

# Newsletter

## Nr. 2 / 2021



Această publicație a fost produsă cu sprijinul Uniunii Europene. Conținutul acestei publicații intră în responsabilitatea Secretariatului Tehnic Comun și nu reflectă în mod necesar poziția oficială a Uniunii Europene sau a structurilor de management ale Programului Operațional Comun România-Ucraina 2014- 2020.

## CUPRINS

[Ziua Cooperării Europene – 10 ani de celebrări](#)

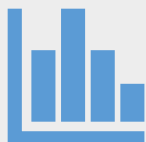
[Realitatea virtuală unește Carpații – cum am adus SF-ul în sala de clasă](#)

[Povestea proiectului - Back to our common ROOTS](#)

[Primele direcții Interreg Next România – Ucraina](#)

[Materiale de comunicare. TIPS and TRICKS.](#)





## Ziua Cooperării Europene – 10 ani de celebrări

Sărbătorim **Ziua Cooperării Europene** (cunoscută și ca „ECDay - European Cooperation Day”) pe 21 septembrie în fiecare an. Dar 2021 este un an special și am pregătit evenimente de amploare care vor onora la adevărată sa valoare un deceniu de sărbătorire a cooperării.

**PROIECTE  
FĂRĂ  
GRANIȚE  
ROMÂNIA  
UCRAINA**

**Ziua Cooperării Europene 2021**

**Brunch regional: beneficiari și jurnaliști**  
Suceava | Botoșani | Tulcea | Baia Mare | Satu Mare |  
Cernăuți | Ivano-Frankivsk | Uzhorod | Izmail |  
**20 SEPTEMBRIE - 15 OCTOMBRIE, 2021**

Anul acesta de EcDay, celebrarea Programului România-Ucraina va cuprinde 9 evenimente locale sub numele „Cooperation Brunch”, câte unul în fiecare județ sau regiune din zona Programului, în perioada 20 septembrie și 1 octombrie. Evenimentele vor reuni jurnaliști și reprezentanți ai proiectelor, facilitând promovarea Programului prin rezultatele expunerii rezultatelor acestuia. În cadrul „Brunch-urilor” jurnaliștii vor fi invitați să dea de „gustul” proiectelor comune din fiecare zonă, să afle mai multe despre importanța cooperării transfrontaliere și implicarea Programului România – Ucraina în viața oamenilor din zona eligibilă. De asemenea, importanța Zilei Cooperării Europene va fi promovată prin campanii online și spoturi radio.

Evenimentele locale vor avea loc în România la Suceava, Botoșani, Tulcea, Baia Mare, Satu Mare și în Ucraina la Cernăuți, Ivano-Frankivsk, Uzhorod și Izmail după următorul calendar:

**BOTOȘANI** 20 septembrie 2021  
**SUCEAVA** 21 septembrie 2021  
**UZHHOROD, Zakarpattia** 21 septembrie 2021  
**IVANO FRANKIVSK** 23 septembrie 2021  
**CERNIVTSI** 24 septembrie 2021  
**IZMAIL, Odesa** 28 septembrie 2021  
**TULCEA** 30 septembrie 2021  
**SATU MARE** 30 septembrie 2021  
**BAIA MARE** 1 octombrie 2021



Prin campania „Ziua Cooperării Europene” dorim să le reamintim cetățenilor că lucruri bune ies la iveală atunci când ne unim forțele. În edițiile trecute, oamenii au mers împreună cu bicicleta, au cântat împreună, au mâncat împreună și, în general, s-au distrat de minune în compania celui alt în sute de evenimente organizate de programele de cooperare ale UE în peste 30 de țări.



multe

Scopul întâlnirilor regionale din acest an este de a arăta impactul cooperării asupra oamenilor și asupra teritoriilor și de a promova proiectele de cooperare ca instrumente utile pentru a răspunde problemelor reale din fiecare regiune.

