

Plan Komunikacji dla projektu

pn. „Kreujemy + Rozwijamy + Ożywiamy + Stymulujemy +
Nakreślamy + Odmieniamy = KROSNO”

**realizowanego w ramach Programu Rozwój Lokalny
finansowanego ze środków**

Norweskiego Mechanizmu Finansowego 2014-2021 oraz budżetu państwa

Beneficjent: Gmina Miasto Krosno

Aktualizacja: luty 2024

1. INFORMACJE OGÓLNE

- 1.1. Plan Komunikacji Projektu powstał w związku z wdrażaniem projektu „Kreujemy + Rozwijamy + Ożywiamy + Stymulujemy + Nakreślamy + Odmieniamy = KROSNO” (akronim: K+R+O+S+N+O), finansowanym ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego 2014-2021 oraz budżetu państwa.
- 1.2. Plan określa działania o charakterze informacyjno-komunikacyjnym w celu informowania o projekcie i jego współfinansowaniu ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego i budżetu państwa.
- 1.3. Realizacja wszystkich działań o charakterze informacyjno-promocyjnym w ramach projektu prowadzone będą zgodnie z poniższymi dokumentami:
 - a) Załącznik 3 do Regulacji w sprawie wdrażania Mechanizmu Finansowego EOG oraz Norweskiego Mechanizmu Finansowego na lata 2014-2021 – *Wymogi dotyczące Informacji i Komunikacji Mechanizm Finansowy EOG oraz Norweski Mechanizm Finansowy na lata 2014-2021.*
 - b) Podręcznik Komunikacja i identyfikacja wizualna fundusze EOG i fundusze norweskie 2014-2021, zawierający m.in. wytyczne dotyczące tego, jak strategicznie pracować w zakresie komunikacji i spełniać wymagania, wymogi techniczne w odniesieniu do stosowania logotypów, do identyfikacji wizualnej, a także zalecenia związane z mediami społecznościowymi, stronami internetowymi oraz wydarzeniami.
 - c) Rozporządzenie Rady Ministrów z dnia 7 maja 2021 w sprawie określenia działań informacyjnych podejmowanych przez podmioty realizujące zadania finansowane lub dofinansowane z budżetu państwa lub z państwowych funduszy celowych.

2. PODMIOTY/OSOBY ODPOWIEDZIALNE ZA REALIZACJĘ DZIAŁAŃ INFORMACYJNYCH I PROMOCYJNYCH

- 2.1. Odpowiedzialność za działania o charakterze informacyjnym i promocyjnym przedsięwzięć realizowanych w ramach projektu K+R+O+S+N+O odpowiadać będą wskazane poniżej podmioty, tj. Partner Wiodący i Partnerzy, każdy w zakresie realizowanych przez nich przedsięwzięć:
 - a) Partner Wiodący: Gmina Miasto Krosno, w tym następujące Wydziały Urzędu Miasta Krosna:
 - Wydział Rozwoju Miasta i Obsługi Inwestorów,
 - Biuro Zamówień Publicznych,
 - Biuro Nadzoru Finansowego i Kontroli Wewnętrznej,
 - Wydział Organizacyjny, Zarządzania Kadrami i Kontroli,
 - Wydział Geodezji, Kartografii i Gospodarki Nieruchomościami,
 - Wydział Komunalny, Ochrony Środowiska i Gospodarki Lokalami,
 - Wydział Edukacji,
 - Wydział Inwestycji,
 - Wydział Polityki Społecznej i Zdrowia,

- Wydział Drogownictwa,
 - Wydział Kultury i Sportu,
 - Wydział Promocji i Turystyki,
 - Biuro Informatyki
- b) Jednostki organizacyjne Gminy Miasto Krosno:
- Regionalne Centrum Kultur Pogranicza/Etnocentrum Ziemi Krośnieńskiej,
 - Biuro Wystaw Artystycznych w Krośnie,
 - Miejski Ośrodek Pomocy Rodzinie w Krośnie.
- c) Partnerzy projektu:
- Państwowa Akademia Nauk Stosowanych w Krośnie,
 - Cech Rzemiosł Różnych w Krośnie,
 - Stowarzyszenie Krośnieński Uniwersytet Trzeciego Wieku,
 - Stowarzyszenie Kultury Dzieci i Młodzieży DYSONANS,
 - Stowarzyszenie Kogel Mogel,
 - Fundacja Karpacki Klaster Ekonomii Społecznej,
 - Gmina Miasta Gdynia

2.2. Wszystkie podmioty biorące udział w realizacji projektu K+R+O+S+N+O, w tym Partnerzy oparciu o zawarte umowy partnerskie zobowiązane są do stosowania wytycznych dot. informacji, identyfikacji wizualnej, komunikacji i promocji, określonych w dokumentach wskazanych w pkt. 1.3.

