



Factsheet 14

Projectcommunicatie

Versie nr. 8 d.d. 12 juli 2018

Inhoudsopgave

INLEIDING	3
I. TIPS VOOR PROJECTCOMMUNICATIE	3
A. RESULTAATGERICHTE AANPAK EN DOELSTELLINGEN	3
B. DOELGROEPEN.....	4
C. ACTIVITEITEN EN <i>DELIVERABLES</i>	5
D. PLANNING	6
E. BEGROTING.....	6
II. VEREISTEN VOOR PROJECTCOMMUNICATIE	7
A. PROJECTLOGO (VERPLICHT)	7
1. <i>Gestandaardiseerd projectlogo</i>	7
2. <i>Specifiek projectlogo (ontwikkeld door het project) en het Programmalogo</i>	8
B. PROJECTPOSTER (VERPLICHT).....	10
C. TIJDELIJKE BORDEN EN PERMANENTE PLATEN (VERPLICHT)	11
D. WEBSITE PROJECTPARTNERS (VERPLICHT).....	12
E. PROJECTWEBSITE (NIET VERPLICHT).....	12
F. PROJECTEVENEMENTEN (VERPLICHT)	13
G. PROJECTPUBLICATIES (VERPLICHT)	13
H. SOCIALE MEDIA (NIET VERPLICHT)	13
III. AANDACHTSPUNTEN	14
A. SUBSIDIE VERMINDERING	14
B. INTERNE EN EXTERNE COMMUNICATIE	14
C. VERTALING VAN COMMUNICATIE EN VOORLICHTINGSMAATREGELEN	14
IV. HULP VANUIT HET PROGRAMMA	15
A. PROGRAMMA WEBSITE.....	15
B. PROGRAMMA SOCIALE MEDIA	15
C. TECHNISCHE HULP	15

Inleiding

Deze factsheet gaat over de specifieke rol van **communicatie als belangrijke pijler voor de succesvolle uitvoering en afronding van uw project**. De laatste tien tot twintig jaar is projectcommunicatie steeds belangrijker geworden bij Interreg-programma's. Het is nu een van de sleutelementen die zorgen voor duurzame en overdraagbare projectresultaten en op die manier een bijdrage leveren aan de *value for money* van Europese projecten. Communicatie betekent in dat opzicht dus niet een op zichzelf staand werkpakket, maar is **door de koppeling te leggen met doelgroepen** onlosmakelijk verbonden met de **duurzaamheid en overdraagbaarheid van outputs en resultaten**. Bovendien **waarborgt communicatie dat de uitgangspunten van co-creatie en naleving van de quadruple-helix worden gevolgd** (zie C.4.2-C4.5 van het AF, C3.2-C3.4 van de CN).

Het eerste deel van deze factsheet geeft tips voor aanvragers over hoe een sterk communicatiewerkpakket te ontwikkelen. Deel II lijst de formele vereisten op die projecten moeten volgen wanneer ze communicatie-activiteiten uitvoeren, zoals voorgeschreven in de verordening (EU) No 1303/2013 en artikel 12 van het Subsidiecontract.

I. Tips voor projectcommunicatie

A. Resultaatgerichte aanpak en doelstellingen

De communicatieactiviteiten moeten vooral gericht zijn op de projectresultaten. Communicatie over specifieke activiteiten of *deliverables* moet niet alleen een bijdrage leveren aan een bepaald resultaat, maar ook aan de kwaliteit van dat resultaat. Als onderdeel van de resultaatgerichte aanpak voor de Interreg 2 Zeeën-programmaperiode 2014-2020 moeten alle projecten al in de aanvraagfase aantonen op welke manier hun outputs en resultaten zichtbaar, overdraagbaar en duurzaam zijn en hoe zij zorgen voor input en betrokkenheid van de belangrijkste doelgroepen.

Dat betekent als gevolg van de interventielogica van het project dat alle communicatiedoelstellingen sterk afgestemd moeten zijn op de algemene en specifieke projectdoelstellingen: **Wat wil een project bereiken en wat moet het partnerschap doen om dit te bereiken?**

In de communicatiedoelstellingen wordt daarom beschreven hoe specifieke communicatieactiviteiten en *-deliverables* een bijdrage leveren aan de projectoutputs en -resultaten.

