

Kommunikációs Terv

„Mórahalom és Térsége Ivóvízminőség-javító Program”

KEOP-1.3.0/09-11-2011-0021

kódszámú projekt kapcsán

**Mórahalom és Térsége Ivóvízminőség-javító Önkormányzati
Társulás**

2012. november

TARTALOMJEGYZÉK

1. Bevezetés	3
2. Helyzetelemzés, a projekt megvalósításának okai	4
3. A kommunikáció célja és célcsoportjai.....	4
4. Kommunikációs stratégia	6
5. Kommunikációs eszközök	7
A kommunikációs eszközök időzítési terve és költségei.....	13
6. Fő üzenetek – A kommunikációs tevékenység során a projekt „üzenetei” a következők	14

1. Bevezetés

A kommunikációnak többféle célja és funkciója lehet, attól függően, hogy mely szereplő, illetve intézmény felé irányul. Egyrészt jelenti a résztvevő partnerek közötti zavartalan információáramlást, annak elősegítését, másrészt a projekt irányító hatósága és a megvalósító közötti adminisztratív kommunikációt, illetve harmadrészt a projekt által érintettek (célcsoportok) tájékoztatását.

A jól megtervezett és megvalósított kommunikáció számos lehetőséget és előnyt is nyújthat a projekt véghezvitele során, érdemben járul hozzá a projekt szakmai sikeréhez. Nem véletlen, hogy a szakmai munka és a pénzügyi hatékonyság mellett a projektek kommunikációs képességét nevezik a sikerhez vezető út harmadik alappilléreinek. Profiltól és mérettől függetlenül minden projekt számára elengedhetetlen, hogy folyamatos kapcsolatban legyen szűkebb és tágabb működési környezetével, partnereivel, ügyfeleivel, munkatársaival. Jól tervezett és kivitelezett kommunikációval komoly piaci előnyt alakíthatunk ki. A megvalósítás során határozzuk meg, hogy kit akarunk elérni, mit és hogyan szeretnénk kommunikálni. A tervezés legelső lépése, hogy pontosan azonosítsuk a célközönségünket. Ezt követi a célok kijelölése, az eszközök megválasztása.

A hatékony kommunikáció a fejlesztési projektek esetében a mindenkor kitűzött cél - jelen esetben a program keretében javítani tervezett ivóvízminőség Mórachalmon és térségben – elérésének alapvető eszköze és feltétele. Jelen kommunikációs terv a projekt, a megvalósítók, a célcsoport, illetve egyéb stake-holderek felé irányuló kommunikáció stratégiáját mutatja be.

A kommunikációs terv kidolgozásakor az alábbi szabályozásokat vettük figyelembe:

- ÚSZT - Kedvezményezettek Tájékoztatási Kötelezettségei
- ÚSZT – Arculati Kézikönyv
- ÁLTALÁNOS PÁLYÁZATI ÚTMUTATÓ - A Környezet és Energia Operatív Program konstrukcióihoz

2. Helyzetelemzés, a projekt megvalósításának okai

A projektben előirányzott ivóvízminőség-javító beavatkozások szükségességét elsősorban az emberi fogyasztásra szánt víz minőségéről szóló 98/83/EK irányelv határozza meg. Az ivóvízminőségre vonatkozó követelmények új feladatokat róttak azon településekre, ahol az egészségre ártalmas vízminőségi komponensek a határérték felett fordultak elő.

A Mórahalom és Térsége Ivóvízminőség-javító Önkormányzati Társulás tagtelepüléseinek (Ásotthalom, Bordány, Domaszék, Forráskút, Mórahalom, Pusztamérges, Ruzsa, Öttömös, Üllés, Zákányszék) mindegyike rendelkezik a komponensek valamelyikének határérték feletti előfordulásával a szolgáltatott ivóvízben, így igénybe kívánja venni az e problémakör megoldására adódó, KEOP 1.3.0. Ivóvízminőség-javítása konstrukció keretében elérhető támogatást. Az ivóvízminőség-javító konstrukció általános célja a lakosság egészséges ivóvízzel való ellátása.

