

**STRATEGIE DE INFORMARE ȘI PUBLICITATE**  
**aferentă proiectului**  
**„Un viitor mai bun- administrație locală**  
**eficientă”**



## CUPRINS

|   |    |
|---|----|
| 1. INTRODUCERE.....   | 3  |
| 1.1 CONTEXT.....  | 3  |
| 2. METODOLOGIA.....   | 4  |
| 2.1 ELEMENTE DE IDENTITATE VIZUALĂ.....                                       | 4  |
| 2.2 INFORMAREA ȘI PUBLICITATEA PROIECTULUI.....                               | 5  |
| 2.3 MONITORIZAREA ȘI EVALUAREA STRATEGIEI DE INFORMARE ȘI<br>PUBLICITATE..... | 11 |



## 1. Introducere

### 1.1 Context

ASOCIAȚIA CENTRUL REGIONAL DE VOLUNTARIAT - CRV, implementează proiectul „Un viitor mai bun- administrație locală eficientă”” cod SIPOCA 990, cod SMIS 151142, cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020.

Obiectivul general al proiectului consta in dezvoltarea de proceduri si mecanisme pentru sustinerea si promovarea dezvoltarii la nivel local si de interacțiune cu autoritatile si institutiile administratiei publice, precum si in dezvoltarea capacitatii partenerilor sociali si a ONG-urilor prin instruirea reprezentantilor structurilor asociative, ale autoritatilor administratiei publice locale, precum si instruirea alesilor locali.

Scopul și obiectivele strategiei de informare și publicitate reprezintă: informarea grupului ținta, a stakeholderilor și mass-media despre oportunitățile, beneficiile și rezultatele oferite de proiect, precum și despre contribuția FSE și POCA la evoluția socio-economica a României, subliniind astfel rolul și valoarea adăugată a asistentei europene.

Strategia de Informare și Publicitate a fost dezvoltată și adoptată de Solicitant în vederea coordonării eficiente a echipei proiectului, a promovării imaginii FSE și POCA, a difuzării informațiilor relevante pentru atingerea obiectivelor proiectului și a realizării obiectivelor de vizibilitate stabilite prin cererea de finanțare. Obiectivele, abordarea și măsurile prezentate în cadrul acestui document sunt conforme cu regulile prezentate în Manualul de Identitate Vizuală al 2014-2020 (POCA) și cu prevederile contractului de finanțare.

**Zona de implementare a strategiei de informare și publicitate:** Sud-Vest Oltenia, Comuna Amarastii de Jos, judetul Dolj

**Perioada de desfășurare:** 28.06.2022- 27.07.2023

**Grupul țintă:** Grupul tinta al proiectului este format din :

- 15 reprezentanti ai autoritatilor si institutiilor publice (personal de conducere si de executie), alesi locali si cetateni;



reprezentanti ai ONG-urilor si actorilor sociali;

- 25 reprezentanti ai ONG-urilor si actorilor sociali;

Toti cei 40 membrii ai GT-ului vor beneficia de servicii de informare si vor participa la workshopurile tematice organizate in cadrul proiectului. Workshopurile au ca scop continuarea analizei comunitatii si promovarea ideii de schimbare comunitara pozitiva. Acestea se adreseaza atat membrilor actorilor sociali, reprezentantilor autoritatilor locale, cat si cetatenilor comunei. Se vor aborda teme de interes ca: dezvoltare durabila, protectia mediului, implicare responsabilitate civica, implicare a comunitatilor locale în viata publica si de participare la procesele decizionale, promovare a egalitati de sanse si nediscriminarii.

## 2. Metodologia

### 2.1 Elemente de identitate vizuală

În calitate de beneficiar al asistentei financiare nerambursabile prin POCA, ASOCIAȚIA "CENTRUL REGIONAL DE VOLUNTARIA" va respecta următoarele: sigla Uniunii Europene, sigla Guvernului României, logoul POCA și sigla Instrumentelor Structurale în România vor fi folosite pe toate materialele destinate publicului, în afară de sigla beneficiarului nu sunt acceptate alte sigle.

Ordinea siglelor pe documente este următoarea:

- a) sigla Uniunii Europene în conformitate cu standardele grafice stabilite alături de menționarea Uniunii Europene va fi poziționată în stânga sus;
- b) sigla Guvernului României în conformitate cu standardele grafice stabilite va fi plasată la mijloc sus;
- c) sigla Programului Operațional Capacitate Administrativă si sloganul „Competența face diferența”
- d) sigla Instrumentelor Structurale în România va fi plasată în colțul din dreapta sus, obligatoriu ultima din rândul de sus;
- e) fraza „Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020”.
- f) siglele celorlalte instituții implicate pot fi amplasate în partea de jos a documentelor.