3. CELE KOMUNIKACJI ORAZ GRUPY DOCELOWE

3.1. Celem podejmowanych działań i wydarzeń komunikacyjnych jest zwiększanie świadomości społecznej i rzetelne przekazywanie opinii publicznej informacji dotyczącej wkładu i roli odgrywanej przez Państwo Darczyńcy, tj. Norwegię. Realizowane to będzie poprzez zaplanowane w ramach poszczególnych działań i przedsięwzięć narzędzia m.in. w postaci spotów reklamowych w radio, spotów reklamowych, artykułów w lokalnych i regionalnych portalach internetowych.

3.2. Cele szczegółowe Planu Komunikacji:

- a) zwiększenie świadomości społecznej na temat istnienia Funduszy norweskich i ich celów, możliwości współpracy dwustronnej z podmiotami z Norwegii, a także na temat wdrażania, wyników i oddziaływania wsparcia dla projektu w ramach Funduszy norweskich,
- b) zapewnienie przejrzystości i legalności pomocy udzielanej przez Norwegię,
- c) podkreślenie znaczenia współpracy dwustronnej,
- d) tworzenie spójnego wizerunku Funduszy norweskich,
- e) informowanie ogółu społeczności, odbiorców działań projektu i partnerów o Funduszach norweskich oraz ich wpływie na rozwój Krosna, grupy docelowe,
- f) interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych miasta oraz projektu, partnerów (krajowych i zagranicznych),

- g) zachęcenie mieszkańców miasta/interesariuszy do włączenia się w realizację działań projektu.

3.3. Grupy docelowe:

3.3.1. Interesariusze wewnętrzni:

- a) mieszkańcy miasta, w tym dzieci, młodzież, seniorzy, osoby niepełnosprawne,
- a) partnerzy projektu, działający na terenie miasta Krosna,
- b) instytucje publiczne, prywatne,
- c) organizacje pozarządowe,
- d) Rada Miasta Krosna,
- e) Rada Rozwoju,
- f) pracownicy Urzędu Miasta Krosna i jednostek podległych,
- g) media lokalne.

3.3.2. Interesariusze zewnętrzni:

- a) użytkownicy miasta z okolicznych miejscowości,
- b) inne JST, m.in. z terenu MOF Krosno,
- c) przedstawiciele z różnych sektorów i obszarów: JST, NGO, edukacji (szkoły/uczelnie), biznesu, ochrony środowiska:
 - Gmina Miasta Gdynia,
 - partner zagraniczny,
 - inwestorzy,
 - media regionalne/krajowe

4. KOMUNIKACJA POMIĘDZY PARTNEREM WIODĄCYM I PARTNERAMI W ZAKRESIE PROMOCJI

4.1. Partner Wiodący i Partnerzy spotykać się będą na cyklicznych spotkaniach (w formie tradycyjnej lub on-line), m.in. w celu omówienia bieżącej realizacji projektu, w tym działań dot. promocji i komunikacji, co pozwoli lepiej zsynchronizować ze sobą różnego rodzaju działania realizowane w partnerstwie.

4.2. Partnerzy będą przekazywać Partnerowi Wiodącemu informacje na temat zrealizowanych i planowanych działań o charakterze informacyjno-komunikacyjnym w raportach z realizacji projektu, a Partner Wiodący raportował będzie je dalej do Operatora Programu wraz z raportami okresowymi/rocznymi/końcowym.

