



VIEŠINIMO PLANO RENGIMO REKOMENDACIJOS



LIETUVOS RESPUBLIKOS APLINKOS MINISTERIJOS
APLINKOS PROJEKTŲ VALDYMO AGENTŪRA

BENDRIEJI REIKALAVIMAI

1. Vadovaujantis Lietuvos Respublikos finansų ministro 2014 m. spalio 8 d. Nr. 1K-316 patvirtintomis projektų administravimo ir finansavimo taisyklėmis, Projekto vykdytojas privalo vykdyti projekto veiklos apimčiai proporcingus informavimo apie projektą veiksmus:
 - 1.1 interneto svetainėje (jei projekto vykdytojas tokią turi) paskelbti informaciją apie įgyvendinamą projektą, apibūdinti jo tikslus, rezultatus ir informuoti apie finansavimą iš atitinkamo (-ų) ES struktūrinio (-ių) fondo (-ų) lėšų;
 - 1.2 projekto įgyvendinimo pradžioje pakabinti bent vieną plakatą (ne mažesnę kaip A3 formato), kuriame turi būti pateikta informacija apie įgyvendinamą projektą ir finansavimą iš atitinkamo (-ų) ES struktūrinio (-ių) fondo (-ų) lėšų. Plakatas turi būti pakabintas visuomenei gerai matomoje vietoje (pavyzdžiui, prie įėjimo į pastatą). Ši nuostata netaikoma projektams, kuriems taikomos 1.3 ir 1.4 papunkčiuose nuostatos;
 - 1.3 projekto įgyvendinimo pradžioje pakabinti laikiną informacinę lentelę ar pastatyti laikiną informacinį stendą, jeigu įgyvendinamas iš ERPF ar Sanglaudos fondo lėšų bendrai finansuojamas infrastruktūros ar statybos projektas, kuriam skiriama bendra viešųjų (t. y. ES struktūrinio (-ių) fondo (-ų) ir nacionalinių viešųjų) lėšų suma viršija 500 000 eurų (penkis šimtus tūkstančių eurų);
 - 1.4 iki galutinio mokėjimo prašymo pateikimo dienos pakabinti nuolatinę informacinę lentelę ar pastatyti nuolatinį informacinį stendą, jeigu projektui skirta bendra viešųjų lėšų suma viršija 500 000 eurų (penkis šimtus tūkstančių eurų) ir jei įgyvendinamas iš ERPF ar Sanglaudos fondo lėšų bendrai finansuojamas infrastruktūros ar statybos projektas arba iš projekto lėšų perkamas fizinis objektas;
 - 1.5 laikinoje ar nuolatinėje informacinėje lentelėje arba informaciniame stende, kurie įrengiami laikantis 2014 m. liepos 28 d. EK priimto įgyvendinimo reglamento (ES) Nr. 821/2014, kuriuo nustatomos Europos Parlamento ir Tarybos reglamento (ES) Nr. 1303/2013 nuostatų dėl išsamios programų įnašų pervedimo ir valdymo tvarkos, finansinių priemonių ataskaitų teikimo, veiksams skirtų informavimo ir komunikacijos priemonių techninių charakteristikų ir duomenų įrašymo ir saugojimo sistemos taikymo taisyklės (OL 2014, L 223, p. 7), II skyriuje nustatytų techninių charakteristikų, nurodyti projekto pavadinimą ir pagrindinį tikslą, jį (jį) įrengti visuomenei gerai matomoje vietoje ir tinkamo dydžio, kad būtų aiškiai matoma (-as) ir įskaitoma (-as);
 - 1.6 kai įgyvendinamas iš ESF lėšų bendrai finansuojamas projektas ir kai organizuojami mokymai ar vykdomos kitos panašios iš ERPF arba Sanglaudos fondo lėšų bendrai finansuojamo projekto veiklos, užtikrinti, kad projektą įgyvendinantiems asmenims, projekto tikslinėms grupėms, projekto rezultatais besinaudojantiems asmenims būtų pranešta apie projekto finansavimą iš tam tikro (-ų) ES struktūrinio (-ių) fondo (-ų) ir (ar) Lietuvos Respublikos valstybės biudžeto lėšų. Dokumentuose, skirtuose visuomenei ar projekto dalyviams informuoti, įskaitant dalyvavimo renginiuose patvirtinimo dokumentus ar kitus pažymėjimus, turi būti naudojamas ES 2014–2020 metų struktūrinių fondų ženklas ir informuojama apie finansavimą iš tam tikro (-ų) ES struktūrinio (-ių) fondo (-ų) lėšų;
 - 1.7 gali vykdyti ir kitas informavimo apie projektą veiklas, jei tai nustatyta projektų finansavimo sąlygų apraše.
 2. Viešinimo plano forma, t.y. Priedas Nr. 1 turi būti rengiama ir pateikiama derinimui kartu su projekto paraiška.
 3. Viešinimo finansavimo preliminarus poreikio (biudžeto) forma, t.y. Priedas Nr. 2 turi būti rengiama ir pateikiama derinimui kartu su projekto paraiška.
-

