

KEHOP-2.2.2-15-2019-00147

Kommunikációs Terv

Zalaszentgrót központú agglomeráció szennyvízelvezetése és -tisztítása



Tartalomjegyzék

1.	Helyzetelemzés és stratégiai célkitűzések	3
2.	Kommunikációs célok meghatározása	3
3.	Célcsoportok – üzenetek meghatározása	4
4.	Kommunikációs stratégia megalkotása	6
5.	A tájékoztatás során használt kommunikációs eszközök	6

1. HELYZETELEMZÉS ÉS STRATÉGIAI CÉLKITŰZÉSEK

A beruházás keretében az érintett 2000 lakosegyenérték terhelést meghaladó kibocsátású szennyvízelvezetési agglomeráció megfelelő szennyvízkezelésének feltételei teljesülnek, annak érdekében, hogy a szennyvízközművel való lefedettség megközelítse a közműves ivóvízzel ellátott fogyasztók csaknem 100%-át. A projekttel szembeni szakmai elvárás, hogy Magyarország megfeleljen az uniós jogi követelményeknek a kijelölt határidőig.

A projektet Zalaszentgrót Város Önkormányzata, Tekenye Község Önkormányzata és Túrje Község Önkormányzata és a Nemzeti Fejlesztési Programiroda Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság konzorciuma fogja megvalósítani legkésőbb 2023.12.17.-ig. A projekt támogatási összege: 4 227 315 533 Ft. A Kommunikációs tervben foglaltak tervezése és elszámolása támogatásból nettó összegben fog történni.

2. KOMMUNIKÁCIÓS CÉLOK MEGHATÁROZÁSA

A KEHOP-2.2.2 jelű pályázati felhívásra benyújtott „**Zalaszentgrót központú agglomeráció szennyvízelvezetése és -tisztítása**” című projekt kommunikációs tervének kidolgozásakor az NFP Nonprofit Kft. a www.palyazat.gov.hu oldalon közzétett „Széchenyi 2020 Kedvezményezett Tájékoztatói Kötelezettségei útmutató és arculati kézikönyv” című dokumentumban szereplő „Magas támogatási összegű projekt” esetén alkalmazandó kommunikációs csomag előírásait vette figyelembe, a projekt megvalósítása során a fenti dokumentum előírásainak megfelelően jár el.

A hatékony kommunikáció a kitűzött cél elérésének alapvető eszköze és feltétele, amely elsősorban a projekt munkatársak és a külső célcsoportok folyamatos, pontos és a megfelelő időben történő informálását jelenti. A projekt külső sajtó- és médiakommunikációja nemcsak támogatási előírás, hanem a támogatási program sikere szempontjából is fontos tényező. A sajtó- és médiakommunikációs tevékenység a kommunikációs terv része, de nem meríti ki a kommunikáció fogalmát. Ide kell érteni a csoporton belüli és a külső résztvevőkkel folytatott kapcsolatrendszer is, annak formális és nem-formális elemeivel, tartalmaival és eszközeivel.

A kommunikációs tevékenység céljai a lakosság, illetve a partnerek, szállítók esetében a beruházás kapcsán:

- Informálás;
- Figyelemfelkeltés;
- Párbeszéd kezdeményezése;
- Külső támogatás elnyerése;
- Új szakmai kapcsolatok kialakítása, a meglévők erősítése;
- A közvélemény, vagy lakossági vélemény alakítása.

A projekt kommunikációs céljait az alábbi táblázat foglalja össze:

Stratégiai célkitűzések	A kapcsolódó EU-s irányelvnek megfelelően, valamint a Csatlakozási Szerződésben vállalt kötelezettség teljesítése érdekében folytatni kell az új közműves szennyvízelvezetési és -tisztítási rendszerek kiépítését, a meglévő szennyvízcsatorna rendszerek bővítését, illetve a szennyvíztisztító telepek korszerűsítését 2014-2020 között is.
-------------------------	--

