszarach terytorialnych.

Operator Programu zapewnia, aby potencjalni beneficjenci mieli szeroki dostęp do precyzyjnych informacji o:

- i) naborach wniosków;
- ii) szczegółowych kryteriach kwalifikowalności do otrzymania wsparcia finansowego w ramach danego Programu i danego konkursu;
- iii) opis procedur oceny wniosków o dofinansowanie, wraz z podaniem terminów oceny;
- iv) kryteriach wyłaniania projektów do dofinansowania;
- v) procedurach oceny oraz strukturze procesu decyzyjnego;
- vi) celu i możliwościach nawiązywania współpracy dwustronnej z podmiotami z Państw-Darczyńców
- vii) osobach kontaktowych na szczeblu krajowym, regionalnym i lokalnym, które udzielają informacji o Programie oraz dostępnych środkach finansowych;
- viii) równoznaczności akceptacji wsparcia finansowego ze zgodą na upublicznienie danych kontaktowych oraz informacji o projekcie.

Zgodnie z obowiązującymi praktykami oraz prawem krajowym, Operator Programu angażuje odpowiednie podmioty, które mogą przyczynić się do szerokiego rozpowszechnienia informacji wyszczególnionych powyżej w drodze działań informacyjnych i promocyjnych.

Do grupy takich podmiotów należą:

- i) władze krajowe, regionalne i lokalne;
- ii) agencje rozwoju;
- iii) zrzeszenia branżowe oraz grup zawodowych, organizacje biznesowe;
- iv) partnerzy ekonomiczni i społeczni;
- v) organizacje pozarządowe;

- vi) instytucje edukacyjne;
- vii) centra informacji europejskiej; i/lub
- viii) ambasady bądź inne placówki reprezentujące Państwa-Darczyńców.

W celu zamieszczenia informacji o naborze wniosków na stronie internetowej Mechanizmów Finansowych Państw-Darczyńców, Operator Programu zobowiązany jest do informowania KMF o wszystkich otwartych naborach oraz przekazywania związanej z nimi dokumentacji w języku angielskim co najmniej dwa tygodnie przed rozpoczęciem naborów.

Organizatorzy wydarzeń informacyjnych takich jak konferencje, seminaria, targi oraz wystawy związane z wdrażaniem Mechanizmu Finansowego, wyraźnie zaznaczają udział środków pomocowych z Mechanizmu we wdrażaniu wspieranych Programów oraz projektów.

Operator Programu ma obowiązek informowania KMF z wyprzedzeniem o najważniejszych przedsięwzięciach informacyjnych w celu stworzenia możliwości uczestnictwa KMF w tychże wydarzeniach.

4. BENEFICJENCI

4.1. Obowiązki Beneficjenta

W celu promowania Mechanizmu Finansowego oraz zapewnienia przejrzystości otrzymywanego wsparcia, beneficjent informuje o Programie i Mechanizmie Finansowym jak najszersze grono odbiorców na odpowiednim szczeblu krajowym, regionalnym i/lub lokalnym, włączając właściwych interesariuszy.

4.2. Przygotowanie Planu Promocji

Potencjalni Beneficjenci włączają Plan Promocji do swojej propozycji projektu zamiarem podnoszenia świadomości publicznej o istnieniu i celach współpracy dwustronnej z podmiotami z Państw-Darczyńców oraz o znaczeniu Mechanizmu Finansowego dla wdrażania projektu zgodnie z lit. (I) Artykułu 5.3.1 Regulacji.

Plan Promocji zawiera co najmniej:

- a) cele oraz grupy docelowe włączając interesariuszy szczebla krajowego, regionalnego i/lub lokalnego, jak również ogół społeczeństwa;
- b) strategię oraz treść działań informacyjnych i promocyjnych, z uwzględnieniem harmonogramu, działań i narzędzi komunikacji, które we właściwy sposób podkreślają wartość dodaną oraz oddziaływanie wsparcia ze środków z Mechanizmu Finansowego;
- c) przynajmniej trzy główne wydarzenia informacyjne dotyczące postępu w realizacji projektu, osiągnięć i rezultatów, takie jak seminarium i konferencja z podmiotami zainteresowanymi oraz konferencja prasowa lub inne wydarzenie prasowe, włączając w to wydarzenie otwierające projekt oraz wydarzenie zamykające. W

przypadku projektów o wartości dofinansowania nie przekraczającej 500 000 EUR, dwa wydarzenia informacyjne są wystarczające.

