



Пројекат "ПРЕКОГРАНИЧНА КРЕАТИВНОСТ У УСПОНУ"
Број пројекта: 2007СВ16ІРО006 – 2011 – 2 – 85,
финансиран од стране ИПА Програма прекограничне
сарадње Бугарска - Србија, ССИ Број 2007СВ16ІРО006



План комуникације Пројекат "Прекогранична сарадња у успону" РЕФ. Но 2007ЦБ16ІПО006 - 2011-2-85

I. Увод и циљ плана комуникације

1. 1. Увод

Пројекат "Креативност у порасту", одговара стратегији програма Бугарска-Србија за јачање територијалне сарадње, конкурентности и одрживог развоја успостављањем заједничког модела прекограничне сарадње у циљу увећања и унапређења културних и креативних потенцијала подручја, у складу са Приоритетом 2 "Јачање капацитета за заједничко планирање, решавање проблема и развој у кључним областима", тачка 2.2 "Одрживи развој кроз ефикасно коришћење регионалних ресурса". Успостављањем заједничког акционог плана - као резултата успостављања мреже и међусобне сарадње и разумевања преко границе - и конкретних активности (радионице, студијске посете и догађаја «Креативна недеља») у циљу подстицања развоја потенцијала «креативне индустрије», као фактора који доприноси запошљавању, посебно значајног за младе креативне људе. Пројекат ће развити модел, заснован на међународној доброј пракси и методологији, ценећи богато културно наслеђе и савремени локални уметнички потенцијал, у циљу заустављања одлива мозгова међу младим генерацијама и доприноса расту и развоју капацитета циљних група (локалне власти и културне организације младих људи) који су повезани са значајним туристичким потенцијала.

1. 2. Циљ плана

Циљ овог плана комуникације је да помогне и подржи све активности везане за видљивост пројекта, да се повећа свест јавности о програму, као и пружање тачних и поузданих информација и података о програму заинтересованим чиниоцима. Коначно, ове активности имају задатак и да истакну финансијску подршку ЕУ.

Главни циљ плана је да обезбеди видљивост пројекта која ће сигурно обезбедити максимални публицитет. Овај План комуникација садржи:

- ✓ јасне смернице за израду промотивног материјала;
- ✓ организацију семинара и других јавних или интерних догађаја;
- ✓ последице за партнера који не буде поштовао утврђена правила;
- ✓ опште и посебне циљеви;
- ✓ Основне и споредне циљне групе за комуникацију;
- ✓ поруке, алате, задатке у складу утврђеним трошковима и временским роковима.



Систем мониторинга и процене који ће бити, заснован на извештају о напретку за сваког партнера ће омогућити оцењивање делотворности и ефикасности промотивних активности.

Комуникација ће бити организована на два нивоа:

- ✓ на нивоу партнера (веб сајт; финална главна изложба; догађаји предвиђени током две “прекограничне креативне недеље”; финална конференција, локални промотивни материјал, локални уметнички догађаји)
- ✓ на регионалном нивоу у складу са расположивим буџетским средствима.

1.3. Опште информације о екстерној комуникацији и промотивне активности

Све мере које се односе на промоцију и информисање у склопу програма, биће усклађене са прописима заједнице и националним законодавством. Основна правила који дефинишу информативне и промотивне обавезе институција укључених и обухваћених мерама кофинансирања из ЕУ фондова, ће бити наведена као документи који дефинишу улоге и реализацију мера у оквиру Програма прекограничне сарадње Бугарска Србија.

План комуникације предвиђа:

- ✓ јасно дефинисану «основну слику» (дизајн логотипа), промотивни материјал (газете, USB, фасцикле, памучне торбе, мајице са уметничким дизајном) и каталог уметника, односно њихових дела;
- ✓ веб сајт као и блог пројекта и друге активности које ће обезбедити простор за везе (link) ка промоцији културних и уметничких догађаја;
- ✓ завршна конференција (која ће се одржати током завршне изложбене недеље);
- ✓ организовање конференције за штампу и објављивање огласа у локалним медијима.

Партнер који је одговоран за израду плана комуникације и организовање завршну конференцију је НВО "Млади Покрет за будућност", али ће се и сви остали партнери ангажовати и реализовати активности у циљу ширења информација у својим срединама.

