



Iktatószám: Z/49-9/2020

Tárgy: ajánlatkérés

Tisztelt Ajánlattevő!

Az Interreg Danube Transnational Programme magyar kedvezményezettjei számára készült elszámolási segédlet alapján a Zala Megyei Területfejlesztési Ügynökség Közhasznú Nonprofit Kft. ajánlatot kér az Interreg Danube Transnational Programme forrásaiból támogatott „Danube REgion for improved Access and eMpowerment of ROmA Development” című, Dream Road rövid című, DTP3-383-4.1 azonosítószámú projekt keretében az alábbiak szerint:

A Dream Road projekt keretében tervezett digitális kommunikációs stratégia elkészítése a 4. számú mellékletben meghatározott feladat-meghatározás szerint.

Teljesítés ideje: kezdete a vállalkozási szerződés aláírásának napja, vége 2020. december 15.
A digitális kommunikációs stratégia első draft verziója benyújtásának határideje 2020. november 30. (előteljesítést Ajánlatkérő elfogad), a partnerség által kért esetleges módosítások elvégzésével együtt a végteljesítés határideje: 2020. december 15. Ajánlatkérő fenntartja a jogot a szerződés módosítására, amennyiben a pályázat végrehajtásának körülményei azt szükségessé teszik.

Az ajánlati ár és az ellenszolgáltatás teljesítésének feltételei:

Az ellenszolgáltatás kiegyenlítése 1 db számla alapján, 15 napos fizetési határidővel, átutalással történik. Ajánlatkérő a kifizetést a végleges dokumentum kézhezvételét követően, a vállalkozási szerződésben meghatározott feltételek szerint teljesíti.

Alkalmassági feltételek:

Ajánlattevő akkor alkalmas a szerződés teljesítésére, amennyiben vállalja a szolgáltatás fent jelzett időintervallumban történő I. osztályú teljesítését, amelyre vonatkozó nyilatkozatát ajánlatához csatolja a mellékelt formanyomtatványon (1. számú melléklet).

Ajánlattevő alkalmas a szerződés teljesítésére, amennyiben rendelkezik kommunikációval kapcsolatos dokumentumok elkészítése területén szerzett szakmai tapasztalattal. Az alkalmasság minimum követelménye legalább 1 db dokumentum elkészítése. Alkalmasság igazolása: a 3. számú melléklet szerinti formában vagy szakmai önéletrajz saját kezűleg aláírt példányának benyújtásával.

Az előírt alkalmassági követelménynek az ajánlattevő más szervezet (vagy személy) kapacitására támaszkodva is megfelelni.

Ajánlatkérő jelen ajánlatkérést az összeférhetetlenség, az átláthatóság, a diszkrimináció tilalma és az egyenlő elbánás elveivel összhangban folytatja le.

Ajánlattételi határidő:

2020. november 5.

Az ajánlat benyújtásának módja, címe:

Az ajánlatot 2020. november 5. 10 óráig személyesen vagy postai úton vagy elektronikus úton kell eljuttatni az Ajánlatkérőnek az alábbi címre: Zala Megyei Területfejlesztési Ügynökség

Közhasznú Nonprofit Kft., Kovács Helga részére, 8900 Zalaegerszeg, Kosztolányi u. 10., email: kovacs.helga@zalamegye.hu. Személyesen vagy postai úton történő benyújtás esetén a borítékon fel kell tüntetni az Ajánlattevő nevét, címét és az ajánlat tárgyát (*Digitális kommunikációs stratégia elkészítése a Dream Road projekt keretében*). Elektronikus úton történő benyújtás esetén az e-mail tárgyában fel kell tüntetni az ajánlat tárgyát (*Digitális kommunikációs stratégia elkészítése a Dream Road projekt keretében*).

Az Ajánlattevő az ajánlattételi dokumentációt az alábbi minimális tartalommal készítse el: hiánytalanul kitöltött „Ajánlattételi nyilatkozat” (1. számú melléklet), Összeférhetlenségi nyilatkozat (2. számú melléklet) valamint a Referencia nyilatkozat (3. számú melléklet) vagy szakmai önéletrajz saját kezűleg aláírt példánya.

Ajánlatkérő hiánypótlásra 1 alkalommal biztosít lehetőséget. Amennyiben az Ajánlattevő a hiánypótlási felhívásban foglaltaknak nem tesz eleget, ajánlata a hibás tartalmú vagy hiányosan kitöltött dokumentumok alapján kerül értékelésre. Ajánlatkérő felhívja Ajánlattevő figyelmét, hogy az 1. sz. melléklet (Ajánlattételi nyilatkozat) nem hiánypótolható.

Ajánlatkérő jelen eljárást a legfontosabb alapelvi rendelkezések, különösen az áruk szabad mozgása (az EK-Szerződés 28. cikke), a letelepedés szabadsága (43. cikk), a szolgáltatásnyújtás szabadsága (49. cikk), a megkülönböztetés-mentesség, az egyenlő bánásmód, az átláthatóság, az arányosság és a kölcsönös elismerés elve alapján folytatja le. Az alapelveket a beszerzési eljárás előkészítése, lefolytatása, a döntéshozatal, a szerződés megkötése, teljesítésének ellenőrzése és a szerződés esetleges módosítása során is alkalmazza.