	A települések lakosságának meggyőzése a projekt fontosságáról
	Az uniós támogatással megvalósuló projekt sikerének megerősítése a köztudatban.
	A kommunikáció potenciális célcsoportjai érdeklődésének felkeltése, cselekvésre ösztönzése.
	A lehetséges további együttműködők és más résztvevők támogatásának megnyerése.
	A 2000 lakosegyenérték feletti agglomerációk csatornázási feladatainak, szennyvízkezelésének, korszerű iszapkezelésének és hasznosításának, valamint a nem közművel összegyűjtött háztartási szennyvíz szennyvíztisztító telepi elhelyezésének fejlesztése a cél.
Rövidtávú kommunikációs célok	A szolgáltatás megismertetése, a működési rendszer bemutatása.
	Szakmai szervezetek, projektben érintettek megszólítása, folyamatos párbeszéd és kooperáció kialakítása.
	Az érintett települések lakosságának és a szakma meggyőzése a projekt fontosságáról, a fejlesztés céljainak és elvárt eredményeinek megismertetése.
	A megvalósuló projektnek a térségben életében betöltött szerepének, előnyeinek alátámasztása, kommunikálása.

A közszolgáltatásokhoz kapcsolódó fejlesztések során végzendő kommunikáció tevékenység akkor lehet eredményes, ha a fejlesztésekhez kapcsolódó ismeretanyag, információ a társadalmi és gazdasági élet minél szélesebb rétegeihez eljut, és ők azt befogadják.

A nyilvánosság biztosításának célja a projekt célcsoportjainak teljes körű, célzott tájékoztatása a támogatási döntésről, tartalmáról, annak jelentőségéről. A kommunikációs tevékenység további célja, hogy a projekt megvalósítása során szakterületek igényeire válaszoljon, biztosítsa az információkhoz való hozzáférést, de legfőképpen, hogy a területen jelentkező kommunikációs akadályokat lebontsa.

3. CÉLCSOPORTOK – ÜZENETEK MEGHATÁROZÁSA

A célcsoportok és az érintettek kommunikációs szempontú elemzése, kommunikációs üzenetek meghatározása

A projektkommunikáció célcsoportjai szélesebb kört fednek le a fejlesztés célcsoportjainál.

A fejlesztés eredményeit *használók* a következő jól elkülöníthető, meghatározó célcsoportokra oszthatóak

- Az érintett terület víziközmű-szolgáltatója
- A projekttel érintett települések területén élő lakosság.

A célcsoportok értékelése a különböző kommunikációs formák szempontjából

A projekt számos lakossági, szakmai és üzleti csoportra van hatással, így kizárólag **folyamatos kommunikáció révén érhető el, hogy valamennyi tervezett változás konzisztens módon és megfelelő időben kerüljön kommunikálásra** olyan módon, hogy mindeközben folyamatos támogatást élvezzen a projekt, ne csökkenjen a projektagok elkötelezettsége, és a megcélzott lakossági kör érdeklődése is megmaradjon.

Tekintettel arra, hogy a projekt eredményeinek sikeres fenntartása érdekében kiemelt célközönségünket jelent a szakma, ugyanakkor a kommunikáció hasonlóan fontos célcsoportja a lakosság is, cél a szakzsargon lehetőség szerinti kerülése a folyamat során. A lakosságnak szánt üzenet nem tartalmazhat elvont fejtegetéseket, értelmezhetetlen általánosságokat.

A projekt szempontjából **érintettnek** tekintünk minden olyan személyt és/vagy csoportot:

- akik érdekeltek a projektben,
- akikre a megvalósítandó projekt kihatással lesz,
- akik befolyásolhatják a projekt megvalósítását.

A célcsoportok kommunikációs igényeinek meghatározása

Bevezetési szakasz: A közönséggel történő megismertetés első fázisában egy általános jellegű kampányra van szükség, ismertté teszi mind szakmai körben, mind a laikusok (lakosság) számára a fejlesztés céljait. Fontos azonban, hogy bár általános kampányról esik szó, az mégis a megcélzott szegmensek elérését tegye lehetővé. Igyekezni kell, hogy a potenciális igénybe vevői szegmentumok minél nagyobb hányadában tudatosuljon a fejlesztés, és ösztönözni kell őket arra, hogy minél inkább megismerjék a tervezett fejlesztések céljait, felismerjék azok szükségességét.