1.4 Основни циљеви су:

- ♣ подизање нивоа свести о Програму прекограничне сарадње Бугарска - Србија, унапређење заинтересованости јавности, подстицање подношења предлога пројекта и обезбеђење транспарентности у процесу имплементације пројекта, као и да се осигура једнак приступ информацијама за све оне који би могли бити заинтересовани, подизање нивоа упознатости јавности о позитивној улози Програма;
- ♣ мобилисање међународне заједнице и кључне јавности у циљу јачања и унапређења профила Бугарске и Србије, и да на тај начин, допринесе



својом мисијом, стварање слободних, независних и разноврсних медија, како би се осигурао једнак приступ информацијама за све који би могли бити заинтересовани за приступ таквим информацијама.

1.5 Специфични циљеви су:

- ▲ подизање свести циљне јавности (интерне и екстерне) о активностима које финансира Програм прекограничне сарадње Бугарска-Србија и реализација ефикасних медијских активности;
- ▲ подршка и подизање свести о бази знања у оквиру Програма прекограничне сарадње Бугарска - Србија, генеришући улогу између кључних јавности;
- ▲ повећање онлине присуства Програма Прекограничне сарадње Бугарска - Србија;
- ▲ пружање информација у вези са могућностима за заједничко (ЕУ и национално) финансирање реализације програмских активности у општинама и регионима, детаљан опис фондова намењених релевантним операцијама;
- ▲ подстицање јавне расправе о приоритетним питањима везаним за политику регионалног развоја;
- ▲ организовање информативне кампање за све циљне групе путем мас-медија - радио, телевизија, новине;
- ▲ коришћење савремене информационе технологије у циљу пружања ажурних информација за оперативни програм онима који нису у стању да приступе информацијама о Програму;
- ▲ организовање инфо дана и конференција за штампу са представницима мас-медија у циљу ширења информација о Програму.

1. 6 Стручњак за комуникације

Стручњак за комуникације је саставни део стварања и пружања информације. Он има различите улоге, укључујући координацију медија, маркетиншких догађаја и састанака. Он ће најчешће обављати основне задатке односа са медијима, као што су одговори на питања, одржавање контакт листе медија као и састављање саопштења и осталих комуникационих материјала. Пружаће помоћ током израде веб сајта, као и пружање помоћи и учествоваће у организацији маркетинг и рекламних кампања.

Стручњак за комуникације је одговоран за:

- учешће у развоју Плана комуникације;
- координацију комуникације;
- пружање техничке подршке;
- прикупљање и чување одговарајућих докумената и извештаја који се односе на видљивост;
- реализовање додатних задатака или обавеза додељених током активности на пројекту;



Пројекат “ПРЕКОГРАНИЧНА КРЕАТИВНОСТ У УСПОНУ”

Број пројекта: 2007СВ16ІРО006 – 2011 – 2 – 85,
финансиран од стране ИПА Програма прекограничне
сарадње Бугарска - Србија, ССИ Број 2007СВ16ІРО006



- надгледање свих додељених задатака у области комуникација; пружање помоћи приликом организације догађаја у оквиру пројекта (конференције, конференције за штампу); контролу садржаја и ажурности података на веб сајту; израду саопштења за локалне медије; видео документовање за ТВ и њихово достављање медијима; надзор и остваривање резултата у области комуникација.

1.6 Одговорности корисника-партнера:

- ▲ корисник-партнер је одговоран за информисање јавности о социјалним ефектима и циљевима пројекта;
- ▲ корисник-партнер мора јасно да означи да пројекат кофинансира ЕУ преко ИПА Програма прекограничне сарадње Бугарска-Србија;
- ▲ резултати пројекта морају бити доступни јавности без накнаде;
- ▲ водећи партнер има задатак да координира активности информисања између партнера;

1.7 Примарна циљна група су:

- ▲ Уметници и запослени у култури: већа група уметника имаће позитиван утицај на пројекат, јер ће њихов рад бити приказан током финалне изложбе;
- ▲ Млади и студенти: њиховим укључивањем ће бити проширена циљна група. Биће позвани да поново организују радионице "креативност у успону", као и да активно учествују у завршној манифестацији;
- ▲ Локалне власти и организације у области културе: усмерени ка партнерима, запослени и руководства ће бити активно укључени у стварање мреже као и промоцију активности успостављене мреже.

1.8 Секундарне циљне групе су:

- ▲ Студенти и млади запослени и незапослени који имају интерес у области културе/уметничког изражавања било које врсте;
- ▲ локални економски учесници у вредносном ланцу: туристички оператери, запослени у култури;
- ▲ занатлије, појединци и организације из области заштите и унапређења животне средине и других природних ресурса.;
- ▲ становници на територијама обухваћеним пројектом: учествоваће на јавним догађајима или ће добити промотивни материјал, схватиће потенцијал културно уметничког изражавања, чиме ће бити повећана свест о могућностима и вредностима креативне индустрије за социјално-економски развој подручја.