Ajánlatkérő az eljárás során minden szükséges intézkedést megtesz annak érdekében, hogy elkerülje az összeférhetlenséget és a verseny tisztaságának sérelmét eredményező helyzetek kialakulását (2. számú melléklet).

Amennyiben a kiválasztott potenciális gazdasági szereplő alvállalkozót von be a teljesítésbe, úgy azt az ajánlatában is köteles jelezni. Amennyiben az alvállalkozók bevonása a szerződés teljesítése során válik szükségessé, úgy az csak a megrendelő részére való bejelentést követően lehetséges.

Ajánlatkérő tájékoztatja Ajánlattevőt, hogy az alvállalkozói szerződések tartalmának, összegének és kifizetésének ellenőrzése is tárgya lehet a költségek elszámolhatóságának, így az ellenőrzést végző szervezet azokat is jogosult ellenőrizni.

A szerződés teljesítése során létrejövő szerzői jog alá eső szellemi alkotások tekintetében Ajánlatkérő korlátlan és kizárólagos felhasználási jogokat szerez.

Egyéb: Az ajánlati kötöttség időtartama: 30 nap

Az ajánlattétellel kapcsolatban felmerülő esetleges kérdéseivel kérem, hogy Kovács Helga kapcsolattartóhoz szíveskedjék fordulni, tel.: 92/500-708, e-mail: kovacs.helga@zalamegye.hu.

Zalaegerszeg, 2020. október 29.

Tisztelttel:



Bali József
Bali József
ügyvezető

AJÁNLATTÉTELI NYILATKOZAT

„Digitális kommunikációs stratégia elkészítése a Dream Road projekt keretében” tárgyú
ajánlatkéréshez

Ajánlattevő neve:	
Székhelye:	
Levelezési cím:	
Cégjegyzésre jogosult / hivatalos képviselő:	
Kapcsolattartó:	
Cégjegyzékszám / E.V. / egyéb nyilvántartási szám:	
Adószám:	
Telefon:	
E-mail:	

Alulírott, mint a(z) cégjegyzésre jogosult képviselője a Zala Megyei Területfejlesztési Ügynökség Közhasznú Nonprofit Kft. által a Dream Road című, DTP3-383-4.1 számú projekt keretében kiírt „Digitális kommunikációs stratégia elkészítése a Dream Road projekt keretében” beszerzésre irányuló ajánlatkéréshez kapcsolódóan nyilatkozom, hogy az ajánlatkérés tárgyát képező szolgáltatás tekintetében rendelkezem a szükséges humán és technikai erőforrásokkal és vállalom az I. osztályú teljesítést az alábbi összegért:

Feladat:

1 db digitális kommunikációs stratégia nettó egységára (EUR)	1 db digitális kommunikációs stratégia áfa (EUR)	1 db digitális kommunikációs stratégia bruttó egységára (EUR)

Nyilatkozom, hogy a feladat teljesítését alvállalkozó bevonásával látom el:
Igen / Nem ¹

¹A megfelelő választ kérjük aláhúzni.

Jelen Ajánlattételi nyilatkozat aláírásával ezúton, mint az Ajánlattevő cégjegyzésre jogosult képviselője kijelentem, hogy az ajánlatkérésben és mellékleteiben foglalt valamennyi formai és tartalmi követelmény, utasítás, kikötés és leírás gondos áttekintésével valamennyi feltételt megismertük, megértettük és azokat elfogadjuk.

Kelt , 2020.

.....
Ajánlattevő aláírása

Összeférhetlenségi nyilatkozat

„Digitális kommunikációs stratégia elkészítése a Dream Road projekt keretében” tárgyú
beszerzési eljárásban

Ajánlattevő hivatalos neve:

.....

Hivatalos címe:

.....
.....

Hivatalos jogi formája (csak a jogi személyek vonatkozásában):

.....
.....

Alulírott nevében aláírásra jogosult képviselőként
felelősségem tudatában kijelentem, hogy:

- a) ajánlattevő nem áll csődeljárás vagy felszámolás alatt, büntetőjogi eljárás nem folyik ellene, nem kötött megállapodást hitelezőkkel, üzleti tevékenységét nem függesztették fel, ilyen ügyekben nem vonták eljárás alá, illetve nincs a nemzeti jogszabályokban vagy rendeletekben előírt hasonló eljárásból eredő bármely hasonló helyzetben;
- b) ajánlattevővel vagy a felette képviseleti, döntéshozatali vagy kontroll jogkörrel rendelkező személyekkel szemben egyetlen tagállam illetékes hatósága sem hozott res iudicata hatályú ítéletet szakmai kötelelességszegéssel kapcsolatos bűncselekmény miatt;
- c) ajánlattevő nem követett el súlyos szakmai kötelezettségszegést, amelyet az ajánlatkérő bármely, általa igazolhatónak tekintett módon megállapíthat;
- d) ajánlattevő eleget tett a társadalombiztosítási járulék- vagy adófizetési kötelezettségeinek a székhelye szerinti vagy a szerződő hatóság országának, illetve annak az országnak a jogi rendelkezéseivel összhangban, ahol a szerződés teljesítendő;
- e) ajánlattevővel vagy a felette képviseleti, döntéshozatali vagy kontroll jogkörrel rendelkező személyekkel szemben csalás, korrupció, bünszervezetben való részvétel, pénzmosás vagy bármely más – az Európai Unió pénzügyi érdekeit sértő – illegális tevékenység miatt nem született res iudicata hatályú ítélet;
- f) ajánlattevő nem áll az ajánlatkérő által a költségvetési rendelet 109. cikkének (1) bekezdésével összhangban kiszabott közigazgatási szankció alatt.