Település	47/2005. (III. 11.)	65/2009 (III.31.)
Ásotthalom	As, Fe, NH ₄ ⁺	As, Fe, Mn, NH ₄ ⁺
Bordány	As, Fe, NH ₄ ⁺	As, Fe, NH ₄ ⁺
Domaszék	As, Fe, NH ₄ ⁺	As, Fe, Mn, NH ₄ ⁺
Forráskút	As, Fe, NH ₄ ⁺	As, Fe, Mn, NH ₄ ⁺
Mórahalom	As, Fe, NH ₄ ⁺	As, Fe, Mn, NH ₄ ⁺
Öttömös	As, Fe, NH ₄ ⁺	As, Fe, NH ₄ ⁺
Pusztamérges	As, Fe, NH ₄ ⁺	As, Fe, NH ₄ ⁺
Ruzsa	As, Fe, NH ₄ ⁺	As, Fe, NH ₄ ⁺
Üllés	As, Fe, NH ₄ ⁺	As, Fe, Mn, NH ₄ ⁺
Zákányszék	As, Fe, NH ₄ ⁺	As, Fe, NH ₄ ⁺

Javítandó komponensek településenként

3. A kommunikáció célja és célcsoportjai

Célcsoport alatt legtöbbször meglévő és leendő ügyfeleinket értjük, azaz különböző szegmensek, pl. kor, életkor, lakóhely, foglalkozás szerint csoportosított emberek, akiket tevékenységünkkel megcélzunk. Ugyanakkor tágabb célcsoport minden olyan személy vagy szervezet, amely tevékenységünkkel kapcsolatban állhat (a munkatársak, ügyfelek, partnerek, beszállítók, alvállalkozók, szakmai érdekképviselői szervezetek, civil szervezetek, szakmai véleményvezérek, felügyeleti szervek, engedélyt kiadó szervek, helyi önkormányzat, helyi környezet, lakosság stb.). Pontos szegmentálásuk különösen fontos, mert a különböző csoportokat személyre szabott, célzott kommunikációval (eltérő üzenetek, eszközök, különböző stílus stb.) lehet legjobban elérni. A kommunikációs céljainkat a szakmai célok alapján határozzuk meg. Általában a legelső és legfontosabb feladat a szervezetünk,

projektünk bemutatása, és világos tájékoztatásnyújtás arról, hogy az érintetteknek milyen előnyöket nyújtunk. A célok a projekt életciklusának függvényében változhatnak. Mászt kell kommunikálni a beruházás alatt (figyelemfelkeltés, bemutatás), a megnyitás után és a folyamatos működés során.

A programmal kapcsolatban, annak előkészítése és megvalósulása alatt nagy hangsúlyt kell fektetnünk az érintett területen élők tájékoztatására. Jelen Kommunikációs Terv a Mórahalom és Térsége Ivóvízminőség-javító Önkormányzati Társulás a címdalon megjelölt projekt vonatkozásában meghatározott kommunikációs stratégiája, mely a lakosság tájékoztatását érintő fontosabb feladatokat és az egyes részfolyamataihoz való illesztéséhez, az ehhez szükséges belső kommunikáció megvalósításához fogalmaz meg irányelveket. Célja a már meglévő tapasztalatok felhasználásával olyan kommunikációs stratégia kialakítása, mely a projektben résztvevők, partnerek és a kommunikációért felelősek számára is használhatóan foglalja össze a kommunikációs eszközök megfelelő, szakszerű és időszerű alkalmazását.

A projekt kommunikáció révén közvetíteni szükséges céljai, üzenetei:

- A ma és a jövő generációinak közös érdeke a vizek tisztasága, különös hangsúlyt fektetve az ivóvíz minőségére, hiszen az közvetlenül érinti a lakosság egészségét.
- Az ivóvíz olyan létfontosságú érték, amely biztonságáról minden körülmények között gondoskodnunk kell, s amely több szempontból is veszélyeztetve van a térségben.. Hatást gyakorol a környezetre, a természetes élőhelyekre, termőterületekre, az emberre. A talajba szivárgó szennyvíz a termesztett élelmiszereken keresztül, a tisztítás nélkül elfolyó szennyvíz a vízbázisunkat alkotó élővizeken keresztül egészségkárosító hatásúak, így a szintén jelenleg zajló, ugyanezt a térséget érintő szennyvízelvezetéssel és tisztítással kapcsolatos projekt jelen projekttel együttesen tesz a lakosság életminőségének javításáért.