PROJEKTO ĮGYVENDINIMO ETAPAS

Viešinimo veiklas siūloma organizuoti pagal projekto įgyvendinimo etapus: Projekto planavimo metu, techninio projekto ar panašios paskirties dokumentacijos rengimo metu, projekto įgyvendinimo metu ir pan.

VIEŠINIMO TIKSLAS

Komunikuoti projekto teikiamą naudą tikslinei grupei, nurodant pridėtinę vertę, kurią gaus gyventojai įgyvendinus projektą.

Viešinimo veiklomis gali būti siekiama sudominti tikslinę grupę, paskatinti diskusiją, keisti elgseną užtikrinti veiklų tęstinumą ir pan. Rekomenduojame aprašyti kokiomis veiklomis bus siekiama tikslo: organizuojant konkursus vaikams, ekskursijas, platinant tikslinei grupei reklaminius atributus (negali būti naudojama įmonės/projekto vykdytojo savireklamai), Organizuojant susitikimus su bendruomene/suinteresuotomis grupėmis, platinant informaciją internete, organizuojant spaudos konferencijas ir kt.

TIKSLINĖ GRUPĖ

Turi būti nurodyti tikslinių grupių apibūdinimai. Atsižvelgiant į projekto mastą jie turi būti nurodyti ne tik labiau apibendrinti ir nustatomi pagal du esminius kriterijus: **geografinį ir amžiaus**, bet ir konkretizuoti pagal mažiausiai dar kelis papildomus kriterijus: **priklausymą tam tikrai socialinei ir užimtumo grupei, išsilavinimą bei komunikacijos kanalų vartojimo įpročius** (pagrindžiant tyrimų – informavimo kanalų monitoringo, nuomonių tyrimų, komunikacinių žinučių testavimo – rezultatais).

Pvz. jei projektu tiesiami nauji vandentiekio/ nuotekų tinklai tam tikroje vietovėje, tikslinė grupė gali būti tos vietovės nauji, dar prie vandentiekio/ nuotekų tinklų neprijungę vartotojai/būsiami abonentai ir pan. Iš turimų statistinių ar kt. duomenų identifikuojamas jų amžius, išsilavinimas, naudojami komunikacijos kanalai bei tokiu būdu nustatomos efektyviausios tikslinei grupei pasiekti bei jos elgsenai keisti (prisijungti prie tiesiamų tinklų) reikalingos viešinimo priemonės.