Informacje o działaniach informacyjno-komunikacyjnych Partnerów będą przekazywane z odpowiednimi materiałami promocyjnymi (jeśli dotyczy) do Partnera Wiodącego na potrzeby dokumentacji działań projektu. W szczególności, informacje i materiały w zakresie komunikacji oraz promocji będą obejmować:

- a) opis zrealizowanych działań i wydarzeń projektu,
- b) informację o promocji poszczególnych przedsięwzięć oraz projektu w mediach,
- c) adres strony internetowej/podstrony z informacjami o projekcie,

- d) linki do profili w mediach społecznościowych z informacjami o przedsięwzięciach i projekcie,

- e) materiały promocyjne, takie jak publikacje, broszury, plakaty, ulotki, gadżety itp. dotyczące projektu,
- f) filmy, zdjęcia przedstawiające działania prowadzone w ramach projektu, wraz z pisemną zgodą Partnera na ich upublicznienie, mając równocześnie na uwadze przepisy Ustawy z dnia 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (Dz. U. z 2019 r. poz. 1781) oraz Rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (Dz. Urz. UE L 119 z 04.05.2016 r., str. 1), zwanego dalej „RODO”, a także zapisy § 11 umowy partnerskiej, zawartej przez Partnera Wiodącego z danym Partnerem w ramach projektu,
- g) listę planowanych działań i wydarzeń w ramach projektu,
- h) informacje do zamieszczenia w mediach społecznościowych,
- i) pozostałe informacje, mogące być przydatne w procesie prowadzonej polityki informacyjno-komunikacyjnej.

5. ZASADY POSTĘPOWANIA W ZAKRESIE DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-KOMUNIKACYJNYCH

- 5.1. Partner Wiodący i Partnerzy, w zakresie realizowanych przez nich przedsięwzięć w ramach projektu, zapewnią, aby uczestnicy projektu zostali poinformowani o jego finansowaniu z Norweskiego Mechanizmu Finansowego na lata 2014-2021 oraz budżetu państwa.
- 5.2. Przygotowując wszystkie materiały informacyjno-komunikacyjne i wizualne Partner Wiodący oraz Partnerzy stosować będą czcionkę Founders Grotesk lub w przypadku braku możliwości jej zastosowania czcionkę Arial, zgodnie z wytycznymi, ujętymi w podręczniku *Komunikacja i identyfikacja wizualna fundusze EOG i fundusze norweskie 2014-2021*.
- 5.3. Zasady informacji i komunikacji w odniesieniu do poszczególnych typów działań projektu:
 - a) Zgodnie z wymogami podręcznika *Komunikacja i identyfikacja wizualna fundusze EOG i fundusze norweskie 2014-2021*, należy umieścić tablicę informacyjną w miejscu realizacji każdego przedsięwzięcia realizowanego w ramach projektu, spełniającego następujące wymogi:
 - suma środków publicznych przeznaczonych na przedsięwzięcie przekracza 50 000 EUR;
 - przedsięwzięcie dotyczy finansowania fizycznego obiektu, działań infrastrukturalnych i budowlanych.Nie później niż sześć miesięcy od zakończenia projektu, tablica informacyjna zostanie zastąpiona przez dobrze widoczną tablicę pamiątkową o znacznych rozmiarach, zgodnie z wymogami podręcznika *Komunikacja i identyfikacja wizualna fundusze EOG i fundusze norweskie 2014-2021* (tablica pamiątkowa minimum o wymiarach 200 x 300 mm, wydrukowana na odpowiednim materiale i białym tle z czarnym logotypem i tekstem).
 - b) Oznakowanie: sprzętów/środków trwałych zakupionych w ramach projektu, billboardów, roll-up, publikacji, plakatów, ulotek, materiałów promocyjnych, stron internetowych, prezentacji i komunikacji w social mediach, treści informacji dla mediów:
 - **nazwa projektu** – „Kreujemy+Rozwijamy+Ożywiamy+Stymulujemy+Nakreślamy+Odmieniamy= KROSNO”,
 - **nazwa programu, w ramach którego realizowany jest projekt** – Program Rozwój Lokalny,