De communicatiedoelstellingen zijn dus sterk gekoppeld aan het soort output dat zij ondersteunen. Zo gaat het bij beleidsverbetering vaak om bewustmaking, gedragsverandering en het verspreiden van kennis. Pilotprojecten daarentegen impliceren een actievere betrokkenheid van de eindgebruikers en het bedrijfsleven. Hierbij spelen stakeholders en gebruikerstests een rol, wat dus ook communicatiedoelstellingen meebrengt die betrekking hebben op heel andere fasen van de projectuitvoering.

Wil een communicatiedoelstelling worden goedgekeurd, dan moet deze aan de volgende eisen voldoen:

Specific (specifiek):	de doelstelling draagt bij aan de relevante verandering op het niveau van de specifieke doelstelling
Measurable (meetbaar):	het is mogelijk om de uitgangswaarden, de streefwaarden en zo nodig de mijlpalen te meten
Achievable (haalbaar):	het is mogelijk om het doel te bereiken
Relevant (relevant):	de doelstelling draagt bij aan de verandering op prioriteit- en programmaniveau

Time-bound (tijdgebonden): de doelstelling is duidelijk in de tijd afgebakend (aanvang en einde) en wordt regelmatig geactualiseerd

NB: Er is een verschil tussen interne en externe communicatie. In deze factsheet gaat het uitsluitend over externe communicatie. De interne communicatie voor 2 Zeeën-projecten valt onder het werkpakket Projectmanagement, waarin beschreven moet worden hoe de partners communiceren en wie wanneer verantwoordelijk is voor het interne projectmanagement.

B. Doelgroepen

Een doelgroep is een duidelijk gedefinieerde groep die (direct dan wel indirect) belang heeft bij het project. Doelgroepen moeten kennisnemen van de projectactiviteiten, zullen in bepaalde gevallen baat hebben bij de projectoutputs en -resultaten, of hun betrokkenheid is noodzakelijk om de duurzaamheid van de projectoutputs en -resultaten te waarborgen. Een project kan zich richten op een aantal doelgroepen tegelijk, die ieder een andere aanpak, andere communicatiemiddelen en een andere communicatiefrequentie vereisen. Doelgroepen dienen duidelijk afgebakend te zijn per projectoutput. Voor de verschillende doelgroepen moeten specifieke communicatieactiviteiten worden omschreven.

Bij een resultaatgericht programma als Interreg 2 Zeeën is het van groot belang dat de doelgroepen vanaf het begin bij het project worden betrokken en dat die betrokkenheid zelfs na het project doorloopt. Door feedback en actieve betrokkenheid van doelgroepen wordt het project in **maatschappij, bedrijfsleven en politiek verankerd, ontstaat focus en worden overdraagbaarheid en duurzaamheid** van de outputs en resultaten geoptimaliseerd.

Afhankelijk van de projectdoelstellingen kunnen de doelgroepen verschillend van aard zijn. Het kan gaan om lokale/nationale politici of beleidsmakers die beleid moeten uitvoeren, consumenten die een nieuw product gebruiken, patiënten die een nieuw soort behandeling krijgen, fabrikanten, het brede publiek, MKB/KMO's, enz. Onderstaande tabel kan helpen om erachter te komen wat precies de doelgroepen zijn, in welke mate deze betrokken moeten worden bij het project en hoe een project deze doelgroepen kan bereiken::

Vaststellen doelgroepen	<ul style="list-style-type: none"> – Wie moet er gebruik maken van mijn outputs? – Wie moet binnen mijn organisatie worden betrokken? – Wie kan nuttige input geven tijdens het realiseren van de outputs? – Wie moeten er bij het project worden betrokken om te zorgen voor continuïteit van de projectresultaten die verder reikt dan het project zelf? – Zijn er actoren die wellicht een negatief beeld hebben van mijn project of daar negatieve effecten van ondervinden? – Wie heeft er direct of indirect baat bij de projectoutputs? – Is er een bepaalde gedragsverandering nodig om de projectresultaten te kunnen realiseren? Bij wie moet ik gedrag veranderen en wie moet ik bij het project betrekken om dit te bereiken?
Doelstellingen	<ul style="list-style-type: none"> – Welke mate van betrokkenheid is van de diverse doelgroepen vereist? – Wat is mijn doelstelling: informeren, feedback krijgen of daadwerkelijk samenwerken met de doelgroepen?
Methode	<ul style="list-style-type: none"> – Hoe kan ik mijn doelgroepen bereiken? – Heb ik per doelgroep een andere methode nodig om te bereiken wat ik wil? – Zijn deze actoren mijn vaste 'klanten' of heb ik een andere aanpak nodig om hen te bereiken?
Planning	Gezien de vraaggestuurde opzet van het Programma is het belangrijk dat doelgroepen en stakeholders vanaf het begin bij het Programma worden betrokken en dit ook het hele project zo blijft. Maar:

- | | |
|--|---|
| | <ul style="list-style-type: none"> - Wanneer heb ik welke specifieke doelgroep precies nodig? - Heb ik hen nodig bij het ontwikkelen van mijn outputs, bij de feitelijke verwezenlijking of alleen aan het eind van het project om de duurzaamheid te waarborgen? |
|--|---|

In de fase van de **Conceptnota** (CN) moeten de indieners een beschrijving geven van alle afzonderlijke doelgroepen per output.

In het **Aanvraagformulier** (AF) moet informatie worden toegevoegd over hoe het project al deze doelgroepen precies wil betrekken bij het project.

C. Activiteiten en *deliverables*

Al het bovenstaande komt samen in het werkpakket Communicatie in het Aanvraagformulier. Daar moet u laten zien hoe u door specifieke communicatieactiviteiten en *-deliverables* al uw doelgroepen wilt bereiken en bij het project wilt betrekken. Daarbij moeten de communicatieactiviteiten niet alleen bijdragen aan de projectresultaten, maar deze ook versterken en zorgen voor de duurzaamheid en overdraagbaarheid ervan, ook na afloop van het project. Net als bij de andere werkpakketten bestaat iedere communicatieactiviteit uit een of meer *deliverables*.

Om te zorgen voor een zo groot mogelijke doelmatigheid van het project moet er onderscheid worden gemaakt tussen verspreidings-, communicatie- en exploitatie-/valorisatieactiviteiten, die allemaal een ander doel dienen:

- **Disseminatieactiviteiten** (eenrichtingsverkeer) – zorgen ervoor dat het project zichtbaar is en dat de activiteiten en outputs die het project verwezenlijkt zo breed mogelijk worden verspreid en ook na afloop van het project beschikbaar blijven. Waar worden gegevens opgeslagen, wanneer worden zij openbaar gemaakt en hoe lang worden zij opgeslagen? Hoe zullen deze activiteiten zo breed mogelijk publiek bereiken? Moeten bepaalde gegevens beter worden beschermd?
 - Voorbeelden: het publiceren van een artikel over de bevindingen van een project in een open-access-tijdschrift, het bekendmaken van projectoutputs op een website of online database/platform die/dat ook na het project beschikbaar blijft, het regelmatig verzenden van nieuwsbrieven met updates over de projectvoortgang, het drukken van folders en brochures, het uitdelen van gadgets, enz.
 - NB: Kosteloze verspreiding is een algemeen uitgangspunt van het Interreg-programma en voorwaarde voor het ontvangen van EFRO-subsidie, maar de projectpartner die *deliverables* en outputs bezit, kan onderzoeken of het mogelijk is om deze te beschermen (waarbij wel geldt dat de resultaten van het project altijd algemeen worden verspreid). Zie factsheet 13 over IER voor meer informatie.
- **Communicatieactiviteiten** (tweerichtingsverkeer) – rekening houden met feedback van de doelgroepen, ervoor zorgen dat de projectoutputs en -resultaten overdraagbaar zijn, steeds inspelen op een daadwerkelijke behoefte (vanuit maatschappij, bedrijfsleven, politiek), waardoor er een breed draagvlak ontstaat. Deze activiteiten vertalen de projectbevindingen in een duidelijke boodschap die in lijn is met de beoogde doelstellingen en resultaten. De triple/quadruple helix en het concept van co-creatie staan centraal.
 - Voorbeelden: focusgroepbijeenkomsten met doelgroepen, Delphi-methode, gastlezingen, informatieavonden voor de plaatselijke bevolking, enz.
- **Exploitatie-/valorisatieactiviteiten** – waarborgen dat de projectoutputs en -resultaten ook na afloop van het project worden gebruikt, waardoor de duurzaamheid van de outputs en resultaten wordt gegarandeerd. Hoe kan ik ervoor zorgen dat de project-outputs en -resultaten de resultaten

ook werkelijk versterken of hoe zorg ik ervoor dat andere mensen gebruik maken van de outputs en resultaten, MKB/KMO's deze oppakken, enz.

