



HAVANNA PROJEKT
2009



Havanna Lakótelep Integrált Szociális Rehabilitáció



Nemzeti Fejlesztési Ügynökség

ÜMFT INFOVONAL: 06 40 638 638

nfu@meh.hu • www.nfu.hu

Új Magyarország
FEJLESZTÉSI TERV

TARTALOMJEGYZÉK

<u>1. A kommunikációs környezet bemutatása</u>	<i>1. oldal</i>
a.) A pályázat alapvetései, melyek a kommunikációs feladatokat determinálják.....	1. oldal
b.) Kiemelt, kommunikálandó üzenetek szakmai tartalma.....	1. oldal
c.) A kommunikációs környezete rövid bemutatása.....	2. oldal
d.) A kommunikációs stratégia elsődleges és kiemelt feladata, elvárások.....	2. oldal
<u>2. A pályázatmegvalósítása során megvalósítandó kommunikációs feladatok</u>	<i>3. oldal</i>
a.) A pályázatban és a szerződésben vállalt tartalmi elemek, a kommunikációs stratégia szintjei.....	3. oldal
b.) A többszintű projekt, stratégia szintjei.....	3. oldal
<u>A pályázat megnyerése után, a szerződéskötést követően megvalósítandó feladatok</u>	<i>4. oldal</i>
a.) Általános elvek, feladatok.....	4. oldal
b.) A célcsoport kiválasztása.....	4. oldal
c.) A feladatterv fontosabb elemei.....	4. oldal
<u>A főprojekt központi rendezvényterve</u>	<i>5. oldal</i>
<u>A főprojekt azonosító, egyedi arculati eleme</u>	<i>10. oldal</i>

1. A kommunikációs környezet bemutatása:

a.) A pályázat alapvetései, melyek a kommunikációs feladatokat determinálják:

A Havanna integrált szociális város rehabilitáció elsődleges célja az iparosított technológiával épült Havanna lakótelep társadalmilag és fizikailag is leromlott, szegregációs jegyeket magán viselő terület élhető, lakosságbarát környezetté alakítása.

A projektgazda a Budapest XVIII. kerület Önkormányzata, a projekt előkészítés során, a pályázat benyújtásának feltételrendszerébe illeszkedően felmérte és értékelte a pályázati eszközökkel fejlesztendő a „Havanna Lakótelep Integrált Város rehabilitációs” program pályázat benyújtásához és megvalósításához szükséges feltétel és eszközrendszer.

Az integrált városfejlesztési koncepció alapján és ahhoz kapcsolódó pályázati anyag benyújtása során a pályázat szerves részeként vállalatokat tett a későbbi megvalósítás során alkalmazandó, a nyilvánosság tájékoztatására szolgáló eszköz és feltételrendszer megvalósítására.

A pályázat átfogó célként az alábbi nyilvánosság felé kommunikálandó üzenetet határozta meg az IVS megállapításaival összhangban:

„A kerület lakói számára minél magasabb életminőséget nyújtó gazdasági, társadalmi és környezeti feltételek megteremtése. A társadalmi tőke és a lokálpatriotizmus erősítése a közösségi élet színterein keresztül jelenik meg a Havanna lakótelep szociális város-rehabilitációja és energiatakarékossági szempontból történő megújítása.

A pályázaton elnyerhető összeg volumene jelentős közfigyelemre adhat okot a megvalósítás környezetében és budapesti, valamint régiós környezetében.

A fenti célok megvalósítására a pályázat során 32 db, a fenti célkitűzések megvalósításához, segítségéhez kapcsolódó részprojekt került elkülönítésre. A részprojektek egy gyűjtő projekt részeként a kitűzött cél egységes eléréséhez szükséges feltételrendszer elemeit képezik, egymást előkészítik, kiegészítik, támogatják. A részprojektek egyébként önálló saját mondanivalóval, célcsoporttal, lebonyolító apparátussal rendelkeznek, melyet a hatékonyság növelése miatt egy központi, integráló főprojekt foglal keretbe.

A projekt részletes elemeit és azok megvalósításához szükséges feltételrendszert a pályázat tartalmazza, így ezeket a kommunikációs tervben nem részletezzük.

Az Önkormányzat által megvalósítani kívánt konstrukció támogatható tevékenységei által egy sok szempontú, sok szereplőt bevonó rehabilitációs program, amely fenntartható eredményekre törekszik.

b.) Kiemelt, kommunikálandó üzenetek szakmai tartalma:

- A Havanna lakótelep bekapcsolása a város fejlődésébe a fizikai és szociális rehabilitáció révén;
- A kijelölt akcióterület leromlását okozó folyamatok megállítása
- Innovatív típusú rehabilitációs gyakorlatok elterjesztésének ösztönzése
- A helyi közösségi szolgáltatások körének bővítése;
- A terület fizikai megújítása (lakóépület-, közintézmény- és közterület-felújítás)
- Közösségépítés, valamint az akcióterület társadalmi státuszának emelése
- Funkcióváltás megvalósítása és városi funkciók gazdagodásának ösztönzése

c.) A kommunikációs környezete rövid bemutatása:

Kiemelt célcsoport: a lakótelep lakossága

Az akcióterület lakossága: 17051 fő, akik közvetlenül érintettek a fejlesztésekben és bevonandók a program támogatásába. A program sikerének, hatékonyságának elsődleges elbírálói.