Pozíció megerősítése: A pozíció megerősítése során folyamatosan bővíthet az érdeklődők száma. Ekkor szükség esetén differenciálni kell a kommunikációt mind földrajzi értelemben, mind a célcsoportok tekintetében.

Célcsoportok – üzenetek:

Célcsoportok	Üzenetek
Közvetlen célcsoportok	
Települési önkormányzatok, Társulások tagjai, képviselők, politikusok	A települések számára kötelező a Csatlakozási Szerződésben vállalt kötelezettségek határidőre történő megvalósítása. A jogszabályi kötelezettségből adódó terhet az NFP a projekt megvalósításával leveszi az ellátásra kötelezettek válláról.
Víziközmű-üzemeltetők	A beruházás megvalósulásával teljesül a derogációs kötelezettség.
Közvetett célcsoportok	
Hatóságok, felügyeleti szervek	Jogszabály írja elő az ellátásra kötelezettek számára a projekt megvalósítását.
Lakosság	Az uniós támogatásnak köszönhetően a településeken megvalósul a korszerű szennyvízelvezetés- és tisztítás.
Projekt által érintettek köre	
Az érintett települések lakosságán kívüli közvélemény	Az uniós támogatásnak köszönhetően megvalósul a korszerű szennyvízelvezetés- és tisztítás az érintett településeken.
Civil szervezetek:	
- egészségvédő szervezetek	A zárt rendszerek és korszerű technológiák miatt a létrejövő fejlesztés nem veszélyezteti az egészséget.
- környezetvédők	Az új technológiák alkalmazásával az üzemeltetés nem jár ökológiai kockázattal.

4. KOMMUNIKÁCIÓS STRATÉGIA MEGALKOTÁSA

A kommunikációs folyamat mindig igazodik a projektciklusokhoz. Meg kell mutatni a csomópontokat, az egyes fázisok lezárultát és az újak kezdetét, a már látható részeredményeket. Az időzítés minden esetben a cél és a tartalom függvénye.

A Széchenyi 2020 Kedvezményezettek Tájékoztatási Kötelezettségei útmutató és arculati kézikönyv által előírt tevékenységek, feladatok célja a célcsoportok folyamatos tájékoztatása a projekt előrehaladásáról, az elért eredményekről.

A kommunikációs tevékenység két fő szakaszra bontható:

1. Az érintett szegmensek (közvetlen és közvetett célcsoportok) tájékoztatása a projektről, kiemelve a célját, formáját, ütemezését, a támogatás mértékét és a forrás eredetét. A kommunikáció előkészítő szakaszában a későbbi hatékony kommunikációt megalapozó feladatok kerülnek ellátásra (tájékoztató kiadványok terjesztése, internetes aloldal kialakítása, stb.). Ezen felül ekkor célszerű a nyílt lakossági fórum megrendezése, melynek során az esetlegesen felmerülő problémák és kérdések tisztázásán felül megtörténhet a tervezett fejlesztés társadalmasítása. A projekt megvalósítási szakaszának elején a cél elsősorban a szakmai szervezetekkel, szolgáltatókkal, potenciális partnerekkel megismertetni a beruházás koncepcióját a későbbi együttműködések megalapozásaként, ennek érdekében információs bemutatkozó kiadványok készülnek, sajtótájékoztató kerül megrendezésre, melyhez kapcsolódóan sajtóközlemények jelennek meg a nyomtatott és on-line médiában. A megvalósítás mérföldköveinél kerül sor aktív kommunikációs kampányra a lakossági és a szakmai célcsoportokat megelőzve, tájékoztatva őket a projekt állásáról.
2. A projekt utolsó szakaszában elsősorban a széles közvélemény tájékoztatása a cél a projekt eredményeinek fenntartása érdekében (közvetett célcsoportok és a projekt által érintettek köre).

A kedvezményezett a külső kommunikáció mellett kiemelt figyelmet fordít a belső kommunikációra, illetve annak jó minőségére is. A hatékony és magas színvonalú tájékoztatás feltétele, hogy a projektben résztvevők között folyamatos és gördülékeny legyen a kommunikáció projektmegvalósítás teljes időszakájában. Ennek eszközei: személyes, csoportos megbeszélések, telefonos, elektronikus egyeztetések.