Célkitűzések és célcsoport meghatározása:

- A jelenlegi ivóvízzel kapcsolatos veszélyek, kockázatok (a program szükségességének) ismertetése – Mórahalom és térségének lakossága
- A beruházás területén élők tájékoztatása a projektről – Mórahalom és térségének lakossága
- A lakosság bizalmának elnyerése – Mórahalom és térségének lakossága

- **Partnerség építése – kistérségi, települési önkormányzatok, beszállítók, szakmai szervezetek**
- **Jó kapcsolat fenntartása az irányító hatósággal és közreműködő szervezettel – támogató képviselői**

4. Kommunikációs stratégia

A program területét adó Mórahalom és térsége a kistérségben és a kistérségi központban szerteágazó és évtizedek óta tartó sikeres együttműködés valósul meg az önkormányzat és civil szféra, valamint a gazdasági szereplők között. A térségben egy helyi és egy térségi kábeltelevízió működik és rendszeres hírműsorok, magazin műsorok tájékoztatják a lakosságot az aktuális hírekről, eseményekről.

A minél szélesebb rétegek elérése, informálása érdekében ünnepélyes események lebonyolítására kerül sor, melyek sajtónyilvánosság előtt zajlanak. A tájékoztatást és a nyilvánosságot biztosítandó nyomtatott tájékoztatók terjesztése a lakosság körében szintén egy fontos kommunikációs stratégiai elem. Mivel a lakosság tájékoztatása kiemelten fontos a program lebonyolítása során, ezért lakossági fórum és közmeghallgatás kerül megrendezésre, ahol az érintettek közvetlenül tudhatnak meg információkat a program lebonyolítójától.

Az eredmények társadalmazásában jelentős szerepet vállal a MÓRANET Mórahalmi Informatikai Szolgáltató Közhasznú Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság, amely a kistérséget teljes egészében lefedve képes széleskörű és változatos formában (tv, internet, sajtó) tájékoztatni a lakosságot. A folyamatos információáramlás biztosítása mellett célzott „marketing akciók” és programok szolgálják a megfelelő nyilvánosság és társadalmi részvétel biztosítását.

A projekt megvalósítás szakaszában a kommunikáció a beruházás előrehaladására, az ütemezés tartására/esetleges határidő módosításra, a program bemutatására helyezi a hangsúlyt. Fontos előre megválaszolni a felmerülő kérdéseket, időben tájékoztatni az érintetteket a beruházás következő lépéseiről. Emellett pedig felmérni a kockázatokat, illetve hiteles és nyílt tájékoztatással megelőzni a konfliktusokat, projekt megvalósulását veszélyeztető esetleges válságokat.

5. Kommunikációs eszközök

a) Kommunikációs (cselekvési) terv készítése

A menedzsmenten belül kiemelt feladat a kommunikáció, melynek során kidolgozásra kerül a kommunikációs terv. Ez részletesen elemzi a tájékoztatásnak a projekt sikere érdekében használható eszközeit, módszereit, csatornáit. Elkészítésének indoka, hogy előre meghatározza és kidolgozza, s így könnyen megvalósíthatóvá tegye a projekt egyes szakaszaihoz kapcsolódó kommunikációs tevékenységeket, eszközöket.

b) Sajtóesemények szervezése, sajtómegjelenések összegyűjtése, igény esetén projektlátogatás szervezése újságírók számára.