- **logotyp Norweskiego Mechanizmu Finansowego** (logotyp można używać w kolorze czarnym lub białym, przy czym biała wersja jest używana na kolorowym tle, a czarna na białym tle) – sposób rozmieszczenia i wykorzystania logotypów, w tym wraz z innymi logotypami, szczegółowo opisano w podręczniku Komunikacja i identyfikacja wizualna fundusze EOG i fundusze norweskie 2014–2021,
- **informacja o wysokości otrzymanego dofinansowania na projekt** – na realizację projektu uzyskano dotację w wysokości 17 365 786,37 PLN,
- **informacja o dofinansowaniu projektu**, wskazująca, iż projekt współfinansowany jest w 85% ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego 2014-2021 oraz w 15% z budżetu państwa,
- **informacja o celu projektu**, jakim jest: kompleksowa poprawa jakości życia w Krośnie oraz lepsze dostosowanie administracji Krosna do potrzeb mieszkańców,
- **Beneficjent/Partner Wiodący projektu** - Gmina Miasto Krosno,
- **hasło** „Wspólnie działamy na rzecz Europy zielonej, konkurencyjnej i sprzyjającej integracji społecznej” - Hasła można używać w kolorze czarnym, białym lub używając kolorów dla wyrażen **zielona**, **konkurencyjna** i **sprzyjająca integracji społecznej**,
- **informacja o stronach internetowych:** www.norwaygrants.pl oraz www.norwaygrants.org,
- **UWAGA** – Na materiałach informacyjno-promocyjnych o małej powierzchni oraz materiałach typu: koszulki dopuszcza się umieszczenie samego logotypu, jeżeli podany zostanie również adres strony internetowej: www.norwaygrants.pl,
- dodatkowo, w publikacjach lub innych materiałach informacyjnych, na tylnych okładkach publikacji, a także na stronach internetowych projektu zamieszczana będzie informacja następującej treści:

*Fundusze norweskie reprezentują wkład Norwegii w tworzenie Europy zielonej, konkurencyjnej i sprzyjającej integracji społecznej. W ramach funduszy norweskich Norwegia przyczynia się do ograniczenia nierówności społecznych i ekonomicznych oraz wzmocnienia relacji dwustronnych z państwami beneficjentami z Europy Środkowej i Południowej oraz obszaru Morza Bałtyckiego. Norwegia ściśle współpracuje z UE w ramach Porozumienia o Europejskim Obszarze Gospodarczym (EOG). Wraz z pozostałymi darczyńcami, Norwegia przekazała 3,3 miliarda euro w ramach kolejnych programów funduszy w latach 1994–2014. Fundusze norweskie są finansowane wyłącznie przez Norwegię i dostępne w państwach, które przystąpiły do UE po 2003 r. Fundusze norweskie na lata 2014-2021 wynoszą 1,25 miliarda euro. Priorytety na ten okres to:
#1 innowacje, badania naukowe, edukacja, konkurencyjność i godna praca;
#2 integracja społeczna, zatrudnienie młodzieży i ograniczenie ubóstwa;
#3 środowisko, energia, zmiany klimatu i gospodarka niskoemisyjna;
#4 kultura, społeczeństwo obywatelskie, dobre zarządzanie i podstawowe prawa;
#5 sprawiedliwość i sprawy wewnętrzne.*

- ponadto, informacje umieszczane w Internecie, dostępne na stronach, podstronach internetowych lub profilach w mediach społecznościowych projektu będą zawierać:

- na bieżąco aktualizowane informacje o projekcie w języku polskim,
- dedykowane informacje o projekcie w języku angielskim,
- informacje o postępach we wdrażaniu projektu, jego osiągnięciach, produktach i rezultatach,
- informacje o współpracy z podmiotami z Państwa-Darczyńcy,
- istotne zdjęcia,
- informacje kontaktowe,
- wyraźne odniesienie do Programu i Funduszy norweskich.

WAŻNE:

- ✓ W przypadku tworzenia przez Partnera Wiodącego lub Partnerów projektu dedykowanego projektowi profilu w social mediach, pozostanie on widoczny w okresie trwałości projektu, z dostępem do informacji na nim zawartych.
- ✓ W przypadku tworzenia podstron z informacjami o projekcie na istniejących już stronach internetowych Partnera Wiodącego i Partnerów, utworzony zostanie widoczny i łatwo dostępny link lub banner na stronie głównej, aby informacje o projekcie były łatwe do znalezienia.

c) Oznakowanie korespondencji mailowej i dokumentacji z realizacji projektu (np. list obecności itp.):