**Ce subiecte dezbatem?** Discuțiile se vor concentra pe rezultatele proiectelor de cooperare din regiune. Prin urmare, evenimentele vor avea o abordare accesibilă, iar discuțiile vor viza activitățile proiectelor care au impact asupra comunităților, beneficiile aduse pentru fiecare dintre noi ca cetățean, performanța cooperării transfrontaliere commune, oamenii și poveștile din spatele proiectului. Astfel, mai multe informații vor ajunge la persoanele care locuiesc în zona acoperită de Programul Operațional Comun România-Ucraina și fiecare dintre noi va fi conștient de modul în care cooperarea transfrontalieră ne face viața mai bună.



Pentru mai multe detalii va invităm pe [www.ro-ua.net](http://www.ro-ua.net), pe pagina noastră de facebook, <https://www.facebook.com/ENI-CBC-Romania-Ukraine-2014-2020> și să țineți aproape pe platforma dedicată ECDay, <https://ecday.eu/>.



## Realitatea virtuală unește Carpații – cum am adus SF-ul în sala de clasă



**...Imaginează-ți** cum stai în bancă, întorci capul spre dreapta și vezi un rechin uriaș care înoată spre tine, la stânga și în fața ta se desfășoară întreaga lume subacvatică plină de culoare a Oceanului Atlantic. Răsufli adânc și mergi mai departe: Marele Canion, piramidele Egiptului, structura corpului uman la nivel celular - și toate acestea fără să ridici de la propriul birou.

Acestea nu sunt cadre dintr-un film despre viitor, este noua realitate a celor patru școli pilot din proiectul transfrontalier **Virtual reality**.

În această vară, școlile din Ucraina și România au primit ochelari de realitate virtuală (VR) pentru a utiliza echipamente moderne în lecțiile predate la diferite materii în mod regulat.



Pentru a introduce cele mai noi tehnologii la nivel profesional, cadrele didactice din școlile pilot ale proiectului *Virtual Reality Unites Carpathians: Interactive School Laboratories* au fost instruite să folosească ochelari VR de către experții avizați pentru a pune în practică realitatea virtuală în școală. Că profesorii sunt fericiți e puțin spus. Ca urmare a trainingurilor din Ucraina, am primit o mulțime de feedback pozitiv de la profesori, interesul și entuziasmul fiecăruia a fost evident și, cel mai important, fiecare și-a arătat disponibilitatea și atitudinea proactivă pentru a implica tehnologiile moderne în lecțiile lor.



Profesorii și-au prezentat propriile proiecte de lecții integrate, care vor folosi castile și conținutul virtual al ochelarilor Class VR. Experții Institutului Transcarpatic de Educație Pedagogică Postliceală, care au desfășurat traininguri pentru profesori și-au împărtășit impresiile după instruirile care au durat trei zile: „Cum e posibil?“, „În niciun caz!“, „Fantastic!“ - cu un astfel de feedback au continuat cursurile de instruire privind utilizarea căștilor de realitate virtuală ClassVR la Liceul Nizhnoapshansky.



Iată ce a declarat directorul liceului Mihai Eminescu Solotvyno cu predare în limba română, doamna Andriana Pop: „Datorită proiectului, am primit toate echipamentele necesare, care sperăm să ne ajute în procesul educațional pentru a obține rezultate mai bune în evaluarea externă.”



În cadrul proiectului au fost achiziționate 40 de perechi de ochelari pentru două școli ucrainene și 56 de perechi pentru cele românești. Pentru Ucraina, aceste două școli au devenit primele din țară în care tehnologiile de realitate virtuală vor fi folosite în procesul educațional în mod permanent. Trebuie amintit că pentru aceste două școli au fost achiziționate anterior computere, table interactive, proiectoare, MFD-uri (dispozitive multifuncționale) și alte echipamente necesare unei școli moderne de înalt calibru.

Proiectul Virtual Reality Unites Carpathians: Interactive School Laboratories - 2SOFT/1.1/137 este implementat în regiunea Zakarpattya (Ucraina) și județul Satu Mare (România) pentru îmbunătățirea calității și accesibilității educației în zona transfrontalieră: echipamente de Realitate Virtuală și Augmentată cu software și alte tehnologii interactive moderne, mediu de programare SCRATCH, instruire, oportunități pentru profesorii din școlile secundare și tehnologii inovatoare de predare bazate pe TIC, abordări pentru activitățile curriculare și extracurriculare din 4 școli din regiunile de graniță.