A sajtóesemények szervezésének célja, hogy a jelentősebb projektrészek folyamatosan szerepeljenek a médiában. Ennek elérésére a célcsoportot érdeklő és érintő hírekről, eseményekről szükséges hírt adni. Emellett a sajtómunka hatékonyságának elemzésére a megjelent sajtócikkek összegyűjtése és elemzése az egyik legjobb eszköz. A cikkek összegyűjtése jelen esetben a megbízott, tehát a Móránét Nonprofit Kft. feladata. A sajtófigyelést a következő szempontok alapján vizsgálhatjuk:

- Hány cikk vagy tudósítás jelent meg
- Milyen profilú médiumokban jelent meg (szakmai, általános, egyéb)
- Mekkora az országos/régiós/városi jelentősége, befolyása az adott médiának (hallgatottság, nézettség, olvasottság alapján);
- Mely műsorban, oldalon jelent meg (főoldal vagy kevésbé jelentős belső lapokon, fő műsoridőben vagy éjszaka) illetve milyen terjedelemben dolgozta fel az információinkat.

A sajtó munkatársai számára szervezett projektlátogatás a legjobb alkalom arra, hogy jó kapcsolatot alakítsunk ki az újságírókkal, illetve, hogy megfelelő számú, hosszabb terjedelmű generált megjelenéshez jussunk, igény esetén erre is sor kerül a projekt során.

c) Nyomtatott tájékoztatók (brosúrák, szórólapok, stb.) elkészítése és lakossági terjesztése.

A projektidőszak alatt összesen kétszer, azaz 2 x 4500 db „Szórólap vagy egyéb nyomdai kiadvány” elkészítése kötelező. A szórólap/kiadvány elkészítését a projektmegvalósítás időtartamára kiválasztott tájékoztatást és nyilvánosságot biztosító cég végzi. Fontos, hogy a

széles közvélemény tudja, hogy mire használjuk fel az európai uniós támogatásokat. Tudatosítani kell, hogy jó helyre került a támogatás. Sikeres, eredményes és példaértékű fejlesztések bemutatásával más potenciális pályázókat is ösztönözhetünk a pályázásra. A lakosság számára fontos továbbá, hogy megismerje a pályázati rendszer kézzelfogható eredményeit. Ezt a feladatot segíti a kiadvány, mely a fontosabb adatokat, képi dokumentumokat, egyszerű magyarázó szöveggel, igényes nyomdai anyag formájában foglalja össze.

d) Internetes honlap készítése, vagy meglévő honlap esetén a projekthez kapcsolódó tájékoztató (esetleg aloldal) létrehozása és folyamatos működtetése, frissítése.

A napjainkban rendelkezésre álló egyik leghatékonyabb eszköz, az internet és azon belül is a projekthez kapcsolódó saját honlap, esetleg aloldal készítése, melyen megjelenik minden projektinformáció, valamint a beruházás lépései, aktuális hírei, elérhetőségek. Fontos, hogy naprakész oldal álljon az érdeklődők rendelkezésére. A létrehozás után a honlap frissítése a projektzárásig folyamatos. Az elkészítésnél elengedhetetlen, hogy a honlap arculata feleljen meg az ÚSZT Arculati kézikönyvben leírtaknak, s tartalmazzon minden kötelező információt.

e) Lakossági fórum, közmeghallgatás szervezése.

Lakossági fórum szervezése a projekt második szakaszában, mely során a felmerülő kérésekre személyesen kaphatnak választ az érdeklődők, különös tekintettel a helyi lakosságra. A fórum szervezése során fontos a projekt részletes bemutatása, eddigi eredményei és várható közvetlen, valamint közvetett hatásai a lakosság számára.

f) Sajtóközlemény kiküldése a projekt indításáról és a sajtómegjelenések összegyűjtése.

A projekt kapcsán összesen 1 db sajtóközleményt szükséges kiküldeni, s ezt a projekt indításával kapcsolatban kell átadni a médiumok munkatársainak. Az elkészített sajtóközleményt elektronikusan küldjük az a megcélzott újságírókörnek. Megfelelő sajtólistát használunk, mely az általános helyi, térségi, megyei és regionális sajtóból áll.

A sajtóközlemény célja:

- Minél több médiumot tájékoztatni a hírről.
- Lehetővé tenni az újságíróknak, hogy elektronikus módon hozzáférjenek a hírhez, megkönnyítve feldolgozását.