Пројекат “ПРЕКОГРАНИЧНА КРЕАТИВНОСТ У УСПОНУ”
 Број пројекта: 2007СВ16ІРО006 – 2011 – 2 – 85,
 финансиран од стране ИПА Програма прекограничне
 сарадње Бугарска - Србија, ССИ Број 2007СВ16ІРО006



Bulgaria - Serbia
 IPA Cross-border Programme

II. Финансијски параметри и распоред:

2.1 Буџет

МАТЕРИЈАЛ		ПАРТНЕРИ											
		PP1			PP2			PP3			PP4		
Ставка	Јед. мере	Бр. јед.	Цена	УКУПНО	Бр. јед.	Цена	УКУПНО	Бр. јед.	Цена	УКУПНО	Бр. јед.	Цена	УКУПНО
Набавка промотивног материјала				3275			12000			900			7300
Геџети (оловке и др.)	ком.	2500	0.80	2000	-	-	-	500	1.00	500	300	1.00	300
USB	ком.	50	4.50	225	-	-	-	50	4.50	225	-	-	-
Фасцикле	ком.	250	0.60	150	-	-	-	250	0.70	175	-	-	-
Постери	ком.	500	1.80	900	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Памучне торбе/мајице са уметничким креацијама	ком.	-	-	-	1000	5	5000	-	-	-	1000	5.00	5000
Остали геџети за догађаје	ком.	-	-	-	500	4.00	2000	-	-	-	-	-	-
Летак	ком.	-	-	-	10000	0.20	2000	-	-	-	10000	0.20	2000
Брошура/ката лог	ком.	-	-	-	300	8.00	2400	-	-	-	-	-	-
Банер	ком.	-	-	-	6	100	600	-	-	-	-	-	-
Израда и дизајн итд.				3000			-			-			-



Пројекат “ПРЕКОГРАНИЧНА КРЕАТИВНОСТ У УСПОНУ”
 Број пројекта: 2007СВ16ІРО006 – 2011 – 2 – 85,
 финансиран од стране ИПА Програма прекограничне
 сарадње Бугарска - Србија, ССИ Број 2007СВ16ІРО006



Дизајн ЛОГО-а и промотивног материјала	по Уговору	1	1000	1000	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Израда веб сајта	по Уговору	1	2000.00	2000.00	-	-	0.00	-	-	0.00	-	-	0.00
Објављивање у средстама масовне комуникације				640						640			-
Новине	по објави	4	80.00	320	-	-	-	4	80.00	320	--	-	-
ТВ и Радио	по објави	4	80.00	320	-	-	-	4	80.00	320	-	-	-
СВЕГА				6915			12000			1540			7300
													27 755

2.2. Временски распоред

Јавне набавке					
Пројектни партнер	Буџетска линија	Оквирни термин објављивања	Добра		Напомена
			Тип	Вредност (EUR)	
LP (PP1)	BL4-информације и видљивост	Децембар 2013	B1	4275	Набавка промотивног материјала (геџети, USB, фасцикле, постери/плакати). Израда дизајна итд. (дизајн ЛОГО-а и промотивних материјала)
PP2	BL4-информације и видљивост	Фебруар 2014	B1	12000	
PP3					



Пројекат “ПРЕКОГРАНИЧНА КРЕАТИВНОСТ У УСПОНУ”
Број пројекта: 2007СВ16ІРО006 – 2011 – 2 – 85,
финансиран од стране ИПА Програма прекограничне
сарадње Бугарска - Србија, ССИ Број 2007СВ16ІРО006



PP4	BL4- информације и видљивост	Август 2014	B1	7300	
-----	------------------------------------	----------------	----	------	--

напомена: Набавка добара, B1 – мање или једнако 20,000 еура, појединачни (Single) тендер



Пројекат “ПРЕКОГРАНИЧНА КРЕАТИВНОСТ У УСПОНУ”
Број пројекта: 2007СВ16ІРО006 – 2011 – 2 – 85,
финансиран од стране ИПА Програма прекограничне
сарадње Бугарска - Србија, ССИ Број 2007СВ16ІРО006



Трошкови без објављивања:

Пројектни партнер	Буџетска линија	Тип трошка	Вредност
LP	VL4- информисање и видљивост	Израда веб сајта	2000
		Новински, радио и тв огласи	640
PP2			
PP3	VL4- информисање и видљивост	Испорука промотивног материјала	900
		Медијске услуге	640
PP4			



Пројекат “ПРЕКОГРАНИЧНА КРЕАТИВНОСТ У УСПОНУ”

Број пројекта: 2007СВ16ІРО006 – 2011 – 2 – 85,
финансиран од стране ИПА Програма прекограничне
сарадње Бугарска - Србија, ССИ Број 2007СВ16ІРО006



III. Захтеви

3.1 Лого Програма

Логотип Програма игра улогу од највећег значаја у стварању бренда заједнице у вези визуелне комуникације. Тако да лого програма се неће мењати осталим околностима. То значи да се дизајн лого-а Програма, пропорције, боје, или било које други детаљи дизајна не сме бити мењан. Неколико верзија формата логотипа Програма, укључујући векторски формат за професионални дизајн, је доступно за преузимање са сајта Програма. Логотип Програма приказује реалне мапе Бугарске и Србије, "покривене" њиховим националним заставама, при чему прекогранична зона обухваћена Програмом је приказана у истој плавој боји, чиме симболизује идеју прекограничне сарадње. Логотип Програма мора увек бити приказан у целини, укључујући и име програма исписано на енглеском језику.

Верзија у боји: Ова верзија се препоручује када не постоје ограничења наметнута од стране текстуре и боје материјала на који се примењује визуелни идентитет Програма. Препоручљиво је да се верзија у боји прикаже, кад год је то могуће, на белој позадини.

Монохроматски верзија: Монохроматски верзија (или стандардна монохроматски или верзија са контуром) се препоручује када се примењује кроз «сериграфским» и гравираним или утиснутим верзијама и/или ограниченим површинама појединих материјала - факс, налепнице односно кад год се не може применити верзија логотипа у боји.



Важна напомена: логотип не би требало да буде превелик. Како би се остварио максимални утицај и видљивост, присуство белог простора око графичког знака је врло ефикасно. Овај простор издваја лого од околних елемената (маргине странице, други логотипи или графички елементи и сл). Унутар логотипа, назив програма треба да буде написан у "Ариал" фонту.

3.2. Промотивни материјали

Општа правила и препоруке

Основна правила:

Користити кључне елементе видљивости: Име пројекта (заједно са логотипом Пројекта - ако постоји), логотип Програма, застава ЕУ, изјаву о кофинансирању, и изјаву о одговорности (Disclaimer) (када је применљиво).

Препоруке:



✓ Користити векторске формате слике логотипа Пројекта, логотипа Програма, заставе ЕУ и других логотипа/слика (нпр. логотипа партнера пројекта).

Слике у векторском формату су високо квалитетне слике које се користе за професионални дизајн.

✓ Користити локални језик, кад год је то могуће. Двојезични промотивни материјали, као што су брошуре, су такође у опцији, али није препоручљиво радити тројезичне промотивне материјале, јер обично је веома тешко да се укључе сви основни елементи видљивости на сва три језика на омоту/корицама. Ако се одлучи да се направе тројезични материјали, изабрати већи формат, као што је А4.

✓ Фонт. Користити Calibri, Arial или Times New Roman тип фонта. Не користити више од једног типа фонта по публикацији.

✓ Илустровати своје материјале кад год је то могуће, са одговарајућим сликама и/или фотографијама. Избежавати коришћење clip art слика. Консултовати професионалне дизајнере кад год је то могуће, посебно за дизајн логотипа Пројекта.

✓ За припрему промотивних материјала, као што су брошуре, леци, календари, визиткарте, билтени, итд може се користити *Microsoft Office Publisher*, који је много лакши за коришћење и има више већ готових образаца и опција од Microsoft Office Word-a.

✓ Консултовати Заједнички технички секретаријат за комуникације (JTS), уколико постоје питања у вези комуникација и видљивости, укључујући и дизајн својих промотивних материјала.

3.3 Публикације:

Публикације као што су билтени, брошуре, леци и сл треба да садрже најмање следеће визуелне елементе:

На насловној страни:

- Застава Европске уније
- Логотип Програма
- Назив пројекта
- изјава о кофинансирању

и

➤ изјава о одговорности (Disclaimer), која се може ставити на задњој страници или другом видном месту у овом документу.