- Voorbeelden: oprichten van spin-offs, ontwikkelen van model-ondernemingsplannen, lobbyactiviteiten om outputs op te nemen in curricula van scholen, lobbyactiviteiten voor overheidsbeleid, octrooiaanvragen, uitzetten van routes naar de markt, enz.

Naast deze zeer projectspecifieke activiteiten zijn er een aantal verplichte communicatieactiviteiten die van toepassing zijn op alle Interreg 2 Zeeën-projecten en die te maken hebben met de projectidentiteit en *branding*:

De communicatievereisten worden uitgelegd onder sectie II van deze factsheet.

D. Planning

Alle voorgestelde *deliverables* op het gebied van communicatie moeten tijdens de projectperiode worden opgenomen. Zij dienen afgestemd te zijn op de *deliverables*, outputs en resultaten van het project.

E. Begroting

Een belangrijk onderdeel dat in het kader van het werkpakket Communicatie moet worden ontwikkeld, is de begroting. Alle partners moeten een gedetailleerde raming verstrekken van de middelen die zij nodig denken te hebben om te voldoen aan de eisen op communicatiegebied en om de diverse in het werkpakket genoemde *deliverables* te produceren.

Alle partners moeten omschrijven welke interne (budgetlijn 1) of externe (budgetlijn 4) human resources zij nodig denken te hebben om de communicatieactiviteiten op te zetten en te realiseren. Daarnaast moeten de kosten voor het drukken van promotiemateriaal (budgetlijn 4) worden vastgesteld. Eventuele reiskosten voor communicatiewerkgroepen moeten worden opgenomen onder budgetlijn 3.

Bij het opstellen van een communicatiebegroting moeten de partners zich houden aan het *value for money*-principe. Dit betekent dat alle voorgestelde activiteiten een direct verband moeten hebben met een van de communicatiedoelstellingen en de specifieke doelgroepen. Er hoeft geen specifiek percentage van het totale projectbudget te worden uitgegeven aan het werkpakket Communicatie. De enige vereiste is dat alle kosten redelijk zijn en dat de communicatie volledig aansluit bij de doelstellingen en *deliverables*.

NB: Bepaalde verplichte activiteiten, zoals **het maken van een projectposter, moeten worden uitgevoerd door een professionele ontwerper**. De kosten die deze activiteit met zich meebrengt, kunnen worden opgenomen in de begroting, ofwel onder budgetlijn 1 (indien gebruik gemaakt wordt van interne middelen) ofwel onder budgetlijn 4 (indien er externe diensten nodig zijn).

II. Vereisten voor projectcommunicatie

Een correcte toepassing van deze vereisten betekent dat het programma deze communicatie-activiteiten van het project kunnen co-financieren.

A. Projectlogo (verplicht)

Bij alle communicatieactiviteiten die door Interreg 2 Zeeën-projecten worden ontwikkeld moeten logo's vertonen die verwijzen naar het project, het Interreg 2 Zeeën Programma, het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling (EFRO) en de Europese Unie.

Om in orde te zijn met deze regel moeten projecten één van de volgende opties kiezen:

- Een gestandaardiseerd projectlogo
- Een combinatie van een specifiek projectlogo en het programmalogo, inclusief verwijzing naar EFRO

1. Gestandaardiseerd projectlogo

Projecten die ervoor kiezen te werken met een gestandaardiseerd projectlogo hoeven zich geen zorgen te maken over het ontwerp van het logo. Deze projecten moeten het GS informeren over hun keuze, die dan het logo aan het project zal bezorgen.

Projecten moeten de regels met betrekking tot omvang, verhouding en lege ruimte respecteren wanneer ze het gestandaardiseerde projectlogo gebruiken.

a) Omvang

De minimale breedte dient 38,1mm te bedragen. Er geldt geen maximale afmeting.



b) Verhouding

Handhaaf bij het elektronisch vergroten of verkleinen van het logo precies de hierboven weergegeven verhoudingen. Rek het logo niet uit en druk het niet in.



c) Lege ruimte

Houd een lege ruimte (ter breedte van de letter 'e' in het programmalogo) rond alle versies van het logo. In deze ruimte mogen tekst noch afbeeldingen staan.

In deze gereserveerde ruimte mogen geen tekst, afbeeldingen of illustraties worden toegevoegd omdat dit tot de creatie van een nieuw logo leidt.