- A fizikailag távoli újságírók tájékoztatása.
- Pontos információk közzététele, mondanivaló attitűdjének a megjelenéseinek befolyásolása.

A sajtóközleménnyel szembeni követelmények:

- Tömör, világos, hírértékű megfogalmazás (általában maximum egy írott oldal)
- Legyen objektív, tényszerű (ha reklám ízü, akkor nem közlik le)
- Emelje ki a városra/régióra/országra gyakorolt pozitív hatást
- Szerkezetileg három fő részből áll: a címből, a headline-ból (bevezető összefoglalás) és a fő szövegrészből. Mindhárom tartalmazza a fő üzenetünket!
- A cím legyen figyelemfelkeltő (gondoljunk egy újságcikk címére), de ne túlzó
- A headline tömören tartalmazzon minden lényeges információt
- A fő szövegrész tartalmazza a részleteket.
- A végén legyen rajta az elérhetőségünk

g) Sajtónyilvános események szervezése (ünnepélyes eseményekhez, pl. alapkövetétel, egyes beruházási fázisok befejezése, átadások, képzés zárása, stb.).

Cél a projekt indulásának minél nagyobb nyilvánosságot biztosító bejelentése. A módszer alkalmazásának indokai:

- Az újságírók közvetlenül, első kézből kapnak információt.
- Bő, részletes információ áll rendelkezésükre.
- Lehetőségük van kérdezni.
- Személyesen látják a projekt helyszínét, látványterveket a kész projektről.
- Személyes kapcsolat kialakítása az illetékes vezetőkkel.

h) A beruházás helyszínén a pályázati dokumentációban megjelölt típusú tábla elkészítése és elhelyezése („B” típus).

A „B” típusú hirdetőtáblát az „Új Széchenyi Terv Arculati Kézikönyv az Európai Unió támogatásával megvalósuló projektekhez” című dokumentumban található leírásnak megfelelően kell elkészíttetni. A táblából 10 db-ot gyártanak a projekthez. A tábla nagy mérete és nyilvános helyen való elhelyezésének célja, hogy a lakosság, s minden helyszínre látogató tájékozódhasson a beruházás/pályázat alapadatairól:

Kötelező adatok:

- Projekt megnevezése.
- A támogatás összege.
- Kedvezményezett megnevezése.
- A kivitelezés kezdetének és befejezésének időpontja.

Kötelező formai elemek:

- Nagy Új Széchenyi Terv logó;
- „Magyarország megújul” szlogen;
- Infoblokk;
- EU logó és az uniós hozzájárulásra utaló mondat az érintett alap megnevezésével a hirdetőtábla 25%-át elfoglaló területen;
- Betűtípus: Din Pro, mérete a tartalom függvénye.

Kivitelezés:

Mérete: 3000x1500 mm;

Minden helyszínnél egyedi tervezést igényel (láthatósági szempontoknak és környezeti tényezőknek megfelelően). A kültéri táblák kivitelezésekor az időjárásviszontagságokat tűrő anyagot kell használni (pl. PVC, alumínium, acél). További elvárás, hogy a tábla anyaga alkalmas legyen kasírozásra (például fa, OSB, pozdorja stb. nem alkalmazható). Lehetőség szerint a tábla egy darabból álljon és a felkasírozandó grafika anyaga szintén legyen tartós, az időjárásviszontagságoknak ellenálló.

i) Fotódokumentáció készítése.

A projektzárásig az egész projekt időtartama alatt fotókkal kell dokumentálni minden projekteseményt és beruházási lépést, hiszen fényképekkel látványosan dokumentálható egy projekt kivitelezése. Jó minőségű és komponálású professzionális minőségű képeket több helyen fel lehet használni:

- Sajtómunka során
- Cégek kultúra építésénél – jelen esetben a Társulás szervezeti kultúrájánál
- Befektetők felé
- Munkatársak felé irányuló kommunikációban
- Szakmai prezentációban, konferenciákon
- Szórólapokban, nyomdai kiadványokban
- Szakmai újságban stb.