Vállalom, hogy rendelkezésre bocsátom a tőlem kifejezetten kért dokumentumokat.

Az aláíró tudomásul veszi, hogy nem ítélné oda szerződések olyan ajánlattevők részére, akik a (köz)beszerzési eljárás során:

- (1) a szerződéssel kapcsolatosan összeférhetlenségi helyzetben vannak; összeférhetlenségi helyzet állhat fenn gazdasági érdek, politikai vagy nemzeti hovatartozás, családi vagy érzelmi okok vagy bármely más, a kedvezményezettrel közös érdek miatt;

- (2) a beszerzési szerződésben való részvételük érdekében az ajánlatkérő számára hamis nyilatkozatokat tettek vagy hamis információkat adtak meg, vagy egyáltalán nem adták meg ezeket az információkat,
- (3) a beszerzési eljárásból történő kizárást maga után vonó, a költségvetési rendelet 106. cikke (1) bekezdésében rögzített tényállások (a fent meghatározott a)–f) esetek) egyike alá tartoznak.

Továbbá alulírott büntetőjogi felelőssége tudatában kijelenti, hogy:

- az ajánlattevő haladéktalanul tájékoztatja az ajánlatkérőt minden összeférhetlenségi helyzetről, illetve minden olyan helyzetről, amely összeférhetlenséghez vezethet;
- az ajánlattevő semmilyen pénzübeli vagy természetbeni előnyt semmilyen féltől, illetve félnek nem adott és nem ad, ilyenre nem törekedett és nem törekszik, azt nem próbált és nem próbál megszerezni, nem fogadott el és nem fogad el, ha az törvénytelen gyakorlatnak minősül, illetve közvetve vagy közvetlenül a megvesztegetés körébe tartozik, s amennyiben azt a szerződés odaítélésével vagy teljesítésével kapcsolatban juttatásként vagy jutalomként kapná.

Kelt , 2020.

.....
Ajánlattevő aláírása

Referencia nyilatkozat

„Digitális kommunikációs stratégia elkészítése a Dream Road projekt keretében” tárgyú
beszerzési eljárásban

1. A szerződést kötő másik fél megnevezése, címe:

2. A teljesítés adatai:

a. A szerződés (szolgáltatás) tárgya:

b. A teljesítés ideje (kezdő és befejező időpont):

c. A szerződés mennyisége vagy az ellenszolgáltatás nettó összege:

.....

3. Nyilatkozat arról, hogy a teljesítés az előírásoknak és a szerződésnek megfelelően történt-e:

.....

Kelt....., 20.... hó napján.

.....
Ajánlattevő aláírása

Projekt rövid bemutatása

Projekt címe: Danube REgion for improved Access and eMpowerment of ROmA Development

Projekt rövid címe: DREAM ROAD

Projekt azonosítószáma: DTP383

Projekt célja:

Az Európában élő 10-12 millió roma életét főként a szegénység és a társadalmi egyenlőtlenségek határozzák meg. A rossz életkörülmények és a nagyfokú kirekesztettség – főként a foglalkoztatás, egészségügy, oktatás, lakhatás területén – rányomja bélyegét a mindennapjaikra. A projekt célja a romák felzárkóztatása, digitális, információs és funkcionális készségeik fejlesztése, melyet különféle módszerekkel (tanulási laborokkal, virtuális know-how platformokkal, kompetencia fejlesztését célzó tréningekkel) valósítanak meg.

A projekt során minden partner létrehoz egy regionális érintetti (stakeholder) csoportot, amelynek tagjai aktívan közreműködnek a tevékenységek végrehajtásában. E csoportba bevonhatók a roma közösségek, releváns közintézmények, önkormányzatok és helyi közösségek, akik számára különféle eszközök és képzések segítik az együttműködés kialakítását, a feladat összetettségének megértését, a közös megoldások kidolgozását, a hatékony kommunikációt és a roma közösség szerepének, részvételének növelését.

A projekt az INTERREG Duna Transznacionális Program keretében, az Európai Unió (ERFA, IPAII, ENI-MD, ENI-UA) társfinanszírozásával valósul meg.

A magyar partner részvétele a projektben a Magyar Állam társfinanszírozásával valósul meg.

Projekt költségvetés: 1,686,875.00 Euro

ERFA forrás: € 1,433,843.75 Euro

Projekt időtartama: 2020.07.01. – 2022.12.31.