- **nazwa projektu** – „Kreujemy+Rozwijamy+Ożywiamy+Stymulujemy+Nakreślamy+Odmieniamy= KROSNO”,
- **logotyp Norweskiego Mechanizmu Finansowego** (logotyp można używać w kolorze czarnym lub białym, przy czym biała wersja jest używana na kolorowym tle, a czarna na białym tle) – sposób rozmieszczenia i wykorzystania logotypów, w tym wraz z innymi logotypami szczegółowo opisano w podręczniku Komunikacja i identyfikacja wizualna fundusze EOG i fundusze norweskie 2014–2021,
- **informacja o dofinansowaniu projektu**, wskazująca, iż projekt w 85% współfinansowany jest ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego 2014-2021 oraz w 15% z budżetu państwa,
- **nieobligatoryjnie hasło** „Wspólnie działamy na rzecz Europy zielonej, konkurencyjnej i sprzyjającej integracji społecznej” - Hasła można używać w kolorze czarnym, białym lub używając kolorów dla wyrażen **zielona**, **konkurencyjna** i **sprzyjająca integracji społecznej**.

d) Oznakowanie miejsc spotkań, zajęć, szkoleń, warsztatów, seminariów, konferencji:

- oznaczenie miejsca realizacji spotkań, zajęć, szkoleń, warsztatów, seminariów, konferencji (np. na drzwiach sali lub wewnątrz pomieszczenia) plakatem w formacie A3, zawierającym co najmniej następujące informacje:
 - **nazwa projektu** – „Kreujemy+Rozwijamy+Ożywiamy+Stymulujemy+Nakreślamy+Odmieniamy=KROSNO”,
 - **nazwa programu, w ramach którego realizowany jest projekt** – Program Rozwój Lokalny,
 - **logotyp Norweskiego Mechanizmu Finansowego** (logotyp można używać w kolorze czarnym lub białym, przy czym biała wersja jest używana na kolorowym tle, a czarna na białym tle) – sposób rozmieszczenia i wykorzystania logotypów, w

- tym wraz z innymi logotypami, szczegółowo opisano w podręczniku Komunikacja i identyfikacja wizualna fundusze EOG i fundusze norweskie 2014–2021,
- **informacja o wysokości otrzymanego dofinansowania na projekt** – na realizację projektu uzyskano dotację w wysokości 17 365 786,37 PLN,
 - **informacja o dofinansowaniu projektu**, wskazująca, iż projekt współfinansowany jest w 85% ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego 2014-2021 oraz w 15% z budżetu państwa,
 - **informacja o celu projektu**, jakim jest kompleksowa poprawa jakości życia w Krośnie oraz lepsze dostosowanie administracji Krosna do potrzeb mieszkańców,
 - **Beneficjent/Partner Wiodący projektu** – Gmina Miasto Krosno,
 - **hasło** „Wspólnie działamy na rzecz Europy zielonej, konkurencyjnej i sprzyjającej integracji społecznej” - Hasła można używać w kolorze czarnym, białym lub używając kolorów dla wyrażen **zielona**, **konkurencyjna** i **sprzyjająca integracji społecznej**,
 - **informacja o stronach internetowych:** www.norwaygrants.pl i www.norwaygrants.org

PRZYKŁADOWA TREŚĆ INFORMACJI USTNEJ W TRAKCIE SPOTKAŃ W RAMACH PROJEKTU:

Projekt pt.: „Kreujemy+Rozwijamy+Ożywiamy+Stymulujemy+Nakreślamy+Odmieniamy=KROSNO”, na który uzyskano dotację w wysokości 17 365 786,37 PLN realizowany jest w ramach Programu Rozwój Lokalny współfinansowany jest w 85% ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego 2014-2021 oraz w 15% z budżetu państwa. Celem projektu jest kompleksowa poprawa jakości życia w Krośnie oraz lepsze dostosowanie administracji Krosna do potrzeb mieszkańców, zgodnie z hasłem, które stanowi nadrzędną narrację funduszy norweskich – „*Wspólnie działamy na rzecz Europy zielonej, konkurencyjnej i sprzyjającej integracji społecznej*”.