2. Specifiek projectlogo (ontwikkeld door het project) en het Programmalogo

Projecten die ervoor kiezen om te werken met een specifiek projectlogo moeten verzekeren dat dit specifieke projectlogo altijd samen met het Programmalogo gebruikt wordt.

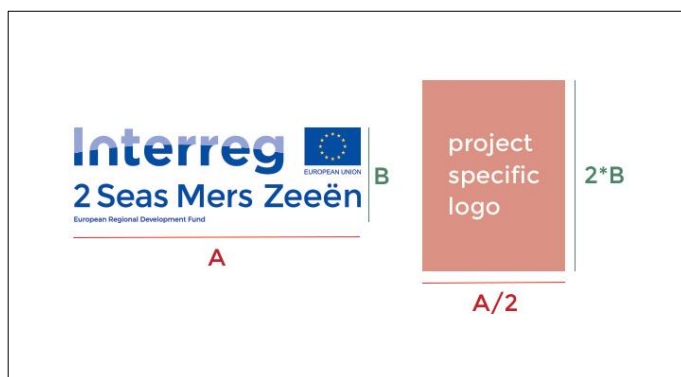
De regels met betrekking tot omvang, verhouding en lege ruimte die van toepassing zijn op het gebruik van het gestandaardiseerde projectlogo (zie onder A.1) zijn ook van toepassing op het gebruik van het Programmalogo.

Projecten moeten verzekeren dat het Programmalogo op z'n minst dezelfde omvang heeft, gemeten in hoogte of breedte, als het specifieke projectlogo. Projecten worden aanbevolen om een van de volgende scenario's te kiezen en de bijhorende regels met betrekking tot de omvang toe te passen:

- a) Als het specifieke projectlogo vierkant is, moet de breedte niet breder zijn dan $\frac{1}{2}$ van de breedte van het Programmalogo



- b) Als het specifieke projectlogo een portretvorm heeft, mag de breedte niet meer zijn dan $\frac{1}{2}$ van de breedte van het Programmaloogo en de hoogte mag niet meer zijn dan $\frac{1}{2}$ van de hoogte van het Programmaloogo
























- c) Als het specifieke projectlogo een landschapsvorm heeft, mag de maximum breedte niet breder zijn dan de breedte van het Programmaloogo



Projecten worden aangemoedigd om "Montserrat" als lettertype te kiezen voor hun specifieke projectlogo. Op deze manier wordt consistentie gegarandeerd met de gemeenschappelijke Interreg-branding. Dit lettertype kan gratis gedownload worden via <http://www.fontsquirrel.com/fonts/montserrat>.

Projecten worden aangemoedigd het kleur te gebruiken van de Programma Specifieke Doelstelling waar hun project toe bijdraagt als belangrijkste kleur van hun logo. Hieronder vindt u een overzicht van de respectievelijke kleurcodes.

			CMYK		RGB	Pantone
	Framework Conditions for Innovation		C 0 M 50 Y 100 K 0		R 220 G 145 B 24	Pantone+ Solid Coated 144C 
	Technological Innovation		C 0 M 95 Y 100 K 0		R 196 G 35 B 27	Pantone+ Solid Coated 485C 
	Social Innovation		C 0 M 95 Y 22 K 0		R 196 G 20 B 107	Pantone+ Solid Coated 214C 
	Low-Carbon Technologies		C 45 M 0 Y 100 K 0		R 171 G 195 B 43	Pantone+ Solid Coated 583C 
	Adaptation to Climate Change		C 100 M 50 Y 0 K 0		R 0 G 105 B 175	Pantone+ Solid Coated 307C 
	Efficient use of resources and materials		C 63 M 100 Y 0 K 0		R 104 G 34 B 123	Pantone+ Solid Coated 2603C 
	Circular Economy		C 100 M 16 Y 100 K 0		R 24 G 131 B 60	Pantone+ Solid Coated 7726C 

B. Projectposter (verplicht)

Volgens de EU-voorschriften moeten alle goedgekeurde projectpartners een poster op een centrale plaats in een voor het publiek toegankelijk deel van hun gebouw ophangen. Op de poster moet informatie over het project staan evenals een verwijzing naar het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling.

Let op! Voor deze poster mag uitsluitend de standaardversie van het projectlogo worden gebruikt. Dit geldt voor alle Interreg 2 Zeeën-projecten, ook voor de projecten met een eigen projectlogo. Het wordt projecten sterk aangeraden om binnen zes maanden na goedkeuring van het project een poster te maken en op te hangen.