3.4 Постери/плакати и банер:

Постери и банери су јефтин и врло ефикасан материјал видљивости. Постери у различитим форматима могу се ефикасно користити за промоцију пројектних догађаја, док су разне врсте пластичних и текстилних банера имају за циљ да послуже као позадина за посебне догађаје као што су конференције и фестивали. Један од најпопуларнијих и практичних типова банера је такозвани "Увијени (Roll up) Банер". Увијени банери су врсте «пластичних» банера који се монтирају на лаган и компактан оквир (обично направљен од алуминијума) и могу бити приказани без потребе да се постављају уз други статични објекат или зид. Они су такође веома лаки за



Пројекат “ПРЕКОГРАНИЧНА КРЕАТИВНОСТ У УСПОНУ”

Број пројекта: 2007СВ16ІРО006 – 2011 – 2 – 85,
финансиран од стране ИПА Програма прекограничне
сарадње Бугарска - Србија, ССИ Број 2007СВ16ІРО006



транспорт. Битно је да се користи најбољи квалитет слике (векторски формат ако је то могуће) приликом израде постера/плаката и банера због величине овог типа материјала видљивости.

3.5. Мајице и торбе:

Промотивни материјали попут мајица и торби (папирне кесе, као и конференцијске торбе) су популарни као промотивни поклони током догађаја у оквиру пројекта као и за ношење од стране чланова пројектног тима. Папирне кесе су посебно веома практичне, јер цела њихова површина може лако да се користи у сврху видљивости као и због тога што могу да се користе за поделу разних врста промотивних поклона током скупова. Као и други промотивни материјал, такође и на мајицама и торбама треба приказати минимум елемената видљивости:

- Назив пројекта (заједно са логотипом пројекта - ако је доступан);
- Логотип Програма;
- Логотип ЕУ.

Изјава о кофинансирању може бити искључена приликом штампања мајица и торби из практичних штампарских разлога, али би требало да буде укључена приликом штампе на папирним кесама. Савет: Проверити да ли је квалитет папира за кесе довољно добар за израду кесе/торбе. Добар стандард за квалитет рада је 150 gsm или више.

3.6 Мали промотивни материјали:

Промотивни материјали попут оловака, USB, привезака и беџева су такође веома популарни као поклон и промотивни материјал, али су повремено тешки за брендирање због ограниченог простора за штампање/гравирање. За такве мале промотивне материјале довољно је да се прикаже назив пројекта и застава ЕУ, али кад год је то могуће, добро је укључити логотип програма. Пластичне оловке су веома јефтине и популарне за дистрибуцију уз брошуре и летке, а метална пера су много скупља, али погодна за гравирање. На тржишту су доступне и биоразградиве оловке. Биоразградиве оловке су обично скпље али се су «еколошке» за разлику од пластичних.

USB флеш меморије долазе у различитим облицима и величинама и веома су практични промотивни поклони, јер могу да садрже доста мултимедијалних материјала снимљених на њих (као алтернатива за промотивне ЦД и ДВД који су застарели). Њихова цена варира у зависности од бренда и капацитета меморије.

Савет: Гравирање је скупље, али трајнији метод брендирања малих промотивних материјала, посебно због чињенице да стандардна колор штампа слике на тако малим површинама има тенденцију да бледи и да се брише током времена.

3.7. Логотип пројекта

Савети за дизајн:

- Дизајн логотипа треба да буде једноставан и да се јасно види чак и када се приказује на малој површини и/или монохроматски.
- Логотип може да садржи име пројекта (ако је кратко), акроним пројекта (ако је смислено) или слоган пројекта.



Пројекат “ПРЕКОГРАНИЧНА КРЕАТИВНОСТ У УСПОНУ”

Број пројекта: 2007СВ16ІРО006 – 2011 – 2 – 85,
финансиран од стране ИПА Програма прекограничне
сарадње Бугарска - Србија, ССИ Број 2007СВ16ІРО006



- Од дизајнера тражити да предложи решења у разним верзијама боја логотипа (у боји, црно беле, монохроматске) као и векторски формат слике.
- Логотип Пројекта би требало да симболично представља главну пројектну идеју и/или сврху.

3.8 видљивост догађаја пројекта

Разни јавни догађаји могу бити организовани током реализације пројекта, или у циљу обележавања успешног завршетка: инфо-догађаји, конференције, радионице, семинари, сајмови. Организовање јавног догађаја (или учествовање у догађају организованом независно од активности, на пример, од стране Заједничког техничког секретаријата) могу понудити одличне могућности за генерисање интереса у појединим резултатима пројекта.