Közvetve érintettek: a terület közvetlen környezetében lévő városrészek lakói, a területre látogató más kerületek lakossága és a területen áthaladó több közösségi közlekedési reláció használói. Számuk több ezerre tehető naponta. A projekt sikerének reménybeli közvetítői.

A projekt megvalósításába bevonható szereplők és azok érdekeltiségi háttere:

A projektgazda, a projekt megvalósításba bevont pályázati szereplők, civil szervezetek, lakóközösségek, önkormányzati intézmények. Heterogén és változó formában szervezett és önszerveződő, gazdasági szereplők, vagy magánszemélyek. Ezek kommunikációs szempontból csak sokféle kommunikációs eszközzel, differenciáltan szólíthatók meg. Szerepük több esetben kettős, sokszor eltérő szerepkört kell megvalósítaniuk.

Például a Havanna-telepen az Önkormányzat két minőségben van jelen tulajdonosként. Egyrészt viszonylag jelentős, de az egyes lakó-épületekben nehezen meghatározó tulajdonhányaddal rendelkezik. Másrészt a programban megjelenő közterületek jelentős részének közvetlen tulajdonosa. A fentiek alapján minden, a lakóépületekkel kapcsolatos rehabilitációs tevékenység egyedül és kizárólag csak az adott épület társasházi közösségével egyetértésben történhet meg, aminek egyébként jól kialakult és működőképes gyakorlata van, mégpedig a Vagyon18 Zrt-én keresztül. A Zrt. az egyes épületekben lévő Önkormányzati tulajdonrészek kezelője, de sok esetben az egyes épületek (társasházak) kijelölt képviselője is. A közterületeken viszont a fővárosi Önkormányzattal kell együttműködni, mint a másik jelentős tulajdonostárssal. A legnehezebb együttműködni az egyes a vállalati és nem közintézményi szférába tartozó és a területen tulajdonnal rendelkező jogi személyiséggel bíró vagy anélküli résztvevőkkel. A pályázat szereplői a lakótelep lakói, akik lakóként, tulajdonosként, esetleg vállalkozóként, alkalmazottakként többes szereplői is lehetnek a kétoldalú kommunikációnak.

d.) A kommunikációs stratégia elsődleges és kiemelt feladata, elvárások:

A kommunikáció során szempontként alkalmazni kell az alábbi irányelvet:

„Semmi nem olyan fontos egy szervezet vagy projekt sikeréhez, mint a hatékony kommunikáció képessége. Különösen igaz ez azokra a tevékenységekre, amelyek – jellegüknél fogva – a nagy nyilvánossággal állnak gyakori kapcsolatban.

Az európai uniós szabályozás is a korábbinál szigorúbb és pontosabb kommunikációs kötelezettségeket határoz meg mind a tagállamok, mind az uniós támogatások kedvezményezettjei számára. Országos szinten a cél a támogatott beruházások eredményeinek bemutatásán keresztül az európai uniós tagság előnyeinek kézzelfoghatóvá tétele. A kedvezményezetteknek, saját szintjükön, szintén tájékoztatni kell a nyilvánosságot arról, hogy projektjük európai uniós támogatásból valósult meg”. (útmutató az uniós támogatásból megvalósítandó projektekhez, részlet)

2. A pályázatmegvalósítása során megvalósítandó kommunikációs feladatok:

a.) A pályázatban és a szerződésben vállalt tartalmi elemek, a kommunikációs stratégia szintjei:

A pályázat benyújtásakor tett alapvetéseket és vállalásokat a felek a pályázatba beépítették. A pályázat a marketing és kommunikáció elemei mellett, konkrét vállalásokat fogalmazott meg, - a megvalósult intézmény működésének- további, tartós, hatékony közösségi használatának és hasznosításának fenntarthatóságáról is. A fenntarthatóság az elemek alaptevékenységén túl a vállalt egyéb szolgáltatásokra is vonatkozik. A projekt részelemei ezeket kibontják és nevesítik. Helyi szinten a projektek kommunikációjának erősítésével és tudatosabbá tételével a kedvezményezetteket kell ösztönözni és segíteni saját projektjeik sikeresebbé és eredményesebbé tételében.

b.) A többszintű projekt, stratégia szintjei:

Profiltól és mérettől függetlenül minden szervezet (projekt) számára elengedhetetlen, hogy folyamatos kapcsolatban legyen szűkebb és tágabb működési környezetével, partnereivel, ügyfeleivel, munkatársaival, valamint a tevékenységét kívülről vagy belülről - hangulatot és közvéleményt - befolyásoló szereplőkkel.