A kötelező tájékoztatás és nyilvánosság biztosításának feladatait külső szerződő partnerrel kívánja a Kedvezményezett megvalósítani.

A fenti feladatai ellátása során elvárt további szempontok:

- a környezettudatosság közvetítése, környezettudatos rendezvény-körülmények biztosítása;
- a nyilvános eseményeken és a tájékoztatás során az esélyegyenlőség megjelenítése és szegregációmentes kommunikáció folytatása, esélytudatosság közvetítése.

5. A TÁJÉKOZTATÁS SORÁN HASZNÁLT KOMMUNIKÁCIÓS ESZKÖZÖK

A Széchenyi 2020 Kedvezményezettek Tájékoztatási Kötelezettségei útmutató szerinti „Magas támogatási összegű” esetén alkalmazandó kommunikációs csomag előírásai alapján kötelezően megvalósítandó kommunikációs feladatok és eszközök:

Feladat		Menny. egység	Menn y.	Projekt előkészít ő szakasz	Projekt megvalósít ási szakasz	Projekt megvalósít ást követő szakasz	Egység ár	Nettó össz. (Ft)
1.	Kommunikációs (cselekvési) terv készítése	db	1	1			0	0
2.	Nyomtatott szórólapok készítése és lakossági terjesztése	db	5 000	5 000			160	800000
3.	Projekt-aloldal létrehozása és folyamatos működtetése, frissítése	alk. (folyamato s)	1	1			150 810	150810
4.	Sajtóközlemény kiküldése a projekt indításáról és sajtmegjelenések összegyűjtése	db	1	1			0	0
5.	Sajtónyilvános rendezvény szervezése	db	1		1		1 000 000	1000000
6.	"B" típusú tábla	db	1		1		170 000	170000
7.	"C" típusú tábla	db	2		2		35 000	70000
8.	Médiamegjelenés vásárlása a projekthez kapcsolódóan	db	8		6	2	575 416	4603328
9.	Kommunikációs célra alkalmas fotódokumentáció készítése	alk. (folyamato s)	4		3	1	100 000	400000
10.	Sajtónyilvános ünnepélyes projektátadó rendezvény szervezése	db	1			1	1 000 000	1000000
11.	Sajtóközlemény kiküldése a projekt zárásáról és sajtmegjelenések összegyűjtése	db	1			1	0	0
12.	Eredménykommuniká ciós információs anyagok, kiadványok készítése	db	5 000			5 000	175	875000

13.	TÉRKÉPTÉR feltöltése a projekthez kapcsolódó tartalommal	db	1			1	0	0
14.	"D" típusú tábla	db	3			3	25 000	75000
Összesen:								9 144 138

Az egyes tevékenységek részletes bemutatása:

1. Kommunikációs terv (1 db)

A projektkommunikáció sikeres és hatékony megvalósításához, a célcsoportok mozgósításához ütemezett feladatokat, tevékenységeket, akciókat bemutató kommunikációs terv készül. A Projektgazda a Kommunikációs Tervet jelen formájában küldi meg az Irányító Hatóság részére. Mivel a kommunikációs terv készítése nem elszámolható költségként, ezért létrehozása a kedvezményezett feladata, amely feladatot külső vállalkozó részére nem adhatja ki.

2. Nyomtatott tájékoztató készítése és lakossági terjesztése (5000 db)

A beruházás szükségességét és a támogatás elnyerését ismertető szórólapok gyártása és terjesztése a Széchenyi 2020 arculati kézikönyvnek megfelelő arculati elemekkel. A feladat az Irányító Hatósággal történő egyeztetés során kialakított tartalmú és megjelenésű nyomtatott kommunikációs anyag grafikai tervezése, szövegezése, lektorálása, nyomdai előkészítése és gyártása.

Általános arculati előírás, hogy a kötelező elemek feltüntetése melletti további (ajánlatkérői) logók használata esetén az EU-logónak legalább akkora méretűnek kell lennie (magasságban, vagy szélességben), mint az EU-logón kívül használt bármely legnagyobb méretű logónak. A nyomtatott tájékoztatók a projekt során 1 alkalommal készülnek el, minden terület számára azonos tartalommal és kivitelben.