- d) działania mające na celu udostępnienie informacji o projekcie w internecie poprzez dedykowany portal lub podstrony na portalach już istniejących:
- i. beneficjenci zapewniają, aby informacje o projekcie na stronie internetowej były regularnie uaktualniane, zarówno w języku/językach Państwa-Beneficjenta i w języku angielskim;
 - ii. projekty o minimalnej wartości dofinansowania wynoszącej 50 000 EUR prowadzą podstrony internetowe dedykowane projektowi;
 - iii. projekty o minimalnej wartości dofinansowania wynoszącej 150 000 EUR i/lub które działają w partnerstwie z podmiotem z Państw-Darczyńców prowadzą podstrony internetowe w języku/językach Państwa-Beneficjenta i w języku angielskim;
- e) strona internetowa zawiera informacje o projekcie, postępie wdrażania, osiągnięciach w jego realizacji, rezultatach projektu, informacje o współpracy z podmiotami z Państw-Darczyńców, zdjęcia, informacje kontaktowe, wyraźne odniesienie do Programu oraz Mechanizmu Finansowego;
- f) informacje o wydziałach oraz jednostkach administracyjnych odpowiedzialnych za realizację działań informacyjnych i promocyjnych wraz z danymi osoby do kontaktu;
- g) sposób ewaluacji działań informacyjnych i promocyjnych pod kątem zwiększania ich widoczności oraz świadomości publicznej dotyczącej projektu, Mechanizmu Finansowego, ich celów i oddziaływania oraz roli Państw-Darczyńców.

4.3 Wdrażanie Planu Promocji

Beneficjent zapewnia realizację działań informacyjno-promocyjnych zgodnie z Planem Promocji i mając na uwadze dotarcie do jak największej liczby odbiorców z uwzględnieniem kluczowych interesariuszy we właściwych obszarach terytorialnych.

Organizatorzy wydarzeń informacyjnych - takich jak konferencje, seminaria, targi oraz wystawy związane z wdrażaniem Mechanizmu Finansowego - wyraźnie zaznaczają udział środków pomocowych z Mechanizmu we wdrażaniu wspieranych programów oraz projektów.

W sytuacji gdy:

- a) suma środków publicznych przeznaczonych na przedsięwzięcie przekracza 50 000 EUR;
- b) przedsięwzięcie dotyczy finansowania fizycznego obiektu, działań infrastrukturalnych i budowlanych

beneficjent w czasie wdrażania projektu jest zobowiązany do umieszczenia tablicy informacyjnej na miejscu realizacji każdego z ww. przedsięwzięć zgodnie z wymogami Podręcznika Komunikacji i Identyfikacji Wizualnej.

Nie później niż sześć miesięcy od zakończenia projektu, Beneficjent zobowiązany jest do zastąpienia tablicy informacyjnej przez dostrzegalną i znaczących rozmiarów tablicę pamiątkową, zgodnie z Podręcznikiem Komunikacji i Identyfikacji Wizualnej.

Beneficjent zapewnia, aby osoby biorące udział w projekcie były poinformowane o finansowaniu płynącym z właściwego Programu oraz Mechanizmu Finansowego.

5. PRJEKTOWANIE I WIZUALIZACJA

Wszelkie materiały informacyjne i promocyjne wykorzystywane przez Krajowy Punkt Kontaktowy, Operatorów Programów oraz Beneficjentów są zgodne z Podręcznikiem Komunikacji i Identyfikacji Wizualnej. Podręcznik określa szczegółowe wymogi techniczne w zakresie stosowania logotypów, tablic informacyjnych i pamiątkowych, plakatów, publikacji, stron internetowych oraz materiałów audiowizualnych.

6. WYMOGI ODNOŚCIE DOMENY WEB

Każde Państwo-Beneficjent nabywa domenę [www.eeagrants.\[specyfikacja kraju\]](http://www.eeagrants.[specyfikacja kraju]) oraz [www.norwaygrants.\[specyfikacja kraju\]](http://www.norwaygrants.[specyfikacja kraju]) w celu przekierowania tychże domen do strony z informacjami o Mechanizmach Finansowych. Nazwy tych domen są standardowymi URL stron Mechanizmów Finansowych na poziomie Państwa-Beneficjenta i Operatora Programu, oraz są stosowane do celów promocyjnych. W przypadku, gdy Państwo-Beneficjent otrzymuje wsparcie jedynie z Mechanizmu Finansowego EOG, domena [www.norwaygrants.\[specyfikacja kraju\]](http://www.norwaygrants.[specyfikacja kraju]) nie jest wymagana.

Krajowy Punkt Kontaktowy pomaga Operatorom Programów w tworzeniu nazw lub skrótów Programu przystosowanych do użytku w Internecie i przekierowuje odpowiednie URL ([www.eeagrants/www.norwaygrants.\[specyfikacja kraju\]/\[zaadaptowana nazwa Programu\]](http://www.eeagrants/www.norwaygrants.[specyfikacja kraju]/[zaadaptowana nazwa Programu])) do właściwych stron Programu.