Műszaki-szakmai tartalom

Digitális kommunikációs stratégia elkészítése

A Dream Road projekt digitális kommunikációs stratégiájának a célja, hogy segítse a projekt fő célkitűzésének a megvalósítását, széles körű nyilvánosságot biztosítson a projekttevékenységeknek és azok eredményeinek, illetve hatékony digitális kommunikációs csatornát hozzon létre, a kedvezményezett partnerek és az elérendő célcsoportok között. A digitális kommunikációs stratégia támogatást nyújt a projektcél eléréséhez: a romák mint célcsoport, digitális felkészültségének, készségeinek a növeléséhez. Továbbá hozzájárul a romákkal foglalkozó szervezetek és a romák közötti online kommunikáció javításához, fejlesztéséhez. A kommunikáció fő szerepe, hogy olyan vonzó online tartalmak kerüljenek megjelenítésre a megfelelő közösségi platformok kiválasztásával, amelyek felkeltik a célcsoportok érdeklődését, valamint elköteleződést hoznak létre a projekt, mint brand iránt, mindezt maximalizált költséghatékonyság mellett.

Ajánlattevőtől elvárt feladatok:

- Digitális kommunikációs terv kidolgozása angol nyelven.
Terjedelem: kb. 15 oldal amibe nem számolandó a bevezető, a borító, a tartalom- és irodalomjegyzék. Montserrat Regular betűtípussal, 12-es betűmérettel, 1,5-ös sorközzel írandó. (Margók mérete: 2,5 cm.)
A kidolgozáshoz figyelembe kell venni az 5. számú mellékletben foglaltakat.

A kommunikációs terv felépítése tartalmazza az alábbi pontokat:

- Bevezető a digitális kommunikációs stratégiáról (az 5. számú mellékletben foglaltak bővebb kifejtése).
- Digitális kommunikációs célok meghatározása, ezek lehetnek például:
 - a projekt népszerűsítése az online felületeken,
 - figyelemfelhívás a projekt célkitűzéseivel, tevékenységeivel és hatásaival kapcsolatban,
 - az Európai Unió szerepének hangsúlyozása a projekt megvalósulásában, információszolgáltatás az érdekelt felek és nyilvánosság számára
 - átláthatóság biztosítása az uniós források felhasználásánál
 - belső kommunikáció elősegítése a projektpartnerek között
 - minőségbiztosítás a Duna projektek kivitelezésében, stb.
- Célcsoportok, érdekelt felek meghatározása és elérésük módja
 - a pályázati formanyomtatvány alapján, táblázatba foglalva (7. számú melléklet),
 - milyen digitális kommunikációs csatornákon keresztül lehet az egyes célcsoportokat elérni, pl.: hírlevelek
- A digitális kommunikáció fő eszközeinek és platformjainak meghatározása/bemutatása, célok, előnyök kifejtése egyenként
 - javaslatétel a közösségi média felületekre (legalább 2 platform meghatározása, pl.: Facebook, Instagram, stb. – bejegyzések gyakoriságának meghatározása, néhány ötlet/javaslat, amitől színesebbé/vonzóbbá lehet tenni a posztokat. A bejegyzéseket a kommunikációért felelős partner készíti el a digitális

- kommunikációs stratégiában meghatározott gyakoriság szerint. Bármely projektpartner szolgáltathat anyagot, illetve képeket a posztok megírásához.)
- hírlevelek (ezek látványfejlesztéséhez, grafikai megtervezéséhez koncepció kidolgozása. A hírleveleket a Kommunikációért felelős munkacsomag vezetője készít el angol nyelven, amely aztán az online csatornákon keresztül megosztásra kerül. Minden időszakban egy hírlevél kerül kiadásra.)
 - a projektnek saját weboldal jött létre (lsd.: <http://www.interreg-danube.eu/approved-projects/dream-road>)
 - minden partner a saját szervezeti/intézményi weboldalán aloldalt hoz létre a projektnek, és megosztja azon az aktuális információkat, illetve feltünteti a projekt hivatalos weboldalának elérhetőségét is,
 - multimédia használata (népszerűsítő videók készítése – minden partner helyi szinten készít egy videót, amely minimum 15 másodperces, és maximum 3 perces lehet – összesen 15 videó készül a projektpartnerek száma alapján)
 - Útmutató kidolgozása a digitális kommunikációhoz, amelynek tartalmaznia kell az alábbiakat:
 - digitális jelenlét és tartalomgyártás szabályozása
 - projektpartnerek szerepe a tartalomgyártásban
 - visszajelzések monitorozása és kezelése
 - bejegyzések/hírek készítése a célcsoportokra
 - a DTP logók és kötelező arculati elemek, információk feltüntetése minden projekthez készülő kreatív anyagon – ezeket Ajánlatkérő biztosítja
 - a projekt üzenetéhez szorosan kapcsolódó hashtag-ek kidolgozása, amelyek alkalmazásra kerülnek a közösségi felületeken
 - digitális kommunikáció felügyelete, partnerek együttműködése az online tartalmak létrehozásában, stb.
 - A projektpartnerek szerepe és felelőssége
 - pl.: dinamikus, érdekes, figyelemfelhívó tartalmak gyártása meghatározott időszakok szerint

Továbbá:

- Költségterv és ütemterv összeállítása az egyes digitális kommunikációs tevékenységekkel kapcsolatban
- A pályázati formanyomtatvány Kommunikáció munkacsomagjában rögzített célértékek figyelembevétele, az egyes kommunikációs tevékenységek ütemezésekor (Kommunikációs munkacsomag tartalma a 6. számú mellékletben)
- Az Ajánlattevő a projekt kötelező arculati elemeit, az Interreg Danube Transnational Programme előírásainak megfelelően alkalmazza, amely dokumentumot Ajánlatkérő biztosít.
- Az Ajánlattevő vállalja, hogy a digitális kommunikációs stratégia kialakítását az Interreg Danube Transnational Programme DTP COMMUNICATION TOOLKIT FOR PROJECTS dokumentum irányelvei szerint végzi, amely a <http://www.interreg-danube.eu/> oldalon elérhető PDF formátumban.