- Honlap arculatának kialakításában

j) Sajtónyilvános ünnepélyes projektátadó rendezvény szervezése.

Egy nagyszabású rendezvény szervezése a projektben közreműködő partnerek, a projektet majdan használó célközönség, valamint a sajtó számára. Szervezése nagy gondosságot és precizitást, valamint protokolláris teendőket igényel.

Célja:

- Az elkészült projekt bemutatása.
- Köszönetmondás a közreműködő partnerek, támogatók felé.
- A tulajdonképpeni használatba vétel.
- A sajtó informálása.

k) Sajtóközlemény kiküldése a projekt zárásáról és a sajtómegjelenések összegyűjtése.

Hasonlóképpen alakul a projekt indításához, lényege megegyezik, különbség csupán, hogy ebben az esetben a már megvalósult projektről való tájékoztatás a központi elem.

l) Eredménykommunikációs információs anyagok, kiadványok készítése.

Fontos, hogy a széles közvélemény tudja, hogy mire használjuk fel az Európai Unió támogatásokat. Tudatosítani kell, hogy jó helyre került a támogatás, hogy milyen eredményekkel zárult a projekt, és a továbbiakban milyen pozitív hatásai lesznek az érintettek számára. Ezt a feladatot segíti a kiadvány, mely a fontosabb adatokat, képi dokumentumokat, egyszerű magyarázó szöveggel, igényes nyomdai anyag formájában foglalja össze.

m) TÉRKÉPTÉR feltöltése a projekthez kapcsolódó tartalommal

Az NFÜ honlapján egy 2009. évi fejlesztésnek köszönhetően TÉRKÉPTÉR néven érhető el az a térinformatikai kereső-adatbázis, amely komplex szolgáltatásokkal áll az Európai Unió forrásokból megvalósuló projektek iránt érdeklődő nyilvánosság rendelkezésére. Az alkalmazás google maps felületre épülő úgynevezett „mash-up”, amely a szabadon hozzáférhető google térképen jeleníti meg térben, pontos elhelyezkedés szerint a közösségi forrásból támogatott, megvalósuló projekteket.

A TÉRKÉPTÉR on-line adminisztrátori felületére a pályázati tájékoztató felületen keresztül lehet belépni. A pályázók részére kialakított felületen a támogatott projekthez kapcsolódó weblapcím és részletes szöveges leírás rögzíthető, továbbá képek, videók és dokumentumok

tölthetőek fel, melyeket a megbízott három alkalommal köteles elkészíteni.

n) A beruházás helyszínén a pályázati dokumentációban megjelölt „D” típusú tábla elkészítése és elhelyezése.

A „D” típusú emlékeztető táblát a projekt helyszínén - legkésőbb a projekt pénzügyi zárását követő 6. hónap végéig kell elhelyezni és azt, az útmutatóban, illetve a támogatási szerződésben meghatározott ideig szükséges fenntartani. A projekttel kapcsolatban összesen 10 db ilyen „D” típusú hirdetőtábla kerül elhelyezésre.

Méret: min. A4 (210 mm*297 mm) max. A1 (594 mm * 841 mm)

Minimális tartalom:

- EU logó, az unós támogatásra utaló mondat (25%);
- ÚSZT logó, szlogen;
- A projekt neve;
- Támogatás összege;
- Kedvezményezett és a közreműködő szervezet neve.

o) Egyéb kommunikációs eszközök

A projekthez kötődő rendezvényeken, tájékoztató fórumokon az Európai Uniót jelképező kommunikációs eszközök (logó) elhelyezése.

A helyi közéleti információs havilap (Mórahalmi Körkép) és a térségi közéleti ingyenes információs havilap (Térségi Tükör) szintén a tájékoztatás hatékony eszközei, melyekben cikkek megjelentetése esetén a lakosság nagy aránya informálható.

A közbeszerzési felhívásban, a sajtóhírekben, sokszorosított, vagy nyomdai úton készülő anyagoknál a támogatás forrásának feltüntetése és az Új Széchenyi Terv, valamint az Európai Unió logójának elhelyezése tartalmi és vizuális formában is.