Tipul de caracter care trebuie utilizat împreună cu sigla Uniunii Europene poate fi oricare dintre următoarele: Arial, Auto, Calibri, Garamond, Trebuchet, Tahoma, Verdana, Ubuntu. Caracterele trebuie să aibă culoarea reflex blue, negru sau alb în funcție de culoarea fondului. Se recomandă folosirea Arial.

Toate materialele de promovare destinate publicului vor conține sintagma „Competența face diferența! Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă, cofinanțat de Uniunea Europeană prin Fondul Social European!”. Dimensiunea siglelor poate varia în funcție de formatul și dimensiunea documentului, sigla luată individuală nu poate fi mai mică de 1cm. Spațiul dintre acestea nu poate fi mai mic decât de 1x mărimea siglei Uniunii Europene. Spațiul de siguranță va fi asigurat plasând cel puțin 1 cm lateral și sus față de marginea documentului (foi cu antet, publicații, afișe, autocolante).

Pentru identitatea vizuală a documentelor elaborate în cadrul proiectului s-a realizat antetul, a se vedea în anexa nr.1 a prezenței strategii de informare și publicitate.

## 2.2 . Informarea și publicitatea proiectului

Toate materialele de promovare destinate publicului vor conține sintagma „Competența face diferența! Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă, cofinanțat de Uniunea Europeană prin Fondul Social European!”. Informarea și publicitatea se va realiza în cadrul activității 8.1 Informarea și publicitatea proiectului, iar stabilirea mesajului, precum și elaborarea materialelor promotionale se va realiza în cadrul sub-activității A 7.2 Stabilirea planului de acțiune și implementarea acestuia.

Măsurile de informare și publicitate vor ține cont de prevederile Manualului de identitate vizuală. Se va avea în vedere completarea șiținerea unui dosar în care vor fi păstrate toate documentele și produsele aferente activității de publicitate (pliante, broșuri etc.). Monitorizarea internă a proiectului va include o componentă distinctă care să urmărească respectarea elementelor ce țin de informarea și publicitatea proiectului. Fiecare document emis în cadrul proiectului va avea logoul POCA (sigla și slogan). Toate materialele de promovare destinate publicului vor conține sintagma „Competența face diferența! Proiect selectat în cadrul Programului Operațional Capacitate Administrativă, cofinanțat de Uniunea Europeană prin Fondul Social European!”. Pe site-ul web al



solicitantului se va afișa o scurtă descriere a proiectului și se va realiza o pagină web dedicată, care va cuprinde cel puțin următoarele informații: titlu, denumire beneficiar și parteneri (dacă există), scop, obiective specifice, rezultate, data de începere, perioada de implementare, valoarea totală (defalcată pe surse de finanțare). La începutul și finalizarea unui proiect finanțat prin POCA, Solicitantul va publica în media comunicate de presă cu privire la proiect. Mai mult, la sediul biroului, în locațiile de derulare a workshopurilor și a sesiunilor de instruire, se va expune câte un afiș cu informații despre proiect. În cadrul fiecărui eveniment susținut pe parcursul proiectului, Solicitantul se va asigura că cei care participă au fost informați despre finanțare, prin utilizarea corectă și completă a elementelor de identitate vizuală, pe toate materialele aferente evenimentului.

Toate materialele de informare și publicitate vor ține cont de respectarea principiului egalității de șanse. La începutul proiectului, va fi o conferință de lansare și la sfârșitul proiectului va fi organizată o conferință de presă. În cadrul acestor conferințe vor participa minim 50 de persoane/conferință, evenimente care vor avea loc în comuna Amarastii de Jos. De asemenea, participanții vor primi câte un pachet de materiale promotionale care va fi compus din: mapă, agenda, block-notes, stick, pix, pliant A3, flyer. În vederea promovării proiectului, vor fi achiziționate următoarele: 1 banner, 2 roll-upuri și afișe A2. Totodată, la finalizarea proiectului, vom publica pe site-ul public rezultatele proiectului și vom posta link-urilor utile.

#### **Se vor realiza următoarele materiale publicitare și de informare:**

- mape personalizate;
- pixuri inscripționate,
- afișe;
- pliante;
- banner;
- roll-up;
- o pagină web;
- autocolante;
- comunicate de presă.

Conceptul și conținutul/textul acestor materiale sunt responsabilitatea beneficiarului și a membrilor. Layout-ul și producția revin în sarcina unui furnizor specializat de servicii și





producție de materiale publicitare. Furnizorul va consulta și el Manualul de Identitate Vizuală 2014-2020, pentru a putea verifica dacă există neconformități.