Ajánlattevő nyertessége esetén vállalja, hogy a digitális kommunikációs terv kidolgozása során szorosan együttműködik Ajánlatkérővel.

Teljesítés ideje: A digitális kommunikációs stratégia első draft verziója benyújtásának határideje 2020. november 30. (előteljesítést Ajánlatkérő elfogad), a partnerség által kért esetleges módosítások elvégzésével együtt a végteljesítés határideje: 2020. december 15.

1. About the digital communication concept plan

This digital communication concept plan is designed to assist the DREAM ROAD project partnership in achieving their overall objectives and disseminate project activities and outputs widely to potential beneficiaries and interested parties.

The DREAM ROAD project partnership is fully aware of the importance of digital communication tools, especially in regard to the ability to reach wider audiences quickly and effectively, maximizing cost-efficiency and engagement of target groups (interaction). In particular, effective engagement of stakeholders, increasing understanding of the project and its objectives as well as demonstrating successes of the project online is gaining importance with the current COVID-19 epidemiological situation. Within the project, the role of the digital communication is thus to create compelling content that will attract audiences and support the partnership through increased involvement of target groups and beneficiaries.

2. Digital communication objectives

3. Target audience

4. Key tools and digital platforms for digital communication

4. 1. Social media platforms

The project will engage audiences through two social media accounts:

a. Facebook

b. Instagram

4. 2. Newsletter

Project newsletters are a mandatory part of the project. All newsletters are available on the project website with a possibility of subscribing to the newsletter. Responsible partner for the production of the newsletter is the WP Communication responsible partner in coordination with the lead partner. Project partners are obliged to disseminate the newsletters to their stakeholders and beneficiaries. Partners are encouraged to translate the newsletter into their languages.

4. 3. Project website

a. Joint project website

For the purposes of accessibility of project-related information on a central platform during the project implementation phase and after its conclusion a project website was created within the Interreg DTP website. Project partners will gather and make available reached objectives, implemented outputs and activities that are relevant to the public.

<http://www.interreg-danube.eu/approved-projects/dream-road>

b. Project partner websites

5. Guide to DREAM ROAD digital communication

- digital engagement and content creation should be planned and target groups taken into consideration
- project partners should put an effort into building, growing and managing online communities, just posting information is insufficient
- pay close attention to feedback
- adapt messages to the target group
- inclusion of logos and other required information,
- jointly agreed-upon hashtag – to be discussed by PPs

- monitoring of digital communication
- handling feedback

6. Roles and responsibilities of project partners

- to provide dynamic, engaging and interesting content at regular agreed-upon intervals

7. Timeframe

Dream Road kommunikáció munkacsomag:

WP Description:

Meaningful impact of integration initiatives and success of their implemented solutions rely heavily on engagement with local communities, Roma, relevant stakeholders and bodies at the trans-/national level. Deeply rooted mistrust, sense of frustration due to lack of progress and severe lack of dialogue contribute to the acute need for targeted successful communication. The underlying document of the WP C is the communication strategy, detailing communication objectives, key messages to be communicated, approaches, channels and other activities. The strategy mirrors the complexity engaging varied group of actors, from Roma, general public, relevant stakeholders to experts and policy makers. The WP responsible partner is obliged to monitor the implementation of the document jointly outlined by all PPs and was selected for leading the WP due to its experience of uniting stakeholders from diverse backgrounds in numerous projects for socio-economic development and human resource development (Interreg DTP, CE). DREAM ROAD emphasizes communication through both traditional means (press conferences, articles, publications, events) and contemporary set of digital activities (multimedia, social media). Because our target groups are so distinct, both approaches are required.

Special emphasis is on the involvement of all PPs' existing online platforms and networks and a positive representation of project activities and outputs showcased through regular posting of photographs, videos etc. PPs are all established and valued actors in their environments with years of experience in their respective fields. For purposes of achieving desired echoing of project results, this is vital. As are the PPs existing regional, national and transnational networks. The partnership commits to utilizing these networks to promote project results and spark changes in attitude and behaviour, knowledge, perspective and general awareness.

Activity A.C.1: Start-up activities including communication strategy

Activity Description:

Start-up activities include underlying modes of external communication.

Communication Plan and Knowledge Sharing Strategy assists the partnership in reaching project objectives and serves as a guideline to inform, engage and persuade target audiences. It ensures harmonized, sustainable and integrated project communication. The strategy, prepared by PP USI / WP C responsible partner, includes: objectives of communication, target groups, key messages and communication activities, time schedule, budget and evaluation.