## Povestea proiectului - Back to our common ROOTS

- ▶ 2 festivaluri pentru promovarea patrimoniului cultural material și imaterial comun;
- ▶ 2 noi produse turistice transfrontaliere - [Muzeul Multimedia](#) al Diversității Culturale Botoșani și [Muzeul Armelor Ivano-Frankivsk](#);
- ▶ O rețea de **140 de reprezentanți** ai autorităților publice locale, instituții culturale, ONG-uri care activează în domeniul cultural și al minorităților, membri ai comunității, mass-media, agenți economici din domeniul ospitalității;
- ▶ **schimburi de experiență** and ateliere comune de lucru
- ▶ **conferințe transfrontaliere** organizate în Botosani și Ivano Frankivsk.



Acestea sunt doar câteva dintre rezultatele proiectului ROOTS - Înapoi la rădăcinile noastre comune 2SOFT /2.1./133. Îmbunătățirea competitivității la granița Uniunii Europene în zona Botoșani, România și Ivano Frankivsk, Ucraina prin valorificarea turistică comună a patrimoniului multicultural până în 2024 este principalul obiectiv al echipei de proiect și până acum au reușit de minune să îl îndeplinească.



## De la eforturi comune de a structura haosul, până la rezultate pe termen mediu peste graniță

Pandemia COVID 19 este prezentă din păcate și astăzi, iar cultura, arta și istoria au fost primele care au întâmpinat greutăți. În ciuda acestora, activitățile ROOTS au continuat. Orașele Botoșani și Ivano Frankivsk au dezvoltat documentații tehnice și au făcut toți pașii necesari pentru a dezvălui publicului larg noi concepte de muzeu.



Curând, vor începe lucrările la Muzeul Multimedia Transfrontalier al Diversității Culturale Botoșani și la Muzeul Armelor Ivano Frankivsk.

### Dezvăluirea orașului pierdut

În Botoșani se fac scanări subterane pentru a dezvălui orașul pierdut, ascuns în beciurile de sub piața principală a centrului istoric. În curând, după scanare vor fi livrate un raport științific și o hartă interactivă cu tur virtual.



În cazul în care scanarea confirmă că toate catacombele din centrul orașului formează un labirint subteran, se vor lua măsuri viitoare pentru creșterea valorii turistice ale acestuia. Pe de altă parte, partenerii ucraineni au organizat deja un festival de 3 zile al diversității culturale, ateliere și întâlniri variate. Evenimente oglindă vor avea loc la Botoșani în viitorul apropiat. Cel mai important lucru a fost că evenimentele au putut fi organizate offline și că în ultimele luni echipele de proiect au putut în sfârșit să călătorească, să se întâlnească, să planifice și să implementeze activități comune.

### Provocările continuă

“Deoarece pandemia COVID-19 generează incertitudine în fiecare zi, pregătim planuri de rezervă pentru a ne asigura că putem duce proiectul până la capăt. În timp ce lucrările de infrastructură, scanarea subterană, dotarea celor două muzee sunt activități care se pot desfășura chiar și în stare de alertă/carantină, cu măsurile de siguranță adecvate, evenimentele care presupun adunare de oameni prezintă încă un risc ridicat. De exemplu, acum planificăm festivalul și atelierul de la Botoșani, care ar trebui să aibă loc în următoarele două luni cu prezența fizică a participanților, dar din nou ne temem că evenimentele noastre ar putea coincide cu al patrulea val de pandemii. Iată de ce, în opinia noastră, managementul riscului și actualizarea constantă a planului de urgență, în cadrul echipei de proiect și căutând sprijinul JTS, va fi sarcina noastră principală pentru următoarele luni. Sperăm că proiectul se va încheia conform



planului”, spune managerul de proiect Raluca Bălășcău.

### Nașterea unei prietenii

Colaborarea dintre cele două orașe nu se va încheia când acest proiect va fi finalizat. Primarii s-au întâlnit și un acord oficial de cooperare este în prezent în pregătire. Vor

urma cooperarea culturală, educațională și sportivă și, bineînțeles, mai multe proiecte transfrontaliere. Echipele de planificare a proiectelor elaborează deja idei pentru următorul program transfrontalier RO-UA. Pentru a rezuma, ROOTS Project a fost nașterea unei noi prietenii care este descoperită în fiecare zi, cu fiecare pas și fiecare provocare depășită împreună.