Када се такав догађај дешава, обавезно је да се прикаже посебан визуелни материјал (Банер, постер/плакат, итд) пројекта - са логотипом ЕУ, логотипом ИПА Прекограничног Програма Бугарска - Србија и називом пројекта. Уколико је могуће застава ЕУ и националне заставе суседних земаља обухваћених Програмом такође би требало да се истакну. Позив за догађај, програм догађаја као и сав остали писани материјал који се односи на догађај треба да садржи претходно наведене елементе видљивости. За представнике медија посебно саопштење за јавност треба да буде припремљено од стране стручњака за комуникације и дистрибуирано пре самог догађаја. По завршетку догађаја, занимљиве фотографије и као резиме или кратак извештај о догађају такође треба да буде дистрибуиран новинарима.

Важна напомена: Кад год је то могуће, а посебно за специјализоване тренинге и конференције, водити јасну евиденцију учесника (укључујући и новинаре). Регистрациона листа треба да садржи најмање имена и потписе учесника и основне контакт информације (телефон и/или е-маил адреса).

3.9 видљивост пројекта у средствима масовне комуникације

3.9.1. Саопштења и конференције за штампу

Саопштење за јавност може да буде веома користан допринос активностима комуникације током реализације догађаја. Као опште правило, саопштења за јавност треба да се издају на почетку свих акција. а би било вредно помена у новинама саопштење за јавност треба да садржи: наслов, јак водећи став који сумира основне чињенице, «главно тело» приче, цитате, неке основне информације, као и контакт податке за додатне информације. Експертима за комуникације се саветује да буду проактивни и да о социјалним циљевима, утицају њиховог пројекта као и о његовом напретку редовно обавештавају медије. У том смислу, посебна саопштења за јавност, сумирајући најважније информације о пројекту / или посебном догађају / треба да буде дистрибуирана представницима медија-новинарима и/или њиховим уредницима. Када је то могуће доставити и пар одабраних фотографија.

Саопштење за штампу и друге штампане публикације треба да садрже заставу ЕУ, логотип Програма, назив пројекта (са логотипом пројекта - ако је на располагању) и изјаву о кофинансирању. Када публикација, на којој су приказани логотип ЕУ и логотип програма, садржи студије или резултате



Пројекат “ПРЕКОГРАНИЧНА КРЕАТИВНОСТ У УСПОНУ”

Број пројекта: 2007СВ16ІРО006 – 2011 – 2 – 85,
финансиран од стране ИПА Програма прекограничне
сарадње Бугарска - Србија, ССИ Број 2007СВ16ІРО006



истраживања или лична запажања/утиске, изјава о одговорности (Disclaimer) такође мора бити садржана.

Ако се организује конференција за штампу, застава ЕУ и посебан банер о пројекту требало би да буду истакнути. Стручњак за комуникације на пројекту може организовати посете за новинаре на локацијма на којима се одвијају пројектне активности (или да их позове на специјалне догађаје у оквиру пројекта) како би пројекат и програм били још видљивији у јавности. Време и циљ таквих посета треба да буду добро изабрани.

3.9.2 Видљивост на интернету – веб сајт Пројекта и странице социјалних мрежа

Веб сајт Пројекта треба да садржи најмање следеће елементе видљивости:

- ✓ Назив пројекта (и логотип Пројекта - ако је расположив),
- ✓ Застава ЕУ,
- ✓ Логотип Програма,
- ✓ Изјава о кофинансирању,

Важна напомена: Наведени елементи морају бити видљиви све време на веб сајту пројекта, што значи на свим страницама веб сајта, а не само на почетној страници.

Препоруке:

- Прилагодити дизајн веб сајта циљној јавности
- Проверити да ли је веб сајт прилагођен за приказивање у различитим интернет претраживачима,
- Интерфејс веб сајта треба да буде пријатан за корисника,
- Веб сајт треба да има опцију за преглед на бугарском, српском и енглеском језику,
- Следећи модули могу обогатити веб садржај пројекта: "Корисни линкови", "Календар догађаја", "Мултимедиа галерија", "Догађаји",
- Ажурирање садржаја веб сајта пројекта и страница на социјалним мрежама треба да редовно,
- Приказати адресу веб сајта на што више пропагандних и промотивних материјала .

IV Последице по партнера који не поступа у складу са изнетим правилима.

Пропуст у непоштовању изнетих правила информисања и видљивости пројекта може довести до финансијске корекције. Било који пропуст у непоштовању правила ће одмах бити пријављен МА (Management Authority). МА задржава право да провери пријављена одсупања од правила и предузме одговарајуће мере, када је то неопходно.