Project visuals are provided by the Interreg DTP, PP USI / WP C is responsible for their coordination with the project and integration.

Media info-kit and thematic articles are key in reaching project sufficient audiences. Media info-kit includes project information, photographic material. Additional thematic articles are made or commissioned by all PPs.

Project poster format is provided, additional project alterations are made by PP USI / WP C responsible partner. As is the design of the roll-up.

Mid-term communication report will assess the impact of communication activities. Based on the results, the Communication Plan may be updated. PP USI will prepare reports and

assessments, based on PP inputs. PP USI will also compile a final report on communication, referring to the whole project period.

The activity is monitored by PP USI. All PPs contribute.

Deliverable D.C.1.1

Communication Plan and Knowledge Sharing Strategy

Communication Plan and Knowledge Sharing Strategy serves as the project communication plan, a guideline to inform target audiences (general public, end-users, target groups, policy makers etc). The strategy includes: communication objectives, key messages, communication activities, time schedule, budget and evaluation of said activities.

Implementation is carried out by PP USI.

Target Value: 1

Delivery month: 2020 September

Deliverable D.C.1.2

Creation and implementation of project visuals

Project visuals as provided by Interreg DTP will be modified if needed by the PP USI / WP C responsible partner in accordance with programme rules. Additional visuals in accordance with programme rules will be created, if needed. PP USI / WP C responsible partner is to carry out the deliverable.

Target value: 1

Delivery month: October 2020

Deliverable D.C.1.3

Media info-kit with thematic articles

Media info-kit and thematic articles are key in reaching project sufficient audiences. Media info-kit includes project information, photographic material. Additional thematic articles are made or commissioned by all PPs.

Media info-kit is compiled by PP USI. It is shared by all PPs.

Thematic articles are a part of the media info kit. They are prepared or serviced by each PP.

Target value: 1

Delivery month: November 2022

Deliverable D.C.1.4

Project roll-up, poster

Project roll-up and poster is designed on the basis of provided Interreg DTP materials. Deliverable is carried out by PP USI.

Target value: 1

Delivery month: August 2020

Deliverable D.C.1.5

Mid-term and final communication report

Mid-term and final communication reports with regard to communication are prepared by PP USI. Communication reports evaluate success in reaching target audiences, transmitting key messages, reaching communication objectives.

Target value: 2

Delivery month: November 2022

Deliverable D.C.1.6

Internal dissemination and knowledge sharing plan

A 15-member partnership from 10 countries, supported by an extensive number of ASPs, can cooperate successfully and work towards a joint goal only under the condition that all relevant

information and knowledge is communicated regularly. WP responsible partner will devise an internal dissemination and knowledge-sharing plan. The plan provides a clear roadmap for consistent communication. WP responsible partner ensures regular communication among PPs and clear distribution of responsibilities according to the work plan. WP responsible partner takes responsibility for establishing tools and procedures that keep PPs engaged and informed (regarding all activities carried out by PPs, project updates, budget changes, suggestions for additional activities – e.g. social media etc.). It is key that all PPs are kept informed about the current state of the project AT ALL TIMES and that all relevant information is available to them (ONLINE-AVAILABLE DOCUMENTS).

Internal communication is traceable, the main channels are email (1 newsletter / month), online video call tools (all PPs, WP leaders, quality board members etc). Filesharing is used to upload files, categorize, track versions and share working documents and deliverables. WP C responsible partner, supported by LP, must ensure that internal communication is done efficiently and regularly. PP devise a timeplan for internal communication activities, channels and frequency of communication. Information-sharing channels are proposed by the WP responsible partner and agreed upon by PPs, dates are agreed-upon by PPs. Agendas are prepared by the WP responsible partner, as are meeting minutes.

Target value: 1

Delivery month: November 2020

Activity A.C.2: promotional material

Activity description:

Promotional material is developed and produced in order to further project objectives in terms of promotion of the project, its objectives, outputs. It is disseminated among target audiences.

The activity includes: promotional material for dissemination (small promotional items) at events the PPs are participating at. Learning LAB promotional kits are disseminated among users of LEARNING LABS. Promotional kits for training attendees

The activity is carried out by all PPs.

Promotional material for target groups incl. game kits, promotional kits for event/training attendees, other awareness raising promotional items. Recycled and recyclable items are chosen by PPs.

Deliverable D.C.2.1

Promotional material for project dissemination

Promotional material for project dissemination are small promotional items disseminated at project and other events, intended for purposes of promoting project activities (USBs, totes, pens etc).

15 sets are produced by all PPs. 1 / PP

Target value: 15

Delivery month: November 2021

Deliverable D.C.2.2

Learning LAB promotional kits

LEARNING LAB promotional kits are disseminated at the LEARNING LAB. They serve the purpose of promotion, support in implementation and strengthening the sense of a community space. Support in implementation includes items that are beneficial in the process of implementation but attendees may not have the means of purchasing them (pens, notepads, USBs etc).

15 sets of promotional kits are produced by all PPs. 1 / PP

Target value: 15

Delivery month: November 2021

Deliverable D.C.2.3

Promotional kits for training attendees

Promotional kits for training attendees are promotional items disseminated at WP T3 trainings. They include folders, notepads, pens and other items that can be used at the trainings.