### **Promovarea în mass-media locală și regională**

Beneficiarul va promova organizarea evenimentelor în rândul grupului tinta, oferind informații cu privire la beneficiile și oportunitățile oferite de proiect și importanța implicării și participării la evenimentele organizate.

Conferința de lansare și conferința de finalizare a proiectului se va publica în mass-media.

Tipologia articolelor/machetei de presă este următoarea:

#### **I. Tip publicație**

1. Periodicitate: cotidian sau săptămânal;
2. Aria de difuzare: locală/regională;
4. Public țintă al publicației: reprezentanți ai autoritatilor și institutelor publice, ONG-uri și reprezentanți ai partenerilor sociali (sindicate/patronate).

#### **II. Forma de prezentare: macheta de presă**

1. Format: modul/chenar;
4. Culoare: policrom sau monocrom;
5. Poziționare: nepreferențial în paginile interioare;
6. Macheta de presă va conține elementele de identificare vizuală descrise în manualul de identitate vizuală.

#### **➤ Invitații**

Textul va conține unele informații obligatorii: titlul proiectului; perioadă și locul de desfășurare al evenimentului, elementele de identitate vizuală, conform manualului de identitate vizuală. Invitațiile vor fi transmise, în principal, prin e-mail. Pentru cele care vor fi transmise în mod direct, caracteristicile tehnice minimale sunt: plic simplu, culoarea alb, cu sigla și adresa beneficiarului imprimată, format A4.



➤ **Agenda evenimentelor**

Layout-ul și producția programului evenimentelor vor fi asigurate de către solicitant. Acesta va fi transmis împreună cu invitația. Caracteristici tehnice minime: format A4 - monocrom sau policrom.

➤ **Conferința de lansare a proiectului**

- Locul desfășurării;
- Durata estimativă: 60 minute;
- Data estimativă august 2022;
- Vor fi informați: - reprezentanți ai autorităților și institutelor publice, ONG-uri și reprezentanți ai partenerilor sociali (sindicate/patronate).
- Promovare: mass-media (ziare cotidiene) și Internet.

➤ **Conferința de finalizare a proiectului**

- Locul desfășurării;
- Durata estimativă: 60 minute;
- Data estimativă: iulie 2023;
- Vor fi informați: - reprezentanți ai autorităților și institutelor publice, ONG-uri și reprezentanți ai partenerilor sociali (sindicate/patronate).
- Promovare: mass-media (ziare cotidiene) și Internet.

**Pentru publicații:** pliante, broșuri de informare, povești de succes, buletine informative, afișe, mape etc., vom ține cont de următoarele:

- pe prima copertă vor apărea sigla Uniunii Europene, sigla Guvernului României, cea a Instrumentelor Structurale în România și a Programului Operațional Capacitate Administrativă.

- pe ultima copertă se plasează o casetă tehnică, ce va conține:

- Titlul proiectului;
- Editorul materialului;
- Data publicării;
- Sintagma „Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul

Operațional Capacitate Administrativă 2014 - 2020”;





- Citatul „Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României”.

### Comunicatele de presă vor respecta următorul format:

- Sigla Uniunii Europene, în stânga sus;
  - Sigla Guvernului României va fi plasată la mijloc, sus;
  - Sigla programului (dacă există);
  - Sigla Instrumentelor Structurale în România va fi plasată în colțul din dreapta sus;
  - Dată și titlul comunicatului de presă, în partea de sus, datele de contact în partea de jos a documentului.
- Iar corpul conținutului va conține toate detaliile specificate în Manualul de Identitate Vizuala.

### Bannerul și roll-up-ul

Vor conține, pe lângă titlul proiectului, sigla Uniunii Europene, sigla Guvernului României, a Instrumentelor Structurale în România și sigla Programului Operațional, ținând cont dimensiunile recomandate de Manualul de Identitate Vizuală.

### Autocolante

Pentru informarea publicului cu privire la faptul că mijloacele fixe au fost achiziționate în cadrul unui proiect cofinanțat de Uniunea Europeană, vor fi folosite autocolante. Prin mijloace fixe se înțeleg acele obiecte care, conform legislației contabile naționale depășesc valoarea de 2.500 lei și au o durată de viață mai mare de 1 an. Acestea vor fi plasate pe partea cea mai vizibilă pentru public a mijloacelor fixe. Dimensiunea minimă recomandată este de 100x100mm și va include sigla Uniunii Europene, sigla Guvernului României, sigla Programului Operațional și sigla Instrumentelor Structurale, afirmația aleasă de Autoritatea de Management, care să sublinieze contribuția intervenției realizate din Instrumente Structurale, fraza „Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă” și numele proiectului, în cadrul căruia a fost achiziționat echipamentul respectiv.