Rekomenduojamas tikslinių grupių išskyrimas ir jų detalizavimas į subgrupes, kuris taip pat gali būti susietas su ankstesnės viešinimo veiklos rezultatų įvertinimu, kuomet žinoma, kuriai auditorijos daliai reikalingas informavimas. Turi būti siekiama mažinti kiekybines tikslinių grupių apimtis, kas leistų geriau atsižvelgti į tikslinės auditorijos specifiką ir palengvintų viešinimo veiksmų rezultatų apskaičiavimą. Prasminga taikyti auditorijos skaidymą į mažesnes grupes pagal teritorinį pasiskirstymą (pvz., miestai, kaimo vietovės ir pan.), juridinio asmens specifikos (pvz., verslas, valstybės, savivaldybių įstaigos, nevyriausybinės organizacijos, mokyklos, mokslo įstaigos, privatūs asmenys) kriterijus.

Tikslinių grupių pasirinkimas turi būti pagrįstas. Siūloma grįsti viešinimo veiklos tyrimų rezultatais ir analizuojant kitų projektų rezultatus, įvertinant su kuriomis auditorijomis buvo mažiau dirbta, su kuriomis nepasiektas atgalinis ryšys, kurios mažiau informuotos lyginant su likusia auditorija ir pan.

Jei grupių yra daug, siūloma prioritetizuoti tikslines grupes – tai leistų tikslingiau paskirstyti viešinimui skirtas lėšas.

VIEŠINIMO VEIKLŲ TURINYS

Nauda kiekvienam tikslinės grupės atstovui - su tokia potekste formuluojamos viešinio žinutės. Komunikuojant rekomenduojama siekti atgalinio ryšio. Rengiant viešinio priemones reikėtų vengti abstraktumo ir pabrėžti naudą tikslinei grupei, pateikiant informaciją apie projektą, esmę ir tikslą.

SIEKIAMAS REZULTATAS

Aprašyti nustatytus veiklos rezultatus ir jų pasiekimo/efektyvumo įrodymus (kaip bus vertinama, kad tikslas pasiektas).

Aprašyti, kokio laukiama rezultato: tikslinės grupės elgesio pokyčio ar tiesiog viešinio priemonių, orientuotų į tikslinę grupę, komunikavimo nustatyta apimtimi tikslinei grupei.

Būtina nurodyti konkrečiai kiek planuojama pasiekti tikslinės grupės kontaktų konkrečia veikla, kiek planuojama skirti lėšų šiai veiklai; taip pat nurodyti kaip, kokiais rodikliais bus išmatuojamas rezultato įgyvendinimas, kaip bus žinoma, jog veiklos rezultatas pasiektas. Siekiamas rezultatas gali atspindėti planuojamas veiklas (pvz., turi būti surengta 11 renginių, išplatinta 15 straipsnių ir pan.) ir šios veiklos rezultatą (pvz. renginyje sudalyvaus bent 200 gyventojų; už pritraukimą atsakingas paslaugos tiekėjas) arba siekiamą poveikį (pvz., išsaugos prie tiesiamų tinklų prisijungusių gyventojų skaičius).

Siektnas visų viešinio veiklų rezultatas - išaugęs komunikuotos žinutės žinojimas tarp tikslinės auditorijos atstovų.

KOMUNIKACIJOS KANALAI

Viešinio priemonės planuoti ir organizuoti atsižvelgiant į tikslines grupes, jų specifiką, o ne siekti masiškumo (masinės auditorijos pasiekiamumo).

Siūloma visuomenės informavimui taikyti tikslinės komunikacijos strategiją, kuri remtųsi subgrupių išskyrimu ir informavimo veiksmų nukreipimu į jas parenkant pritaikytas žinutes ir kanalus. Viešinio ir informavimo priemonė, kanalas ir komunikuojamas turinys turėtų būti parenkami / konstruojami atsižvelgiant į tam tikrą adresatą.

Rekomenduojama įtraukti tiesioginės komunikacijos su tikslinėmis grupėmis kanalus. Masinės priemonės gali būti taikomos, tačiau nukreipiant pastangas į konkrečią tikslinę auditoriją – pvz., jei tikslinė auditorija yra kaimo gyventojai, jiems turėtų būti suformuota tikslinė žinutė ir parinktos atitinkamos priemonės – kaimo gyventojų skaitoma spauda ar žiūrimos televizijos laidos, parinktas atitinkamas transliavimo laikas.