## Primele direcții Interreg Next România – Ucraina

În iulie, Comitetul Comun de Programare s-a întrunit pentru a discuta rezultatele analizei teritoriale a zonei acoperite de Interreg NEXT România-Ucraina 2021-2027 și pentru a decide asupra viitoarelor domenii de finanțare.

Pe baza analizei situației din aria eligibilă a viitorului program de cooperare și a consultărilor desfășurate cu părțile interesate din ambele țări, inclusiv autorități și instituții relevante, foști și actuali beneficiari ai programelor de cooperare din zonă, precum și ONG-uri, Comitetul Comun de Programare a selectat următoarele obiective politice care urmează să fie abordate de viitorul program:

Obiectivul politic 2 – O tranziție mai ecologică, cu emisii scăzute de carbon, către o economie cu zero carbon și o Europă rezistentă

Obiectivul politic 4 – O Europă mai socială și mai favorabilă incluziunii, implementând Pilonul European al Drepturilor Sociale

Obiectivul specific Interreg 2 – O Europă mai sigură.



Iată o imagine de ansamblu mai elaborată asupra deciziilor luate de CCP:

Obiectivele politicii și obiectivele lor specifice și Obiectivele și acțiunile specifice Interreg care urmează să fie finanțate sunt:

Policy Objective 2	SO4 Promovarea adaptării la schimbările climatice și a prevenirii riscurilor de dezastre și a rezistenței, luând în considerare abordările bazate pe ecosistem SO7 Promovarea accesului la apă și gestionarea durabilă a apei SO5 Creșterea protecției și conservării naturii, a biodiversității și a infrastructurii verzi, inclusiv în zonele urbane, și reducerea tuturor formelor de poluare
Policy Objective 4	SO5 Îmbunătățirea accesului egal la servicii incluzive și de calitate în educație, formare și învățare pe tot parcursul vieții prin dezvoltarea unei infrastructuri accesibile, inclusiv prin stimularea rezilienței pentru educația și formarea la distanță și online SO2 Asigurarea accesului egal la asistența medicală și stimularea rezilienței sistemelor de sănătate, inclusiv asistența primară și promovarea tranziției de la îngrijirea instituțională la îngrijirea bazată pe familie și pe comunitate.. SO6 Consolidarea rolului culturii și turismului durabil în dezvoltarea economică, incluziunea socială și inovarea socială
Interreg Specific Objective 2	Managementul trecerii frontierei Alte acțiuni pentru o Europă mai sigură

Interreg Specific Objective 1: “ A better cooperation governance”

## SPUNE-ȚI PĂREREA!

În perioada următoare, procesul de elaborare a Programului va continua, astfel încât depunerea lui la Comisia Europeană să fie posibilă la începutul anului 2022. În această etapă vă puteți spune cuvântul cu privire la ceea ce poate fi finanțat! Utilizați linkul de mai jos pentru a vă exprima părerea cu privire la posibilele activități care vor fi finanțate prin Programul România-Ucraina 2021-2027! Link-ul va fi activ până pe 25 septembrie și așteptăm cu nerăbdare să primim feedback-ul dumneavoastră!

<https://ru.surveymonkey.com/r/C8VFFPN>

Mai multe informații despre procesul de elaborare a Programului Interreg NEXT România-Ucraina pentru 2021-2027 sunt disponibile pe site-ul [www.ro-ua.net](http://www.ro-ua.net).



## Materiale de comunicare – TIPS & TRICKS

Este de la sine înțeles că rezultatele acțiunilor și proiectelor noastre trebuie să fie vizibile pentru a ajunge la beneficiarii lor finali, fie că lucrăm în marketing și comunicare, fie că ne propunem doar să punem realizările noastre la dispoziția unui public mai larg. Întotdeauna trebuie să avem în vedere că, chiar dacă eforturile noastre sunt constante și investițiile noastre generoase, dacă nu facem un effort suplimentar pentru a promova acele investiții în mod corespunzător, le tăiem aripile din start. Chiar dacă proiectele ar trebui să vorbească de la sine, trăim în era branding-ului și a rețelelor sociale, când toate platformele sunt folosite ca instrumente eficiente de marketing online.