De creatie van deze poster moet door een professionele ontwerper gebeuren. Projecten mogen hiervoor zowel interne als externe middelen gebruiken.

Projecten moeten gebruik maken van de sjablonen die beschikbaar zijn op de Programmawebste onder "Projects > Communicate your project". N.B.: Er is voor iedere Specifieke Doelstelling van het Programma een apart sjabloon. Projecten moeten het betreffende sjabloon selecteren en de richtlijnen volgen, die kan gedownload worden op dezelfde pagina van de Programmawebste.

How to create a project Poster

- You are obliged to have the poster designed by a professional graphic designer or one that is able to make this design, using the required graphic software and respecting the rules mentioned in this guidance document.
- The selected image should be of professional quality (recommended resolution: 3600 x 2100 px).
- The poster has to be designed in three linguistic versions: Dutch, French and English.

Use the provided InDesign files as a template.

Important:
Use the file ending in ".up_to_10" if you have 10 or less project partners.
Use the file ending in ".up_to_20" if you have over 10 project partners.

Use the page with your project's thematic objective colour.

The minimum poster size is A3.

Contact JS Communication Officer for any additional support :
contact@interreg2seas.eu

Insert your project logo. The name of your project has to be written in your project's main thematic objective colour. Make sure this logo meets the requirements as mentioned in the Fact sheet Communication.

Watch out to use your project's main thematic objective icon

You are free to use either the image corresponding to your specific objective, either another relevant picture. Do not forget about copyrights when using an image other than the ones provided by Interreg 2 Seas.

Highlight text using the main thematic objective colour

Include the aim of your project on 4 lines maximum. Use the font Open Sans Semibold for this text.

Include the project partner logos. For projects above 10 partner logos please refer to the "poster_up_to_20.indd" template.

Insert project website. Use main thematic objective colour as background.

C. Tijdelijke borden en permanente platen (verplicht)

Door Interreg 2 Zeeën gefinancierde infrastructuur en bouwwerken moeten tijdens en na afloop van de werkzaamheden als zodanig herkenbaar zijn.

Deze verplichting geldt voor projecten met een totale overheidsbijdrage (inclusief EFRO-subsidie in het kader van Interreg) van meer dan € 500.000. Om transparantie te waarborgen raadt het Interreg 2 Zeeën-Programma ten eerste aan dat projecten met een overheidsbijdrage van minder dan € 500.000 dezelfde regels volgen.

Zolang de werkzaamheden nog gaande zijn, moeten de begunstigden een tijdelijk bord installeren voor ieder project dat de financiering van infrastructuur of bouwwerken omvat waarvoor de totale overheidssteun meer dan € 500.000 bedraagt. Dit tijdelijke bord moet uiterlijk drie maanden na voltooiing van de werkzaamheden worden vervangen door een permanente plaat.

Tijdelijke borden en platen moeten het logo van het Interreg 2 Zeeën-Programma, de naam van het project, de hoofdoelstelling, het EU-embleem en de referentie naar de Unie en de referentie naar het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling omvatten. Deze elementen moeten minimaal 25% van het bord uitmaken.

De borden en platen moeten een aanzienlijke afmeting hebben (minimaal 1m² of A0 formaat) en worden geplaatst op een locatie die goed zichtbaar is voor het publiek.

Om projecten te ondersteunen bij het nakomen van deze verplichting zijn er een sjabloon en een ondersteunend document beschikbaar op de Programmawebste: "Projects > Communicate your project". Het is belangrijk om weten dat dit sjabloon reeds voldoet aan de technische kenmerken van art. 5 van Uitvoeringsverordening nr. 821/2014 van de Europese Commissie. De projecten hoeven alleen het projectacroniem, de projectomschrijving, het adres van de projectwebsite en het budget in te vullen. Als het project wil is het ook mogelijk om de foto te veranderen mits deze dezelfde grootte is en van professionele kwaliteit is. Projecten die prefereren niet deze template te gebruiken, moeten zich ervan vergewissen dat hun bord en plaat volledig in lijn zijn met de technische vereisten zoals hierboven beschreven.

Projectbord – ondersteunend document (te downloaden van de Programmawebste)

How to create your billboard?