Optimalių priemonių ir kanalų indikatoriai:

- Priemonių turinys ir forma parenkami pagal tikslinių grupių specifiką;
- Taikoma pakankamai tiesioginį dalyvavimą skatinančių priemonių (susitikimai, renginiai, konkursai);
- Viešinimui parinkti kanalai, orientuoti į tikslinių grupių prioritetus, poreikius, lūkesčius;
- Tiriamas priemonių ir kanalų efektyvumas bei grįžtamasis ryšys;
- Taikomos viešinio priemonės ir kanalai atitinka veiklos tikslus ir uždavinius.

VIEŠINIMO PLANO FORMA

Eil. Nr.	Projekto įgyvendinimo etapas	Komunikacijos/viešinimo tikslas	Komunikacijos kanalas/ veikla	Viešinimo apimtis	Fizinis rezultatas
1.	Projekto planavimas/ investicinio projekto rengimas; planuojama veiklos pradžia/ pabaiga	Šio etapo komunikacijos/viešinimo tikslas gali būti – nustatyti projekto veiklų poreikį, išsiaiškinti viešinimo plane įvardintų tikslinių grupių suinteresuotumą, paskatinti teigiamą požiūrį į planuojamą projektą, nustatyti poreikius ir pan.	Nurodyti ir pagrįsti pasirinktą komunikacijos kanalą (pvz. susitikimas su tikslinės grupės nariais jiems patogioje vietoje, viešinimo atributikos gamyba ir pan.)	Nurodyti planuojamą apimtį ir siekiamą rezultatą (pvz. ne mažiau nei 3 renginiai)	Nurodyti siekiamą rezultatą (pvz. vieno susitikimo dalyvių skaičius – ne mažiau nei 200 žmonių)
2.	Techninio projekto ar panašios paskirties dokumentacijos rengimas; planuojama veiklos pradžia/ pabaiga	Šio etapo komunikacijos/viešinimo tikslas gali būti – informuoti tikslines grupes apie projekto įgyvendinimo būdus, jų privalumus, paskatinti teigiamą požiūrį, paskatinti išsakyti savo poreikius.	Nurodyti ir pagrįsti pasirinktą komunikacijos kanalą.	Nurodyti planuojamą apimtį ir siekiamą rezultatą.	Nurodyti siekiamą rezultatą.
3.	Projekto įgyvendinimas (veiklų pradžia/ eiga/ užbaigimas); planuojama veiklos pradžia/ pabaiga	Šio etapo komunikacijos/viešinimo tikslas gali būti – viešinti projekto eigą, informuoti apie tikslinės grupės poreikių tenkinimą, komunikuoti bendrą projekto rezultatą.	Pranešimai spaudai; Straipsniai regioninėje ar nacionalinėje spaudoje, renginiai, konkursai ir kt. Informacinių/ nuolatinių aiškinamųjų stendų įrengimas.	Nurodyti planuojamą apimtį ir siekiamą rezultatą.	Nurodyti siekiamą rezultatą.

Biudžetas (pirkimo metu neskelbiamas)

Eil. Nr.	Viešinimo kanalas/ veikla	Apimtis	Rezultatas	Finansavimo poreikis (remiantis apklausų rezultatais)
1.	Susitikimų organizavimas, įskaitant visas reikalingas priemones	Pvz.: 3 vnt.	Pvz.: Informuoti ne mažiau nei 600 tikslinės grupės atstovų	Pvz.: 500 EUR x 3vnt.
2.	Viešinimo atributikos gamyba			
3.	Pranešimas spaudai			
4.	Projekto viešinimas internete			
5.	Televizija			
6.	Radijas			
7.	Straipsniai			
8.	Renginiai			
9.	Informacinio ir nuolatinio aiškinamojo įrengimas <i>(Pastaba. Numatoma Rangos sutartyse)</i>			
10.				
	Kt.			