## Website și Facebook

Website-ul și Facebook-ul proiectului vor conține o scurtă descriere, care să cuprindă minim următoarele informații referitoare la acesta: titlu, prezentare beneficiar și partener, scop, obiective, rezultate, dată de începere, perioada de implementare, etc.

Clipurile video/imaginile realizate în timpul evenimentelor, vor fi promovate atât în mediile online: pe site-ul proiectului, precum și pe pagina facebook.

Paginile vor afișa citatul: „Conținutul acestui material nu reprezintă în mod obligatoriu poziția oficială a Uniunii Europene sau a Guvernului României” într-un loc vizibil, pe pagina principală. Aceste păgâni se vor actualiza în permanență .

Pentru a avea o unitate în realizarea și prezentarea materialelor grafice, vom avea în vedere folosirea unora din următoarele fonturi Arial, Auto, Calibri, Garamond, Trebuchet, Tahoma, Verdana, Ubuntu. Trebuchet MS este fontul recomandat pentru a fi folosit pe toate tipurile de material imprimate și în cadrul tuturor documentelor elaborate.

## Afise

Acestea se vor expune public, în locuri vizibile, cu dimensiunea minimă a obligatorie corespunzătoare formatului A3.

Acestea vor include:

- Sigla Uniunii Europene, în stânga sus;
- Sigla Guvernului României va fi plasată la mijloc, sus;
- Sigla programului;
- Sigla Instrumentelor Structurale în România va fi plasată în colțul din dreapta sus;
- Titlul proiectului;
- Denumirea Beneficiarului;
- Obiectivul proiectului;
- Valoarea totală a proiectului precum și valoarea cofinanțării UE;
- Fraza „Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014 - 2020”;





## Alte materiale de informare și promovare (pixuri)

În cazul produselor cu o suprafață foarte mică de expunere, în care informațiile nu ar fi suficient de vizibile (ex.: pixuri), se utilizează cel puțin sigla Uniunii Europene, celelalte elemente fiind opționale. Pentru produse de informare altele decât cele cuprinse în Manual (ex: CD-ROM), se vor utiliza siglele Uniunii Europene, Guvernului României, sigla programului operațional, Instrumentelor Structurale în România precum și caseta tehnică.

Beneficiarul și Membrii vor realiza materiale foto/video prin mijloace proprii, acestea vor conține momente semnificative din timpul organizării evenimentelor. Beneficiarul se va asigura că în elaborarea materialelor va fi respectată legislația privind copywrite-ul.

Beneficiarul va solicita furnizorilor de servicii de tipărire și imprimare, la finalul contractului, să pună la dispoziție un CD cu formă finală a materialelor promoționale, pregătite pentru tipar.

### 2.3 Monitorizarea și evaluarea strategiei de informare și publicitate

Beneficiarul și Partenerul vor verifica și evalua calitatea rezultatelor evenimentelor organizate, respectiv a materialelor promoționale furnizate, precum și a articolelor difuzate în media, urmărind conformitatea lor cu specificațiile din Manualul de Identitate Vizuală și acest document.

Pentru a monitoriza și evalua periodic eficiență și eficacitatea activităților de informare și comunicare, managerul de proiect va utiliza următoarele instrumente:

- Rapoarte și liste de prezență;
- Apariții în presă;
- Monitorizarea materialelor distribuite și a celor rămase;
- Eficacitatea generală a informării.

În cadrul rapoartelor tehnico-financiare transmise pe parcursul implementării proiectului vor fi descrise toate activitățile de informare și publicitate desfășurate, aferente proiectului și vor fi anexate raportului, după caz, documentele care să ateste respectarea cerințelor de informare și publicitate (ex. copii după publicații, după articolele de presă, etc.).





Prezența strategiei a fost elaborată de ASOCIAȚIA "CENTRUL REGIONAL DE VOLUNTARIAT" respectând Manualul de identitate vizuală 2014-2020, poate fi modificată și completată în funcție de necesitățile reale, care decurg din implementarea proiectului, doar cu aprobarea finală a managerului de proiect.

Intocmit,  
Expert comunicare și publicitate  
Tufagiu Elena-Carmen



Avizat,  
Manager de proiect  
Badin Elena-Isabela



*Se va anexa un tabel (Anexa 1) prin care se va face dovada că toți membrii echipei de implementare au luat la cunoștință prezenta strategie din cadrul proiectului.*