- 1 Find the right template, within the Indesign package, available on the Programme website. Use the page with your project's Specific Objective colour.
- 2 Modify the template according to your project:
 - Change the Project acronym. It should precisely look like the standardised version of your project logo.
 - Change the picture (optional). If you have a more appropriate image, you can replace the one provided. Nevertheless, the size should be respected and you should make sure the image is of a professional quality.
 - Change the Project description. Find the balance between concise and precise. Key words should be given the same colour as the project's Specific Objective.
 - Change the project website url.
 - Change the budget indications. (Total project budget + ERDF budget)
- 3 Save & export your files

- The minimum billboard size is A0.
- Contact the JS Communication Officer for any additional support: contact@interreg-2seas.eu.

D. Website projectpartners (verplicht)

Indien projectpartners een eigen website hebben, moeten zij daar volgens de EU-voorschriften een korte beschrijving van het project geven, waarin de doelstellingen en resultaten beschreven zijn en dat het project Europese subsidie krijgt. In dat kader moet ook het EU-embleem worden afgebeeld, samen met een verwijzing naar de Europese Unie en het Interreg 2 Zeeën-Programma. Dit kan worden gedaan op een speciale pagina op de website. Als er geen speciale pagina voor het project is, moet deze informatie op de homepage worden vermeld. In beide gevallen moet de verwijzing zichtbaar zijn zonder omlaag te scrollen.

E. Projectwebsite (niet verplicht)

Projecten mogen een aparte website ontwikkelen voor de valorisatie van instrumenten en/of producten, om hun stakeholders gedurende het project te betrekken en ervoor te zorgen dat de resultaten ook na afloop van het project behouden blijven. De ontwikkeling van een dergelijke website moet worden

opgenomen in het werkpakket Communicatie in het Aanvraagformulier. De partners moeten rekening houden met het bijbehorende budget. Het is dus niet verplicht om een aparte projectwebsite te maken. Als er een aparte website wordt ontwikkeld, moet deze het Programmalogo en het embleem van de EU bevatten, samen met een verwijzing naar de Europese Unie en het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling. Het embleem van de EU moet samen met de verwijzing naar de Europese Unie en het 2 Zeeën-Programma zichtbaar zijn zodra de bezoeker de website opent, zonder dat hij omlaag hoeft te scrollen.

F. Projectevenementen (verplicht)

Bij eventuele agenda's, deelnemerlijsten, handouts en presentaties voor evenementen moet gebruik gemaakt worden van het programmalogo en er moet duidelijk worden verwezen naar het EFRO en de EU (Verordening (EU) nr. 1303/2013).

Tijdens de evenementen worden projecten gestimuleerd om de Europese vlag en de projectposter of een projectbanner op een duidelijk zichtbare plaats (bijv. voorin de zaal) neer te zetten of op te hangen, om zo te zorgen voor goede zichtbaarheid van de EU en het Programma.

G. Projectpublicaties (verplicht)

Op alle projectpublicaties, inclusief brochures, nieuwsbrieven, onderzoeken, artikelen, enz. moet het programmalogo staan. Projecten moeten ook vermelden dat zij subsidie ontvangen uit het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling.

Hiervoor zijn geen specifieke sjablonen, dus de belangrijkste vereisten ten aanzien van het programmalogo (zie punt B1) gelden ook voor projectpublicaties.

Bij wetenschappelijke artikelen, congresverslagen of andere publicaties waar het programmalogo niet kan worden gebruikt, moeten projecten expliciet de bijdrage van het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling vermelden. Hiervoor kan de volgende zin (of een vergelijkbare zin met dezelfde inhoud) worden gebruikt:

"Dit project is gesubsidieerd door het Interreg 2 Zeeën-Programma 2014-2020, gefinancierd door het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling in het kader van subsidiecontract nr. [nummer]."

H. Sociale media (niet verplicht)

Sociale media worden steeds belangrijker om veel verschillende doelgroepen te bereiken. Dit is echter een zeer divers medium, waar regelmatig posts en informatie moeten worden geplaatst, dus het kan ook veel tijd kosten. Het Programma stimuleert projecten om te zorgen voor online aanwezigheid door middel van een of meer sociale media indien dit past binnen hun communicatiedoelstellingen en bij de kenmerken van desbetreffende doelgroepen. Sociale media hebben het voordeel dat het tweerichtingsverkeer is, wat betekent dat projecten ook nuttige feedback kunnen krijgen van hun doelgroepen. Het is dus belangrijk dat eventuele berichten die worden gepost aansluiten bij de behoeften van het project en dat deze zijn afgestemd op de planning.

