

Communicatierichtlijnen voor concrete acties van strategisch belang en projecten met een totaal volume > € 5 miljoen

(deze vereisten zijn van toepassing naast de vereisten die zijn vermeld in het infoblad communicatie¹ en vervangen deze niet)

Als uw project als strategisch is aangemerkt of een totaal volume heeft van meer dan € 5 miljoen, behoort u tot een geselecteerde groep projecten van bijzonder belang. Deze twee bijzondere soorten projecten vereisen aanvullende informatie voor de Europese Commissie. Zo moeten volgens de verordeningen projecten met totale kosten van meer dan € 5 miljoen een communicatie-evenement of -activiteit organiseren. Ook moeten projecten van strategisch belang (Engels: **Operations of Strategic Importance**, afgekort: OSI's) en hun communicatieactiviteiten en -maatregelen aan de Europese Commissie worden voorgelegd.

Criteria voor strategische projecten

Onder strategische projecten verstaan we projecten die bijdragen aan het versterken van de grensregionale kracht op het gebied van de gekozen doelstellingen. De criteria die worden gehanteerd voor het bepalen van de projecten van strategisch belang zijn:

- ▀ De projecten komen tot stand in partnerschap en kennen een relevant consortium,
- ▀ De projecten leveren een significante bijdrage aan de resultaat- en outputindicatoren van het programma en kennen een substantiële omvang (TSK minstens € 1.000.000),
- ▀ De projecten leveren een zichtbare maatschappelijke impact,
- ▀ De projecten zijn een toonbeeld van samenwerking met een brede doelgroep in en tussen regio's binnen het programmagebied.

Bij zichtbare maatschappelijke impact kan bijvoorbeeld gedacht worden aan directe toepassing van oplossingen, betrokkenheid van gebruikersgroepen of burgers, tastbare faciliteiten voor het grensoverstijgend samenwerken die ook zichtbaar kunnen worden gemaakt in de communicatie over het project.

¹ https://deutschland-nederland.eu/wp-content/uploads/2024/06/240625-INFOBLATT_communicatie- NL.pdf

Aanpak strategische projecten

Vereisten van de Europese Commissie:

- EU-vlag en verwijzing naar subsidie moeten altijd zichtbaar zijn (d.w.z. projectlogo, logo's van cofinanciers en tekstuele verwijzing), zie Infoblad communicatie²
- Europese Commissie moet 4 weken van tevoren worden geïnformeerd over communicatieactiviteiten³, daarom: uitnodigingen en publicaties uiterlijk 5 weken van tevoren doorsturen naar de projectcoördinator bij het RPM. De Europese Commissie streeft ernaar om deel te nemen aan projectevenementen en een bijdrage te leveren (bijv. in de vorm van een presentatie/toespraak). Indien de deelname van een vertegenwoordiger van de Europese Commissie niet mogelijk is, wordt in ieder geval geprobeerd om een bijdrage te leveren in de vorm van een citaat voor het persbericht van het project.
- Eén keer per maand een update geven over geplande communicatieactiviteiten en -maatregelen (bijv. in de vorm van een lijst, eventueel met publicaties, die wordt gezonden aan de projectcoördinator bij het RPM)
- Externe communicatie (en materiaal) van het project delen met de Europese Commissie (ook hier doorsturen naar de projectcoördinator bij het RPM)
- Gebruik van hashtags verplicht: #cohesionpolicy, #interreg
- Aanbeveling van de Europese Commissie: meer communicatie, bijv. in de vorm van korte video's ("spots"), voor communicatieverplichtingen zie Infoblad communicatie

Het RPM stuurt alle informatie door naar het Gemeenschappelijk Interreg-Secretariaat (GIS). Dit coördineert het contact met de Europese Commissie.

Belangrijk:

- Strategische belang benadrukken in alle communicatie-uitingen (Waarom is dit specifieke project zo belangrijk?; zie criteria voor strategische projecten op pagina 1; vermelden dat het project is gedefinieerd als strategisch project en een speciale rol speelt in het programma).
- Om meer licht te werpen op de strategische projecten zullen gedurende de projectlooptijd interviews worden gehouden door medewerkers van het Interreg-programma met consortiumpartners van het project (om verslag te doen van mijlpalen, resultaten etc.); het programma benadert hiervoor de leadpartners.

²https://deutschland-nederland.eu/wp-content/uploads/2024/06/240625-INFOBLATT_communicatie- NL.pdf

³ Zie afbeelding pagina 4

Aanpak projecten met een totaal volume > € 5 miljoen

Vereisten van de Europese Commissie:

- EU-vlag en verwijzing naar subsidie moeten altijd zichtbaar zijn (d.w.z. projectlogo, logo's van cofinanciers en tekstuele verwijzing), zie Infoblad communicatie⁴
- Europese Commissie moet 4 weken van tevoren worden geïnformeerd over communicatieactiviteiten⁵, daarom: uitnodigingen en publicaties uiterlijk 5 weken van tevoren doorsturen naar de projectcoördinator bij het RPM. Europese Commissie streeft ernaar om deel te nemen aan projectevenementen en een bijdrage te leveren (bijv. in de vorm van een presentatie/toespraak). Indien de deelname van een vertegenwoordiger van de Europese Commissie niet mogelijk is, wordt in ieder geval geprobeerd om een bijdrage te leveren in de vorm van een citaat voor het persbericht van het project.
- Eén keer per maand een update geven over geplande communicatieactiviteiten en -maatregelen (bijv. in de vorm van een lijst, eventueel met publicaties, die wordt gezonden aan de projectcoördinator bij het RPM)
- Externe communicatie (en materiaal) van het project delen met de Europese Commissie (ook hier doorsturen naar de projectcoördinator bij het RPM)
- Gebruik van hashtags verplicht: #cohesionpolicy, #interreg
- Aanbeveling van de Europese Commissie: meer communicatie, bijv. in de vorm van korte video's ("spots"), voor communicatieverplichtingen zie Infoblad communicatie

Het RPM stuurt alle informatie door naar het Gemeenschappelijk Interreg-Secretariaat (GIS). Dit coördineert het contact met de Europese Commissie.

⁴https://deutschland-nederland.eu/wp-content/uploads/2024/06/240625-INFOBLATT_communicatie- NL.pdf


⁵ Zie afbeelding pagina 4

Deutschland – Nederland

Voorbeelden van een communicatie-evenement of -activiteit



Speciale **campagnes** die draaien om de concrete actie.



Evenementen die een **grotere betrokkenheid** bevorderen en interessant kunnen zijn voor eindgebruikers of doelgroepen, zoals wedstrijden, rondleidingen, workshops enz.




Start- of slotevenementen, zoals de opening van een centrum, de afronding van bouwwerkzaamheden enz.




Specifieke evenementen die een **unieke projectervaring** bieden, zoals tentoonstellingen, verhalen sessies, theatervoorstellingen, modeshows enz.



Evenementen met **veel media-aandacht**, zoals persconferenties, bezoeken van journalisten aan projecten en andere formaten.



Elke andere vorm van een **communicatie-evenement of -activiteit** waarbij de steun van de fondsen wordt erkend en waarbij de EC en de BA betrokken zijn.



Activiteiten die de **resultaten van projecten** laten zien, bv. bezoeken aan laboratoria en gerenoveerde faciliteiten, excursies, open dagen van projecten, beurzen enz.