

## **Kommunikációs tervezet**

A kommunikációs tevékenység célja a **Tiszaörs és Tiszaigar ivóvízminőség javító projekt** támogatása, a PR, a tájékoztatás, valamint a környezeti nevelés és szemléletformálás eszközeivel. A tevékenység a pályázati felhívásban megfogalmazott elvárásokon, a projekt előzményein, valamint a pályázat előkészítésében közreműködő szervezetek saját PR és szemléletformálási tapasztalatain alapszik.

### **Célok**

A tájékoztatás és nyilvánosság biztosító tevékenységek alapvető célja, hogy segítse elő a projekt átfogó és specifikus céljainak megvalósulását és biztosítsa azt, hogy az Európai Unió forrásából finanszírozott projekt előrehaladásáról, eredményeiről mind a projekt célcsoportja, mind a tágabb működési környezet, mind pedig a projekt finanszírozásában közreműködő szervezetek megfelelő tájékoztatásban részesüljenek. A Tiszaörs és Tiszaigar Ivóvízminőség-javító Önkormányzati Társulás a fejlesztés során kiemelt figyelmet fordít arra, hogy a célcsoportot tájékoztassa arról, hogy a fejlesztés Európai Unió forrásból valósulhat meg.

### **Témák**

- A lakosság tájékoztatása a projekt finanszírozásáról, különös tekintettel a települési önkormányzatok és az Európai Unió Kohéziós Alapja szerepéről a környezetvédelmi problémák megoldásában.
- A lakosság tájékoztatása a projekt megvalósításáról, végrehajtásának valamennyi szakaszáról, a projekt átláthatóvá tétele.
- Környezeti nevelés, szemléletformálás a projekthez kapcsolódóan.

### **Célcsoportok**

A tájékoztatással kapcsolatos tevékenységek hatékony megvalósításához (többek között az alkalmazandó eszközök és az ütemezés megfelelő meghatározásához) szükséges az elérendő célcsoportok körének a számbavétele.

A kommunikáció célcsoportjai: helyi lakosság, média, döntéshozók, önkormányzati képviselők, iskolások, pedagógusok

Ők lesznek a fejlesztés elsődleges hasznélvezői, hiszen megszűnhet az eddigi jelentős egészségterheléssel járó vízkezelési gyakorlat.

#### *1. A település teljes lakossága*

A települések vezetése folyamatosan tartja a kapcsolatot a lakossággal, amelynek keretében interaktív kommunikáció zajlik a tervezett beruházással kapcsolatban. Az önkormányzatok fejlesztési elképzeléseiket honlapjukon is társadalmasították és lehetőséget teremtettek a lakosság számára a fejlesztési elképzelések iránti elkötelezettségük kinyilvánítására.

#### *2. Média*

A helyi, települési szintű média az elsődleges célcsoport. A honlapok az önkormányzatok kezelésében működnek, a helyi újságok szintén önkormányzatiak. A Kelet-Magyarország napilapot szintén rendszeresen olvassák a településeken, helyi érdekű sajtóhírekben

kistérségi újságíróval tartják az önkormányzatok a kapcsolatot. Megyei szinten működik a Kölcsey TV, amelyben rendszeresen megjelennek a települések. Összegzőképpen a projekt során inkább együttműködő partnernek, semmint célcsoportnak tekinthetők.

### *3. Döntéshozók, önkormányzati képviselők*

A projekt által érintett települések önkormányzati képviselőit igyekszünk bevonni a tájékoztatási tevékenységbe, hiszen jól ismerik a területüket és számukra is hasznos a közvetlen kapcsolat a lakossággal egy ilyen közérdekű beruházás kapcsán.

Az érintett települések polgármesterei kulcsfontosságú szereplői a kommunikációs tevékenységnek, ezért ők is inkább partnerei a kommunikációs tevékenységeknek.

### *4. Iskolások, pedagógusok*

A beruházás a térség egyik legjelentősebb beruházása, ezért célszerű szerepet vállalnia a fiatalok környezeti nevelésében. Az iskoláskorúak szemléletformálására a környezetvédelmi témájú iskolai előadás hatékony eszköz. A megkérdezések alapján a település vezetői hasznosnak tartják, és szívesen fogadják az iskolai környezeti nevelési tevékenységeket.

## **Az alkalmazandó kommunikációs eszközök bemutatása**

A projektgazda a projekt megvalósítása során a „Kedvezményezettek tájékoztatási kötelezettségei” című dokumentumban szereplő II. számú kommunikációs csomagot köteles teljesíteni. Ennek megfelelően az alábbi feladatok megvalósítása szükséges:

### *Projekt megvalósítási szakaszában:*

- Sajtóközlemény kiküldése a projekt indításáról és a sajtómegjelenések összegyűjtése;
- A beruházás helyszínén „A”, „B” vagy „C” típusú tábla elkészítése és elhelyezése;
- Fotódokumentáció készítése;

### *Projekt megvalósítását követő szakaszában:*

- Sajtóközlemény kiküldése a projekt zárásáról és a sajtómegjelenések összegyűjtése;
- TÉRKÉPTÉR feltöltése a projekthez kapcsolódó tartalommal;
- A beruházás helyszínén „D” típusú tábla elkészítése és elhelyezése.

## **Kommunikációs feladatok és eszközök a beruházás megvalósítási szakaszában**

### *1. Sajtóközlemény kiküldése a projekt indításáról és a sajtómegjelenések összegyűjtése*

A beruházás legfontosabb és legnagyobb nyilvánosságot jelentő kommunikációs közege a sajtó. A hatékony és eredményes sajtókapcsolatok alapja a jó sajtólista, a nyílt, őszinte, kétoldalú kapcsolat és az elérhetőség. Cél a projekt indulás üzenetének minél nagyobb nyilvánosságot biztosító megjelenése.