A nyomtatott tájékoztató követelményei:

- anyaga papír 115 g fényes műnyomó,
- A5 méret (148x210mm), terjedelem 2 oldal,
- nyomtatás 4+4 szín,
- példányszám: 5000 db, az érintett település háztartásainak becsült számához igazodva. A fennmaradó példányokat a projekthez kapcsolódó rendezvényeken szükséges kiosztani a készlet erejéig.

3. Projekt aloldal létrehozása, működtetése és frissítése (1 db)

A projekt-aloldal a <http://zalaszentgrot.hu/> honlapon kerül kialakításra, görgetés nélkül elérhető helyen, a hatályos arculati elemeknek megfelelő infóblokk alkalmazásával.

Az alábbi tartalmi elemeket szükséges megjeleníteni az aloldalon a projekthez kapcsolódóan:

- a kedvezményezett neve,
- a projekt címe,
- a szerződött támogatás összege,
- a támogatás mértéke (%-ban),
- a projekt tartalmának bemutatása.
- a projekt tervezett befejezési dátuma (ha megvalósult, akkor a tényleges befejezés)
- projekt azonosító száma

Az alábbi kötelező arculati elemek, feltüntetése szükséges az aloldalon színes verzióban:

- infoblokk,
 - o Széchenyi 2020 grafikai elem (a logó kontúrjából készült, kifutó kék ív)
 - o Széchenyi 2020 logó
 - o EU-logó és az Európai Unió kiírás (nem rövidítve)
 - o Magyarország kormánya logó
 - o A támogató alap(ok)ra vonatkozó utalás (KA)
 - o „Befektetés a jövőbe” szlogen.

Az ún. infoblokknak mindig kiemelt helyen kell szerepelnie a honlapon, azaz a láthatósági területen kell lennie, megnyitáskor, görgetést nem igénylő pozícióban.

Az aloldalra vonatkozó minimális elvárások:

- tartalomfeltöltés és negyedéves frissítés;
- önállóan szerkeszthető tartalom;
- képgaléria;
- keresőoptimalizált felépítés, hogy a Google és más keresők minél könnyebben rátaláljanak;
- keresőbarát URL, hogy a keresők és látogatók számára is könnyen felismerhető és megjegyezhető legyen;
- mobilbaráttá tétel;
- akadálymentesítés: könnyen olvasható kivitel elkészítése elvárt.

4. Sajtóközlemény kiküldése a projekt indításáról és a sajtómegjelenések összegyűjtése (1 db)

A projektmegvalósítás megkezdése kapcsán sajtóközlemény kerül kiküldésre a megcélzott újságírói körnek. A közleményt a helyi médiumokhoz, az illetékes szaksajtóhoz, illetve a Magyar Távirati Irodához (MTI) kell eljuttatni.

Az online, print és elektronikus médiát egyaránt, egyszerre kell tájékoztatni, kiemelt célcsoport a régióban dolgozó média munkatársak. A KTK 2020 32. oldalán található sajtóközlemény mintát szükséges alapul venni, valamint a tervet a kiküldés előtt meg kell küldeni ellenőrzésre az Irányító Hatóság részére.

A kiküldést követően sajtófigyelést kell végezni, majd elemezni a sajtóközlemény kiküldése során generálódott sajtómegjelenéseket. A projekttel kapcsolatosan összegyűjtött sajtómegjelenéseket az előrehaladási jelentéssel együtt el kell juttatni az Irányító Hatóság

részére. A sajtóközlemény kiküldése és a sajtómegjelenések összegyűjtése nem elszámolható tevékenység.

5. Sajtónyilvános rendezvény szervezése (1 db)

A rendezvények szervezése igen fontos a beruházás személyessé tétele és szakmai elismertségének növelése, valamint promotálása szempontjából. A rendezvények szervezése során azok tényét, a projekt címét, valamint a rendezvény helyét és idejét annak megtartása előtt legkevesebb 10 nappal az Irányító Hatóság részére jelezni kell a programmal együtt. Ehhez a rendezvény meghívójának csatolása szükséges.