Evident, nu ignorăm instrumentele standard de comunicare, menite să permită dezvoltarea unei strategii dinamice de comunicare incluzând și evidențiind sprijinul UE.

Comunicarea ar trebui să se concentreze pe dezvoltarea proiectelor dumneavoastră (**cu UE ca finanțator**) și pe realizările și impactul acțiunilor, nu pe etapele administrative și procedurale.

Prin urmare, limbajul tehnic și jargonul ar trebui evitate, deoarece de cele mai multe ori un limbaj complicat inutil este folosit pentru a limita, mai degrabă decât pentru a vă informa publicul.

Chiar dacă nu susținem omiterea termenilor tehnici necesari, trebuie să ne asigurăm că limbajul folosit este cât mai clar. De exemplu, este posibil să nu existe o altă modalitate corectă de a face referire la sursa de finanțare sau la anumite declarații obligatorii solicitate de Manualul de comunicare și vizibilitate.



Dar asta nu vă împiedică să spuneți rezultatul real al lucrărilor dumneavoastră și să le clarificați de la începutul materialului informativ, făcând documentele atractive, ușor de citit și plăcute ochiului.

Iată câteva sfaturi și trucuri pe care să le utilizați atunci când redactați materialele de comunicare, în funcție de tipologia acestora:

## Comunicate de presă:

- **Concentrează-te pe rezultatul real al activității tale!** Nu vă blocați în detalii tehnice despre proiectul dvs., deoarece acestea vor distra atenția cititorului și, de asemenea, jurnaliștii pot trata informațiile dumneavoastră cu dezinteres.



versus



Începeți cu ceea ce este NOU și INTERESANT și doriți ca lumea să știe.

Păstrați exprimarea simplă și gândiți-vă la ceea ce ați dori să auziți voi despre lumea din jur. Chiar dacă proiectul dvs. se concentrează pe îmbunătățirea resurselor umane din departamentul de sănătate, încercați să vă entuziasmați de cei 100 de medici care au fost pregătiți într-un mediu internațional și de modul în care pacienții vor beneficia de o echipă medicală foarte educată. Lucrurile senzaționale sunt acolo. Ceea ce trebuie schimbat este perspectiva.

- **Aparențele contează!** Încercați să utilizați un font elegant, cum ar fi Times New Roman sau Arial (evitând Comic Sans MS). Nu vă fie teamă de spațiile albe din document, lăsați margini de până la doi inch, folosiți două spații între titlu și corpul comunicatului de presă. De asemenea, fiecare paragraf trebuie separat de celelalte. Dacă nu indentați primul rând, atunci săriți o linie între paragrafe. De asemenea, rețineți că textul aliniat de ambele părți pare mai îngrijit.



- **Verificați scrierea!** În etapa finală a draftului, concentrați-vă pe corectarea greșelilor de ortografie sau a altor greșeli gramaticale.
- **Structură!** Partea stângă sus: data și locul lansării. Unul sau două rânduri mai jos, centrate: titlul. Două rânduri mai jos: primul paragraf (informații atrăgătoare, de bază, răspuns la întrebările de bază – Cine, ce, când, unde, de ce), al doilea paragraf – mai multe informații, de ce este informația interesantă, citate, detalii, fraze cheie. Lungimea comunicatului de presă poate varia, dar în ultimul paragraf nu uitați de datele de contact.

## Fotografii:

Uneori, comunicatele de presă sunt susținute de imagini, logo-uri sau videoclipuri relevante, deoarece este de la sine înțeles că o mare parte din comunicare se bazează pe elemente vizuale, astfel încât imaginile atrag atenția mai mult decât o face un text de la sine.

Acolo unde este posibil, echipa de proiect ar trebui să ia măsuri pentru utilizarea în mod regulat a unui fotograf profesionist pentru a ilustra evoluția unei acțiuni. Fotografiiile alese trebuie să fie cele care vor arăta cel mai bine rezultatele și impactul acțiunii și trebuie să se potrivească cu informația scrisă.