15 sets are produced by all PPs, 1 / PP.

Target value: 15

Delivery month: November 2022

Activity A.C.3: publications

Project description:

Publications incl. leaflets, brochures (special emphasis is placed on their availability in digital form) are intended for promotional and informative purposes.

Publications are printed by all PPs and disseminated by all PPs at promotional events.

Design by PP RIS.

Deliverable D.C.3.1

Project-start leaflet with key infographics

The project leaflet will be general promotional material for awareness raising activities translated into all project national languages. 300 pieces produced by each partner.

Target value: 4500

Delivery month: August 2020

Deliverable D.C.3.2

Final project brochure

Final project brochure summarizes results, pilots and policy recommendations.

Printed by all PPs (200 copies / PP).

Target value: 3000

Delivery month: August 2022

Deliverable D.C.3.3

LEARNING LAB brochure

LEARNING LAB brochures will provide information on LEARNING LABS as good practice examples with their objectives. They will be published online and in print. Added value is provided through a partial translation of the brochure into the ROMANI language, spoken in the region. The brochure addresses the Roma, content is both informational and motivational - the aim is to inform target users about the LEARNING LAB and stimulate them to visit.

LEARNING LAB brochures will be printed by all implementing PPs (150 per PP).

Target value: 2250

Delivery month: June 2022

Activity A.C.4: public events

Project description:

Public events are organised and attended by all PPs. Public events serve the purpose of dissemination and transfer of project results - engagement of target groups. Opening and ending events are two broadest public project events, organised in Rakičan (SI) by LP and Zalaegerszeg (HU) by PP ZMTÜ. All PPs prepare under the guidance of WP responsible partner a documentation of planned cross-fertilization events / opportunities. PPs are encouraged to present the project at events at the local / regional / national / EU levels. D.C.4.2 is a document

in which all PPs plan to participate at existing events organized in their community or at a wider level. Media relations include press conferences, 1 / period.

Deliverable D.C.4.1

Opening and closing events

At project level, in addition to small-scale lab events, two major events will be organized.

Opening event - at the location of the LP in Rakičan, Slovenia.

Closing event - at the location of PP ZMTÜ in Zalaegerszeg, Hungary.

Participation of ASPs, RSGs and TSG, attendance of national authorities, competent agencies and other relevant bodies is sought. Opening events are intended to bring people around one table that normally don't sit together. This will change mindsets, discourse, paradigms.

Events are supported by media coverage - press conferences. Thematic articles support implementation of the deliverable.

Events are promoted by all PPs through their existing networks, newsletters, invitations etc.

Target value: 2

Delivery month: August 2022

Deliverable D.C.4.2

Documentation on cross-fertilization opportunities/events

At project start (1st period) each PP prepares a list of events taking place at the local / regional / national level. These are existing events organized by the local community, at the regional or national level. Special emphasis is laid on EU events. Included are public events, conferences, events that commemorate days of special importance to the Roma community.

It is recommended that each PP combines general public events, expert events (conferences), Roma events.

Each partner attends 1 of these events / period.

PP can also organize such events for the public or represent DREAM ROAD at their own events intended for the general public.

The WP C responsible partner also explores possibilities of cooperation with existing EU projects and programmes and participation at events or possible cooperation in other forms. These opportunities are summarized within the joint Documentation of cross-fertilization events and opportunities.

Target value: 1

Delivery month: August 2020

Deliverable D.C.4.3

Targeted public dissemination events

As laid out by D.C.4.3, each PP will promote the DREAM ROAD project at 1 event / period. These are events for the general public or relevant stakeholders. They can be organized by PPs themselves or by other agents. A dedicated DREAM ROAD event - Agenda 2020 - will take place, organized by PP VHS Roma, to promote project results.

Target value: 90

Delivery month: August 2022

Deliverable D.C.4.4

Press conferences

Within the scope of the project, 1 press conference is prepared per project period. Press conferences are organized by SC meeting hosts (LP / PP RIS, PP AMALIPE, PP USI, PP KHC, PP NEVO) + at the closing event hosted by PP ZMTÜ.

Target value: 6

Delivery month: August 2022

Deliverable D.C.4.5

Cross-fertilization seminar and round table

Partnership relies on experience of its partners in numerous similar cross-border/transnational initiatives, PPs represent Roma communities in their respective regions, countries and EU-wide. They are often consulted by independent monitoring bodies funded by the EU Commission and in procedures of national strategy development. DREAM ROAD seeks synergies between previous and ongoing thematically relevant projects/capitalises on results of present and previous initiatives, creating a higher leverage effect and filling existing knowledge gaps. To this aim, 2 events will be held with thematic focus relevant to DREAM ROAD. Events bring together projects with complementary topics (if possible, results of similar projects are presented at the location of the event or through contemporary online tools) at the cross-border or transnational levels, ongoing or past (project RARE, ROMABIZ) as well as other EU initiatives (Roma Integration 2020 project impl. by the Regional Cooperation Council, ROMACTED project of EU DG NEAR and the Council of Europe). 1st: ROMA EDUCATION seminar (2nd PERIOD) held by PP AMALIPE. PP is at the intersect of civil society and policy making (the PP works with a network of 170 schools with the objective of dropout-rate decrease, introducing intercultural education, raising educational status of Roma). Covid-19-related challenges to education are addressed. The event brings together stakeholders from different backgrounds, strengthen thematic networks and make impact on policy making processes through encouraging wider take-up of project outcomes (presentation of past projects).