- Helyszín: A projekt területén, beltérben (pl. polgármesteri hivatal terme, vagy művelődési központ stb.)
- Darabszám: 1 darab
- A meghívandók létszáma legalább 60 fő a 3. pontban meghatározott célcsoportok bevonásával
- Catering: Hideg-meleg büfé állófogadás jelleggel (kávé, tea, ásványvíz, szénsavas és rostos üdítő, alap svédasztal: hideg előétel, főétel, desszert)
- Jelleg: Állófogadás
- Helyszín, továbbá a berendezések (székek, felszólalói asztal), valamint a technika (áramellátás, hangtechnika, számítógép(ek), vetítéstechnika) biztosítása, ezek oda- és elszállítása a helyszínről, a felépítés és a bontás teljes körű elvégzése;

Feladat továbbá a résztvevők e-mail útján történő meghívása a kedvezményezett által összeállított meghívotti lista alapján, valamint az esemény dokumentálása fotókkal és jelenléti ívvel.

6. „B” típusú tájékoztató tábla (1 db)

A beruházás fő helyszínén 1 db „B” típusú tájékoztatótábla elkészítése, elhelyezése és felületvédelme a Széchenyi 2020 Arculati Kézikönyv előírásait betartva, a projekt megkezdését követően a projekt fizikai zárásáig. Feladat az elhelyezéshez szükséges engedélyek beszerzése. A „B” típusú táblát a projekt fizikai befejezéséig kell kint tartani.

7. „C” típusú tájékoztató tábla (2 db)

A beruházás további helyszínén 2 db „C” típusú tájékoztató tábla elkészítése, elhelyezése és felületvédelme a Széchenyi 2020 Arculati Kézikönyv előírásait betartva, a projekt megkezdését követően a projekt fizikai zárásáig.

8. Médiamegjelenés vásárlása a projekthez kapcsolódóan (8 db)

A fizetett hirdetések megjelentetése a médiában nagyban elősegíti a projekt ismertségének, valamint elfogadottságának növelését. Fontos ugyanakkor kiemelni, hogy a megjelentetendő hirdetések megjelenés előtt szükséges megküldeni az Irányító Hatóság részére. A médiamegjelenéseknek az alábbi paraméterek szerint kell megvalósulniuk:

- Megjelenések száma: 8 darab (a projekt előrehaladásával összhangban, folyamatosan)
- Megjelenés helye: Helyi, vagy regionális print, vagy online médiumokban, vagy helyi vagy regionális rádiókban, vagy helyi vagy regionális televízióadókban
- Paraméterek:
 - Online médium esetében Google Adwords kampány (10 000 AV), vagy bannerhirdetés 1 héten át / alkalom
 - Print médium esetén legalább 1/10 oldal / alkalom
 - Rádió esetén: 30 mp spot / alkalom (1 spot gyártása szükséges összesen / alkalom, alkalmanként 5 sugárzás)
 - TV esetén: 30 mp spot / alkalom (1 spot gyártása szükséges összesen, ám alkalmanként 5 sugárzással)

Kötelező elemek: KTK arculati kézikönyv szerint

9. Kommunikációs célra alkalmas fotódokumentáció készítése (4 alkalom, a projekt alatt folyamatosan)

Fotók készítése, gyűjtése, szerkesztése a projekt megvalósulásának folyamatáról az alábbiak szerint:

- A projekt megvalósulás helyszínein elhelyezett tábla fényképes bemutatása. Összesen legalább 2-2 db fotó.
- A projekt rendezvényeinek bemutatása, alkalmanként legalább 15-15 darab jó minőségű fotó
- A kivitelezési munkákról készített fényképek, településenként legalább 15-15 db fotó. Legalább 1 alkalommal minden érintett településen.

A fotódokumentációt szerkesztett, rendszerezett formában, 1 nyomtatott példányban, valamint 1 példány elektronikus adathordozón (nyomdai felhasználásra alkalmas minőségű, 5 megapixel felbontású színes fényképek) szükséges előállítani.