Ca și în cazul materialelor scrise, oamenii implicați în acțiune trebuie să fie în centrul atenției, nu oficialii implicați în gestionarea acțiunii, în ținerea de ședințe și așa mai departe.

Fotografia ar trebui utilizată pentru a facilita reproducerea pe site-uri web și alte materiale informative (pentru producerea materialelor tipărite, 300 dpi este standardul minim de calitate)

Când faceți o fotografie care vă înfățișează proiectul sau activitatea, chiar dacă nu aveți o cameră profesională, rezultatul va fi surprinzător mai bun dacă urmați câteva **reguli de bază**:

- **Lumină naturală.** Caută întotdeauna lumina naturală, deoarece aceasta evidențiază tot ce este mai bun din subiectul tău și reduce riscul de a rămâne cu imagini neclare, pixelate sau defocalizate.

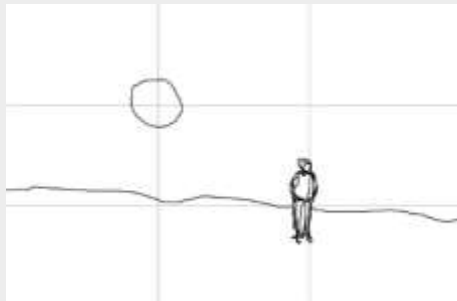


- **Imagini drepte.** Ghidați-vă după linia orizontului, utilizați opțiunile din camera foto pentru a vă asigura că o țineți dreaptă sau, eventual, reparați orice orizont strâmb



în postprocesare.

- **Regula treimilor.** Plasează subiectul imaginii tale pe una dintre acele grile pe care le are camera foto sau telefonul tău, pentru a atrage atenția privitorului și a echilibra compoziția.



- **Fără blur,** cu excepția cazului în care lucrăm cu o cameră profesională și poate evidenția subiectul. Fotografiile nu trebuie să conțină, pe cât posibil, elemente care strică aspectul general (cabluri, coșuri de gunoi, reclame ale operatorilor economici, companii de iluminat etc.). Dacă există, vor fi încadrate într-un mod care să nu afecteze calitatea artistică a imaginilor sau vor fi eliminate în post-editare;



- **Imagini de ansamblu și de detaliu.** Pentru ca obiectivele fotografiate sunt, în general, reprezentate de clădiri, echipamente, infrastructură etc este necesar ca fotografiile să surprindă ambele laturi ale activităților, pentru a evidenția infrastructura în sine, dar și impactul asupra celor care o folosesc.



- **GDPR.** Pentru fotografiile realizate la evenimente (festivaluri, evenimente organizate în spațiul public sau în săli de evenimente), asigurați-vă că folosiți unghiuri astfel încât participanții să nu poată fi identificați, în scopul GDPR. De asemenea, rețineți că semnele oficiale sau elementele de identitate vizuală afișate (logo-uri, roll-up, panouri etc.) sau denumirea evenimentului/proiectului trebuie afișate cât mai vizibil în fotografii.

## VIDEO

Prezentările video devin uzuale în promovarea rezultatelor, atât pe canalele media tradiționale, dar mai ales pe social media. Trăim în era conținutului video și concurența este acerbă. În zilele noastre, creatorii de conținut video au propriile canale de succes, așa că produsele dvs. video ar trebui să exceleze în ceea ce privește calitatea și atractivitatea, precum și să respecte reglementările UE.

Deoarece publicul general găsește videoclipul mai captivant, memorabil și mai răspândit decât orice alt tip de conținut, conținutul video nu mai este o opțiune, ci o necesitate.



Prin urmare, pentru a face un videoclip relevant pentru proiectul dvs., ar trebui urmate 3 faze: pre-producție, producție, post-procesare.

**PRE-PRODUȚIA** reprezintă faza de planificare, pregătirea filmării de acoperire a rezultatelor/evenimentelor proiectului prin stabilirea conceptului video.