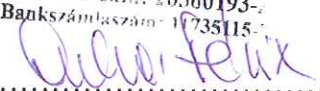
A projekttel kapcsolatos PR-tevékenység a tájékoztatás és nyilvánosság biztosításának elválaszthatatlan része. A projekt keretében alkalmazott fenti eszközökkel mint PR-tevékenységekkel a megvalósító célja, hogy a társulás és a projektben részt vevő munkatársak illetve a célcsoport, a közvélemény körében a projekttel kapcsolatban megértés, bizalom kerüljön kiépítésre, illetve fenntartásra.

A kommunikációs eszközök időzírtési terve és költségei			
	Célérték (db)	Költség (nettó Ft)	Tervezett időpont
Kommunikációs (cselekvési) terv készítése	1	80 000	2012. november
Sajtóesemények szervezése, sajtómegjelenések összegyűjtése, igény esetén projektlátogatás szervezése újságírók számára.	2	400 000	2012. június - 2014. szeptember
Nyomtatott tájékoztatók (brosúrák, szórólapok, stb.) elkészítése és lakossági terjesztése.	9 000	1 710 000	2012. június - 2014. szeptember
Internetes honlap készítése, vagy meglévő honlap esetén a projekthez kapcsolódó tájékoztató (esetleg aloldal) létrehozása és folyamatos működtetése, frissítése.	1	385 000	2012. június - 2014. szeptember
Lakossági fórum, közmeghallgatás szervezése.	1	80 000	2013. június – 2014. szeptember
Sajtóközlemény kiküldése a projekt indításáról és a sajtómegjelenések összegyűjtése.	1	30 000	2013. június
Sajtónyilvános események szervezése (ünnepélyes eseményekhez, pl. alapkövetétel, egyes beruházási fázisok befejezése, átadások, képzés zárása, stb.).	1	300 000	2013. június
A beruházás helyszínén a pályázati dokumentációban megjelölt típusú tábla elkészítése és elhelyezése („B” típus).	10	600 000	2013. június
Fotódokumentáció készítése.	1	10 000	Folyamatos
Sajtónyilvános ünnepélyes projektátadó rendezvény szervezése.	1	500 000	2014. szeptember
Sajtóközlemény kiküldése a projekt zárásáról és a sajtómegjelenések összegyűjtése.	1	30 000	2014. szeptember
Eredménykommunikációs információs anyagok, kiadványok készítése.	9 000	1 710 000	2014. szeptember
TÉRKÉPTÉR feltöltése a projekthez kapcsolódó tartalommal	1	30 000	Folyamatos
A beruházás helyszínén a pályázati dokumentációban megjelölt „D” típusú tábla elkészítése és elhelyezése.	10	100 000	2014. szeptember

6. Fő üzenetek – A kommunikációs tevékenység során a projekt „üzenetei” a következők

- A beruházás által megszüntethetőek, illetve megelőzhetőek a környéket fenyegető egyes egészségügyi veszélyek és kockázatok. A beruházás javít a térség lakosságának egészségi állapotán, valamint a környezeti terheltséget is csökkenti.
- A fejlesztés megfelel a legszigorúbb környezetvédelmi előírásoknak és a hazai, valamint Uniós irányelveknek. Modern technológia alapján épül, komoly biztonsági garanciákat nyújt.
- A tovább nem halogatható beruházás most komoly Európai Uniós támogatás mellett kivitelezhető. Az ország kötelezettségvállalását teljesíti az ivóvízminőség EU-s követelményeknek megfelelően történő javításával.
- A megépülő fejlesztés megoldást jelent a környéken élők vízproblémáira.
- Az új fejlesztés élhetőbbé, vonzóbbá teszi a településeket.

Mórahalom, 2012. december 10.

MÓRANET
Nonprofit Közhasznú
6782 Mórahalom, Rószk.
Adószám: 20360193-2
Bankszámlaszám: 11735115-2


Duka Félix
ügyvezető
MÓRANET Nonprofit Közhasznú Kft.