Hoewel sociale media heel toegankelijk zijn, moeten projecten die hun doelgroepen op deze manier willen bereiken, er rekening mee houden dat het tijd en menskracht kost om deze sociale media bij te houden.

III. Aandachtspunten

A. Subsidie vermindering

Bij het niet nakomen van de publiciteitsverplichtingen bestaat het risico dat de bijbehorende uitgaven niet meer subsidiabel zijn en dat onrechtmatig betaalde bedragen worden teruggevorderd.

B. Interne en externe communicatie

Externe projectcommunicatie is iets anders dan interne communicatie. Bij interne communicatie gaat het om de communicatie tussen de partners over de voortgang van het project, de verwezenlijking van de outputs en de planning/rapportage. Deze vorm van communicatie valt onder het werkpakket Projectmanagement.

C. Vertaling van communicatie en voorlichtingsmaatregelen

Met betrekking tot de vertaling **van voorlichtings- en communicatiemaatregelen**, moeten de projecten altijd rekening houden met het evenredigheidsbeginsel: maatregelen mogen alleen worden vertaald als de vertalingen toegevoegde waarde hebben en het project helpen om haar communicatiedoelstellingen te bereiken. De toegevoegde waarde is sterk gerelateerd aan de doelgroepen waaraan de informatie en communicatie gericht is. Projecten moeten zich dus afvragen op wie zij zich richten. Enkele voorbeelden van mogelijke vragen zouden kunnen zijn: Voor wie/wat zijn de brochures bedoeld? Wie gaat de website bezoeken?

Kosten voor vertaling moeten worden voorzien in het projectbudget. Externe vertaalservices moeten gebudgetteerd worden onder BL "Externe expertise en diensten".

IV. Hulp vanuit het programma

A. Programma website

De belangrijkste informatiebron is de Programmawebste. Dit platform is voorzien van alle documenten die van belang kunnen zijn voor de projecten op het gebied van communicatieactiviteiten. Begunstigden vinden er niet alleen informatie over het programma zelf, maar ook nuttig en concreet advies. Verder lijst de pagina "Communiqueer je project" specifieke templates en hulpmiddelen voor projecten op.

Alle goedgekeurde projecten hebben een **projectspecifieke webpagina** waar de projectidentiteit beschreven is. Er is ook de mogelijkheid om documenten en links toe te voegen om projectactiviteiten en -resultaten te delen. Goedgekeurde projecten worden aangemoedigd om regelmatig in contact te komen met de communicatiemedewerker van het Gezamenlijk Secretariaat om de projectpagina up date te houden

De programme website heeft ook een **mediasectie** waar aanvragers en projectpartners van goedgekeurde projecten documenten en tools kunnen vinden die helpen bij het ontwikkelen en uitvoeren van projecten. Deze sectie omvat ook een reeks video's met o.a. webinars (instructievideo's van het Gezamenlijk Secretariaat) en video's over projectresultaten. Goedgekeurde projecten worden ten sterkste aangemoedigd om videomateriaal over projectresultaten naar de communicatiemedewerker van het Gezamenlijk Secretariaat te sturen.

B. Programma Sociale media

Organisaties worden aangemoedigd om de LinkedInpagina van Interreg 2 Zeeën te volgen en om zich bij de LinkedIngroep aan te sluiten. Dit maakt het mogelijk voor (ervarings)deskundigen om over verschillende onderwerpen te discussiëren, om kennis en ervaring te delen en om elkaar te helpen bij het vinden van oplossingen voor eventuele problemen.

Goedgekeurde project partners worden ook aangemoedigd om Interreg 2 Zeeën op **Twitter** en **Facebook** te volgen. Dit geeft het Gezamenlijk Secretariaat de kans om projectactiviteiten en resultaten te promoten en te delen via sociale media.

C. Technische hulp

Tijdens de projectontwikkelingsfase worden aanvragers geadviseerd om de richtlijnen voor communicatie in deze Factsheet Communicatie goed door te lezen. De **facilitatoren** kunnen hulp bieden bij de ontwikkeling van het werkpakket Communicatie en antwoord geven op eventuele specifieke vragen die aanvragers hebben over projectcommunicatie.

De contactgegevens van de facilitator in uw regio kunt u vinden onder 'Contact' op de website van het Programma.

Tijdens de uitvoeringsfase kunnen projecten contact opnemen met de communicatiemedewerker van het Gezamenlijk Secretariaat. De contactgegevens zijn ook te vinden op de website van het programma.