6. ZAKRES INFORMACJI I PROMOCJI ORAZ KANAŁY INFORMACJI I PROMOCJI.

6.1. Zakres informacji i promocji obejmował będzie m.in.: informacje nt. działań w projekcie, produktach/rezultatach, źródłach finansowania, partnerstwie krajowym, współpracy z podmiotami z Państwa-Darczyńcy, modelowych rozwiązaniach wypracowanych w ramach projektu, zdjęcia, filmy, informacje kontaktowe, wyraźne odniesienie do Programu oraz Funduszy norweskich.

W projekcie przewidziano następujące, główne kanały informacji i promocji:

a) portale/strony/podstrony internetowe:

- Strona internetowa, która powstanie w wyniku realizacji przedsięwzięcia „Sami o Sobie” – Centrum Aktywności Młodzieży.
- Wdrożenie chatbota na stronie internetowej Urzędu Miasta Krosna w ramach realizacji przedsięwzięcia „E-Urząd – cyfrowa transformacja administracji Krosna – wirtualne biuro obsługi mieszkańców”.
- Informacja i promocja realizowana w ramach przedsięwzięć na lokalnych i regionalnych portalach internetowych.
- Informacja i promocje kierowana do odbiorców za pośrednictwem stron internetowych Partnera Wiodącego i jednostek organizacyjnych miasta,

realizujących działania w ramach projektu, a także Partnerów projektu (o ile posiadają oni własne strony internetowe).

- b) informacje w mediach – pozyskiwanie patronatów medialnych oraz informacje przekazywane do mediów przez Partnera Wiodącego i Partnerów o kluczowych działaniach projektu, ich produktach i rezultatach oraz źródłach finansowania projektu, zgodnie z wykazem wydatków planowanych do poniesienia w tym zakresie, określonych w Załączniku nr 1 do Planu Komunikacji Projektu.
- c) tabliczki informacyjne / tablice pamiątkowe, plakaty – służyć będą do odpowiedniego oznakowania miejsc realizacji działań projektu przez Partnera Wiodącego i Partnerów, a tym samym do promocji projektu i źródeł jego finansowania.
- d) ulotki/gadżety itp. – służyć będą do promocji idei/działań projektu przez Partnera Wiodącego i Partnerów, zgodnie z wykazem wydatków planowanych do poniesienia w tym zakresie, określonych w Załączniku nr 1 do Planu Komunikacji Projektu.
- e) dokumentacja papierowa i mailowa dotycząca projektu oraz sprzęt zakupiony w ramach projektu odpowiednio oznakowane (m.in. logotypy, informacje).
- f) dokumentacja podsumowująca projekt z modelowymi rozwiązaniami odpowiednio oznakowana (m.in. logotypy, informacje) - z opisem dobrych praktyk/doświadczeń i rekomendacjami oraz zamieszczona zostanie na podstronie portalu miasta o projekcie.

7. HARMONOGRAM I BUDŻET DZIAŁAŃ INFORMACYJNO-PROMOCYJNYCH

Promocja projektu realizowana będzie w latach 2022 – 2024 przez Partnera Wiodącego i Partnerów projektu, w ramach przypisanych im do realizacji przedsięwzięć. W Załączniku nr 1 do Planu Komunikacji Projektu przedstawiono budżet i harmonogram realizacji działań z zakresu informacji i promocji w ramach projektu, wraz ze wskazaniem jaki podmiot odpowiada za ich realizację

8. GŁÓWNE WYDARZENIA INFORMACYJNE

Główne wydarzenia informacyjne dotyczące postępu w realizacji projektu, osiągnięć, produktów, rezultatów i wypracowanych modelowych rozwiązań obejmować będą realizację:

Konferencja prasowa - zamykająca projekt

Konferencja prasowa, w której udział wezmą zaproszeni goście, w tym m.in. przedstawiciele Operatora Programu, Związku Miast Polskich, partnerów krajowych i zagranicznych, a także dziennikarzy i przedstawicieli mediów lokalnych. Podczas konferencji zaprezentowany zostanie zakres zrealizowanych prac, przedstawione zostaną efekty, a także przeprowadzone już działania informacyjno-promocyjne.

Podczas konferencji zostanie rozdany materiał prasowy oraz upominki (gadżety) mające na celu wzmocnienie przekazu dotyczącego współfinansowania projektu ze środków Norweskiego Mechanizmu Finansowego.