POSTPROCESAREA presupune asamblarea cadrelor filmate, inserarea elementelor (prezentări, logo-uri, elemente obligatorii), adăugarea unei coloane sonore și sincronizarea sunetului. Cadrele ilustrației și tranzițiile și tăieturile sunt decise. Alternarea cadrelor lente cu cele în mișcare și poate și interviuri, va spori dinamica videoclipului și va crește atractivitatea pentru public.

În **PRODUȚIA** videoclipului, cadrele de ilustrare vor viza atât scena generală, cât și subiectele primare, precum și modul de conectare a celor două. O atenție deosebită trebuie acordată filmării pentru a nu avea în mișcare (tremurătoare), înclinată, întunecată (fără suficientă lumină), neclară, încadrare defectuoasă, sărituri peste axă sau oscilații de sunet sau intensitate perturbate. Videoclipul final ar trebui să fie în cel puțin 2 versiuni, rezoluție standard (720x480) și format comprimat pentru web/social media, dacă nu chiar 3 dacă adăugăm versiunea de înaltă rezoluție (1920x1080). Toate acestea ar trebui comunicate antreprenorului pentru a evita neînțelegerile

Un after-movie pe întreg proiectul ar trebui să dureze undeva în jur de 5-10 minute, în timp ce un videoclip pentru o activitate sau eveniment nu trebuie să depășească 2-3 minute pentru a menține interesul publicului.



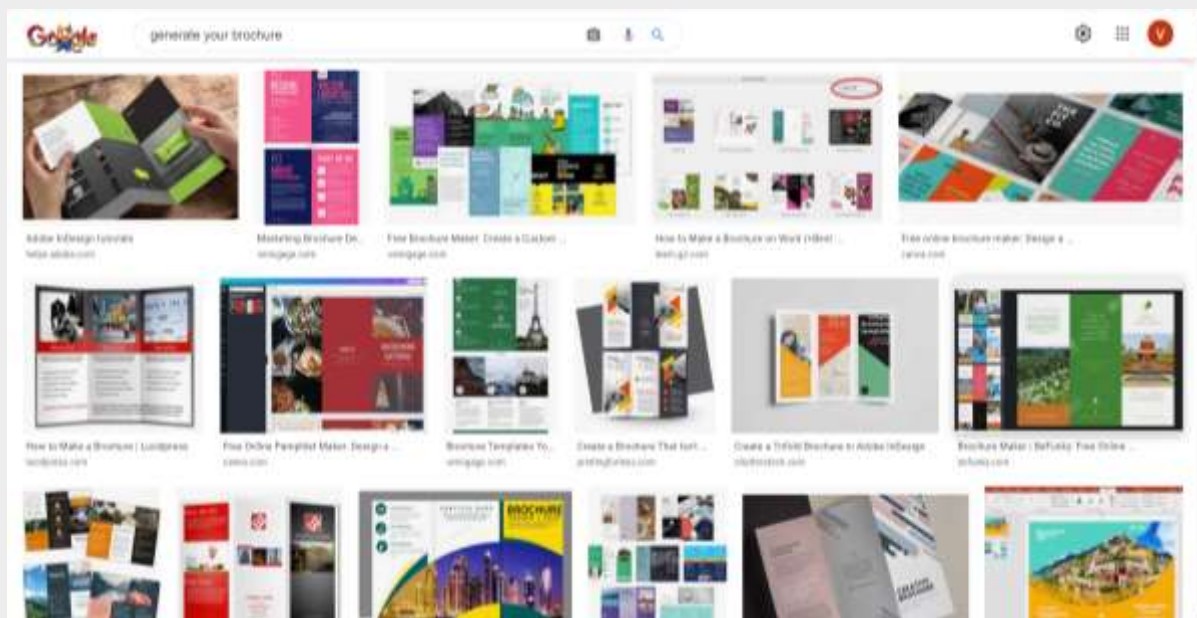
## Broșuri:

Broșura este un instrument minunat pentru a promova produsele, serviciile, activitățile și rezultatele proiectului dumneavoastră și, în general, orice afacere. Informația este scopul principal al creării broșurii, așa că trebuie să stârniți curiozitatea cititorului și să le stârniți interesul. Există o mulțime de lucruri de luat în considerare pentru crearea unui pliant, a unui fluturaș sau a unei broșuri atractive, cum ar fi calitatea imaginii, impactul cromaticii utilizate, mesajul care rezidă în mesajul pe care îl trimiteți publicului larg sau părților interesate. În mod ideal, ar trebui să angajați un



antreprenor, designeri experți de broșuri pentru a identifica nevoile și designul broșurii dvs. Cu toate acestea, îl puteți produce intern și iată câteva sfaturi pentru acest lucru:

1. Obțineți tot ajutorul disponibil. Nu trebuie să îl proiectați de la A la Z, există o mulțime de instrumente online fără drepturi de autor sau bazate pe abonament, care generează șabloane pe care să le utilizați în funcție de nevoile dvs.



1. Nu vă fie frică de culoare. Lasă culoarea să te reprezinte. Dacă proiectul are o anumită identitate vizuală, utilizați-o ca parte integrantă a design-ului și nu uita că o broșură colorată va atrage întotdeauna atenția cititorului.



2. Coloane, coloane, coloane! Spațiile goale dintr-un material promoțional oferă cititorului timp să se odihnească și să se concentreze pe informațiile furnizate fără dificultate. Textul pur și simplu arată mai bine.



3. Folosiți forme, diagrame și grafice oricând



este posibil. În loc să explici datele, încearcă să le cuprinzi într-o imagine într-un mod atractiv, plăcut ochiului. În loc de enumerare, utilizați un grafic sau o listă cu marcatori cu câteva forme atrăgătoare. Vă va economisi spațiu și va ajunge mai ușor la public.



Diverse:

Indiferent de materialul de comunicare pe care intenționați să îl produceți, fiți conștient de aspectul de bază care face ca materialul să pară prezentabil.

- Simetrie. Când aliniați în centru titlurile, asigurați-vă că le aliniați la fel.
- Folosiți casete de text și puncte pentru a le concentra mai mult.
- Spațiere între rânduri, asigurați-vă că tot textul are aceeași spațiere între rânduri, simplu, dublu, 1,5 pentru a reflecta scopul comunicării sau, dacă îl schimbați, fiți

conștienți de motivele din spatele deciziei dvs., pentru ca aceasta să nu fie percepută ca o greșeală.

- Titluri captivante. De la primul început al comunicării dvs., cititorii vor decide dacă sunt captivați sau nu. Dacă doriți ca oamenii să continue să citească documentul dvs., includeți câteva cuvinte simple, dar puternice, cum ar fi: gratuit, ușor, nou etc.

Utilizați orice oportunitate oferită de mass-media (interviuri radio și TV, alte materiale scrise precum broșuri, articole pe hârtie etc.) și de participarea la evenimente publice, pentru a promova proiectul și oportunitățile oferite de programul de cooperare transfrontalieră, menționând, de asemenea, sursa corectă de finanțare (finanțare a Uniunii Europene, prin Programul Operațional Comun România-Ucraina).

Programul Operațional Comun România- Ucraina 2014-2020 este finanțat de Uniunea Europeană, prin intermediul Instrumentului European de Vecinătate (ENI).

Programul se adresează zonei aflate la frontiera dintre România și Ucraina și va contribui la atingerea obiectivului general al Instrumentului European de Vecinătate: evoluția către o regiune de prosperitate și bună vecinătate, realizată prin acțiuni de cooperare transfrontalieră în beneficiul statelor membre și nemembre ale UE care se învecinează.

[www.ro-ua.net/ro/](http://www.ro-ua.net/ro/)



Program finanțat de  
Uniunea Europeană



România-Ucraina  
ENI COOPERARE TRANSFRONTALIERĂ

Uniunea Europeană este constituită din 27 state membre care au decis să-și unească treptat cunoștințele, resursele și destinele. Pe parcursul a 50 de ani de extindere teritorială au construit împreună o zonă de stabilitate, democrație și dezvoltare durabilă, păstrând totodată diversitatea culturală și libertățile individuale.

Uniunea Europeană s-a dedicat ideii de împărtășire a realizărilor și valorilor cu statele din afara granițelor sale.