2nd: AGENTS OF CHANGE round table(5th PERIOD). PP NEVO hosts a round table with beneficiaries from previous projects (3 selected Roma-inclusion projects), policy makers, representatives of civil societies. Main concern of the cross-fertilization event is learning from past successes and mistakes and devising plans on how to make LASTING impact.

Target value: 2

Delivery month: November 2022

Activity A.C.5: digital activities

Project description:

Digital activities inc. a digital communication concept plan, newsletters, social media posts and profiles and multimedia (presentational videos), regular project site updates.

PPs are aware of the importance of digital communication of project results. PPs own digital presence will be utilized for the purposes of project promotion. Digital communication plan will be devised by PP ZMTÜ. Digital communication plan outlines project online presence, exchanges and monitoring of online presence. It determines min. frequency of online promotion, its impact, exchanges among PPs.

Newsletters are prepared by WP C responsible partner in English. They are disseminated through promotional channels, online project website and through existing PP networks. Reception is monitored by PPs if possible. Newsletters summarize project implementations but seek to include general information relating to Roma.

Social media profiles and posts will be prepared by the WP C responsible partner. Two major social media sites will be jointly selected by PPs to promote project activities. In addition, all PPs will promote the project within their own existing networks. Social media management is in line with the digital communication plan and is managed by the WP C responsible partner. All PPs contribute relevant information and media, such as photographs.

Deliverable D.C.5.1

Digital communication concept plan

Digital communication plan outlines project online presence, exchanges and monitoring of online presence. It determines min. frequency of online promotion, its impact, exchanges among PPs. Digital communication plan will be devised by PP ZMTÜ.

Target value: 1
Delivery month: August 2020

Deliverable D.C.5.2

Newsletters

Newsletters are prepared by WP C responsible partner in English. They are disseminated through promotional channels, online project website and through existing PP networks. Reception is monitored by PPs if possible. Newsletters summarize project implementations but seek to include general information relating to Roma.

A minimum of 6 (1/project period) is expected.

Target value: 6

Delivery month: August 2022

Deliverable D.C.5.3

Social media posts and profiles

Social media profiles and posts will be prepared by the WP C responsible partner. Two major social media sites will be jointly selected by PPs to promote project activities. In addition, all PPs will promote the project within their own existing networks. Social media management is in line with the digital communication plan and is managed by the WP C responsible partner. All PPs contribute relevant information and media, such as photographs.

Target value: 2

Delivery month: August 2020

Deliverable D.C.5.4

Promotional videos

Promotional videos are prepared by all PPs. Promotional videos are marked by local character. The length ranges from 15 sec to 3 min.

The purpose of promotional videos is their posting online for the purposes of informing the public.

Target value: 15

Delivery month: August 2022

Célcsoportok

Target Groups	Description	Target Value
higher education and research	Higher education and research facilities will be included in WP T1 analyses and development of the participation toolbox in form of consultations. In WP T2 we will work alongside higher education and research institutions in order to develop WP T2 pilots of digitalisation, LEARNING LABs and respective curricula.	15
education/training centre and school	Education/training centres and schools will be invited to participate in the implementation of T2 LEARNING LABs.	30
General public	General public will be informed of the DREAM ROAD project results via digital promotion (newsletters, social media), at general WP C public events, at LEARNING LAB open door events, at WP T3 competence development trainings etc. This also includes trained individuals within LEARNING LABs.	10
Other	SMEs and sectoral agencies will also be invited to participate in WP C events, WP T3 trainings, OPEN LAB events etc.	15
local public authority	Local public authorities will be included in WP T2 LEARNING LAB development and in WP T3 trainings. Local public authorities are considered a vital group for the DREAM ROAD partnership.	30
regional public authority	Regional public authorities will be included in WP T2 LEARNING LAB development and in WP T3 trainings. Local public authorities are considered a vital group for the DREAM ROAD partnership.	10
national public authority	National public authorities will be informed of implementation and DREAM ROAD results on a regular basis. Relevant national authorities are predominately ministries that cover the fields of education, work, social work, family etc. National public authorities will be informed and invited to events. LP has also gained the support of the competent national ministry that will support project implementation.	10
sectoral agency	Sectoral agencies in the field of employment will be invited to participate in LEARNING LAB and other WP C events. They will be consulted in curriculum development and in preparation of the T1 needs assessments.	7
interest groups including NGOs	Interest groups representing Roma and other minority groups (for purposes of transferring developed practices to other areas) will be invited to participate in project implementation. Involvement of interest groups representing Roma is essential in all stages of DREAM ROAD - this is in all WPs. Especially because representatives can act as mediators / facilitators.	50
business support organisation	Business support organisations (chambers) will be informed of project results and invited to participate in LEARNING LABs and other events.	10
SME	SMEs will be notified of project results and implementations. They will be invited to participate at LEARNING LAB events.	15