A projekt aktuális állapotáról érdemes sajtóközleményt kiküldeni a megcélzott újságírók körnek. Ez általában a szaksajtóból és az általános országos, megyei, regionális sajtóból áll.

### *Célja:*

- Minél több médiát tájékoztatni a hírről (projektindítás).

- Kiseb értékű szóró-reklámajándék készítése a meghatározott uniós arculati elemekkel.
- A kedvezményezett honlapján (amennyiben van ilyen), folyamatosan utalni kell az uniós támogatásra mind szövegesen, mind pedig a logó elhelyezésével. Bármely nyomtatott vagy elektronikus kommunikációs felületen, ahol a projekt megjelenik, a kedvezményezett köteles az EU támogatására folyamatosan felhívni a figyelmet.
- Lehetővé tenni a sajtótájékoztatón megjelent újságíróknak, hogy elektronikus módon hozzáférjenek a hírhez, megkönnyítve a feldolgozását.
- A fizikailag távoli újságírók tájékoztatása.

A sajtóközleménnyel szembeni fő követelmények:

- Tömör, világos, hírértékű megfogalmazás.
- Legyen objektív, tényszerű.
- Szerkezetileg három fő részből áll: a címből, a headline-ből (bevezető összefoglalás) és a fő szövegrészből. mindhárom tartalmazza a fő üzenetet.
- A cím legyen figyelemfelkeltő.
- A headline tömören tartalmazzon minden lényeges információt.
- A fő szövegrész tartalmazza a részleteket.

Cél, hogy a projektindítást követően is lehetőleg folyamatosan szerepeljen a projekt a médiában. Ehhez az szükséges, hogy minden, a célcsoportot érdeklő és érintő hírről, eseményről értesüljenek.

Ezek lehetnek meglévő események:

- A beruházás különböző fázisai
- Résztadások.
- Környezetvédelmi intézkedések.
- Minőségbiztosítási intézkedések.
- Kutatások, hatástanulmányok, stb.

A kommunikációs tevékenység hatékonyságának legfontosabb mérőeszköze a média monitoring lesz. A megjelent sajtócikkek összegyűjtése és elemzése az egyik legjobb eszköz a sajtómunka hatékonyságának elemzésére. A sajtófigyelés alapja:

- Hány cikk vagy tudósítás jelent meg (összevetve azzal, hogy hány helyre küldtük el)?
- Milyen profilú médiumokban jelent meg (szakmai, általános, egyéb, pl. hírügynökség)?
- Mekkora példányszámú médiákban jelent meg (rádió vagy TV műsoroknál mekkora a műsor hallgatottsága, nézettsége)?
- Mennyire fő helyen jelent meg (pl. hányadik oldalon)?
- Mekkora terjedelemben (mekkora részt használtak fel a közleményünkből, pl. csak egy kétsoros kishír vagy teljes terjedelmében megjelent)?
- Mennyire mentek át az üzenetek (a számunkra fontos részt közölték le vagy teljesen mást ragadtak ki belőle)?
- Milyen kommentálással jelentek meg (csak a hírt közölték le vagy minősítették is)?

Az elemzés alapján a további üzenetek, tervezett események és maga a sajtómunka is szükség esetén módosítható, pontosítható.

## 2. B-típusú tábla

2 db „B” típusú projektábra kihelyezése a települési központokban az Arculati Kézikönyvben megfogalmazott tartalmi és formai elvárásokhoz igazodva. A projekt megvalósítását követően ugyanitt „D” típusú emlékeztető táblák kihelyezése, szintén a megfelelő arculati elemek használatával.

### *3. Fotódokumentáció*

Fotódokumentáció készítése a projekt főbb pontjaihoz igazodva. Fényképekkel jól és látványosan dokumentálhatóvá válik a projekt megvalósítás folyamata, a kivitelezés és a létrehozott eredmény. Az elkészült fotók egyrészt a műszaki előrehaladás dokumentálására, másrészt a tájékoztató kiadványok, sajtóanyagok kiegészítőjeként kerülnek felhasználásra. A projekt weboldalán lévő Galériában ezek elérhetővé tétele.

### **Kommunikációs feladatok és eszközök a beruházás megvalósítását követő szakaszban**

#### *1. Sajtóközlemény kiküldése a projekt zárásáról és a sajtómegjelenések összegyűjtése*

A megvalósítási szakasznál már részletezve.

#### *2. TÉRKÉPTÉR feltöltése a projekthez kapcsolódó tartalommal*

A TÉRKÉP on-line adminisztrátori felületére a Kedvezményezett a Projekt (Kommunikáció) / Térképtér / médiafeltöltés illetve / szöveges adatok menüpontban rögzíti a projekt részletes szöveges leírását, illetve képeket, video fájlokat, hanganyagokat, és egyéb dokumentumokat tesz itt elérhetővé. Cél ezzel is az, hogy a sikeres és eredményes projektet minél többen megismerhessék, és hogy bebizonyosodjon, hogy megfelelő helyre került az európai uniós támogatás.

#### *3. D-típusú tábla*

A megvalósítási szakasznál már részletezve.

### **Kommunikációs költségterv**

A költségtervet a Kedvezményezettek tájékoztatási kötelezettségei című útmutató alapján készítettük, figyelembe vettük a jelenleg járatos szakmailag elfogadott árszinteket, tájékoztató jellegű árajánlatok alapján.