10. Sajtónyilvános ünnepélyes projektátadó rendezvény szervezése (1 db)

A projekt elkészültének kellőképpen nívós megünneplése ünnepélyes projektátadó rendezvénnyel biztosítható, amely ráadásul a beruházás elkészülte tényének promotálására is tökéletesen alkalmas, hiszen az ilyen események általában nagy sajtóérdeklődést váltanak ki, ami által tovább növelhető a beruházás társadalmi elfogadottsága. A rendezvény szervezése során annak tényét, a projekt címét, valamint a rendezvény helyét és idejét annak megtartása előtt legkevesebb 10 nappal az Irányító Hatóság részére jelezni kell a programmal együtt. Ehhez a rendezvény meghívójának csatolása szükséges.

- Helyszín: A projekt területén, beltérben (pl. polgármesteri hivatal terme, vagy művelődési központ stb.)
- Darabszám: 1 darab
- A meghívandók létszáma legalább 60 fő a 3. pontban meghatározott célcsoportok bevonásával
- Catering: Hideg-meleg büfé állófogadás jelleggel (kávé, tea, ásványvíz, szénsavas és rostos üdítő, alap svédasztal: hideg előétel, főétel, desszert)
- Jelleg: Állófogadás
- Helyszín, továbbá a berendezések (székek, felszólalói asztal), valamint a technika (áramellátás, hangtechnika, számítógép(ek), vetítéstechnika) biztosítása, ezek oda- és elszállítása a helyszínről, a felépítés és a bontás teljes körű elvégzése;
- Feladat továbbá a résztvevők e-mail útján történő meghívása a kedvezményezett által összeállított meghívotti lista alapján, valamint az esemény dokumentálása fotókkal és jelenléti ívvel.

11. Sajtóközlemény kiküldése a projekt zárásáról és a sajtómegjelenések összegyűjtése (1 db)

A projekt zárása kapcsán sajtóközlemény kerül kiküldésre a megcélzott újságírói körnek. A közleményt a helyi médiumokhoz, az illetékes szaksajtóhoz, illetve a Magyar Távirati Irodához (MTI) kell eljuttatni.

Az online, print és elektronikus médiát egyaránt, egyszerre kell tájékoztatni, kiemelt célcsoport a régióban dolgozó média munkatársak. A KTK 2020-ban található sajtóközlemény mintát szükséges alapul venni, valamint a tervet a kiküldés előtt meg kell küldeni ellenőrzésre az Irányító Hatóság részére. A sajtóközlemény kiküldése és a sajtómegjelenések összegyűjtése nem elszámolható tevékenység.

12. Eredménykommunikációs anyagok (5000 db)

Az eredménykommunikációs kiadvány fontos dokumentum a megvalósult fejlesztése előnyeinek tényszerű bemutatásához, illetve ahhoz, hogy az érintettek illusztrált formában is végigkövethessék, hogy a fejlesztés kivitelezése során őket ért esetleges kellemetlenségek valóban szükségesek voltak ahhoz, hogy végeredményben az ő életkörülményeik váljanak jobbá. Fontos továbbá, hogy a kiadványt nyomdába küldés és terjesztés előtt az Irányító Hatóság számára előzetes ellenőrzés céljából eljuttatni szükséges.

Az eredménykommunikációs kiadványok követelményei:

- anyaga papír 115 g fényes műnyomó,
- A5 méret (148x210mm), terjedelem 2 oldal,
- nyomtatás 4+4 szín,

- példányszám: 5000 db
- kihelyezés: a szórólapokkal megegyező módon.

13. TÉRKÉPTÉR feltöltése a projekthez kapcsolódó tartalommal

A pályázati tájékoztató felületen keresztül a projekthez kapcsolódó bemutató, fényképek rögzítése a TÉRKÉPTÉR on-line adminisztrátori felületére az alábbiak szerint:

- projekthez kapcsolódó leírás,
- kommunikációs célú, nyomdai felhasználásra alkalmas kép,
- a projektet bemutató nyomdai kiadványok.

A TÉRKÉPTÉR feltöltése nem elszámolható tevékenység.

14. „D” típusú emlékeztető táblák (3 db)

3 db „D” típusú tábla elkészítése és elhelyezése a megvalósulási helyszínen az Arculati Kézikönyv előírásait betartva, a projekt megvalósítását követően. Az elhelyezéshez a szükséges engedélyek beszerzése a projekt fenntartási időszakára. A „D” típusú táblát a projekt fizikai befejezésétől a fenntartási időszak végéig kell kint tartani.