A kommunikációs stratégia kétszintű. A részprojektek elvégzik tevékenységükhöz kapcsolódóan saját feladatrendszerükhöz kapcsolódó feladataikat. Összehangolt arculati elemekre épülő, a többi projektet támogató tevékenységet folytatnak, speciális saját feladataik elsődleges megvalósítását célul kitűzve. Figyelnek és alkalmazkodnak, egyeztetnek, a központi projekt rendezvénytervében megjelenő elemekre. Azokat segítik, és saját tevékenységük során fel- és kihasználják.

A központi projekt a részprojektek egységbefogását, mérföldkövek lerakását végzi, melyhez a többi projekt igazodni tud, azok eredményeit és kommunikációs tevékenységét felerősíti, keretbe és rendszerbe foglalja, a kommunikációs PR és marketing, valamint reklám feladatokat egységesíti, azoknak keretet ad, a helyi médiaérdeklődést az események összevonásával országossá bővítheti. A részprojektek eseményeit beépíti és a teljes projektrendszer elemeinek egységét sugallja, folyamatosan megjeleníti, kommunikálja.

A megvalósítás időtartama alatt időben ütemezést valósít meg, a közfigyelem folyamatos fenntartását biztosítja, koncentrálja, és felerősíti.

A kommunikációra szánt pénzek felhasználását hatékonyabbá, tervezhetővé és átláthatóvá teszi.

A stratégia megvalósításában résztvevő társadalmi csoportok és személyek beazonosítása, részvételi lehetőségük biztosítása és a partnerségi kapcsolatok kialakítása a munkafolyamat elejétől nagy hangsúllyal kell, hogy szerepeljenek.

3. A pályázat megnyerése után, a szerződéskötést követően megvalósítandó feladatok

a) Általános elvek, feladatok:

Cél az összehangolt és egységes, valamint hatékony kommunikáció. A projekt elemeinek megjelenése egységes, a projektre jellemző, a projekt részeinek kapcsolódására utaló arculattal kell megjelenni. Az arculatnak meg kell felelni az Új Magyarország Fejlesztési Terv arculati kézikönyvének elemeivel és előírásaival, valamint tartalmazni kell a központi projekt egyedi logóját is.

Meg kell határoznunk, hogy kit akarunk elérni, mit akarunk kommunikálni, és hogyan akarjuk kommunikálni. A tervezés legelső lépése, hogy pontosan azonosítsuk a célközönségünket. Ezt követi a célok kijelölése, az eszközök megválasztása, majd a kampány végén (és esetenként közben is) a kommunikációs munka mérése és értékelése. Fontos, hogy mindig nálunk legyen a kommunikációs kezdeményezés, azaz elsősorban mi alakítsuk saját ismertségünket vagy imázsunkat.

b.) A célcsoport kiválasztása:

Célcsoport alatt legtöbbször meglévő és leendő ügyfeleinket értjük, azaz különböző szegmensek, pl. kor, életkor, lakóhely, foglalkozás szerint csoportosított emberek, akiket tevékenységünkkel megcélzunk. Az ügyfeleken kívül a célcsoport része továbbá minden olyan személy vagy szervezet, amelyeket tevékenységünkkel kapcsolatban állnak. Ide tartoznak többek között a munkatársak, ügyfelek, partnerek, beszállítók, alvállalkozók, szakmai érdekképviseleti 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 projekt megvalósítása során a célcsoport elemei vegyesen jelentkeznek.

A véleményalkotó, legnagyobb hosszú távú, véleményformáló réteg maga a lakótelep lakossága.

Az eredményesség szempontjából kiemelt célközönség. A projekt végső minősítői.

c.) A feladatterv fontosabb elemei:

A kommunikációs céljainkat a szakmai célok alapján határozzuk meg. Általában a legelső és legfontosabb feladat a szervezetünk vagy projektünk bemutatása, és annak világos kommunikálása, hogy a felhasználónak vagy rászorulóknak milyen előnyöket nyújt, azaz miért és hogyan vegye igénybe. A célok a projekt életciklusának függvényében változhatnak. Mászt kell kommunikálni a beruházás alatt (figyelemfelkeltés, bemutatás), a megnyitás után és a folyamatos működés során. A feladatterv a szerződéskötést követően kell, hogy megszülessen.

A feladatterv az előre tervezhető kommunikációs és marketing elemek számbavétele mellett tartalmazza az alábbi kérdésekre adott szakmai válaszokat:

MIT CSINÁLUNK?
MIKOR?
MIÉRT?
MILYEN ESZKÖZÖKKEL?
MENNYIÉRT?
MI A FORRÁS?
KI A FELELŐS?
KI VESZ RÉSZT AALÓSÍTÁSBAN?
RÉSZANYAGOK LEADÁSA?
HATÁRIDŐ?
HATÁSELEMZÉS, ÉRTÉKELÉS IDEJE, SZINTJE?
DOKUMENTÁLÁS, ARCHIVÁLÁS?
ELLENŐRZÉSI SZINT?

A megvalósítandó feladatok mellett azok elkészítéséhez szükséges pénzügyi fedezet nagyságát, forrását is meg kell jelölni. Összevonva a részprojektekből adódó lehetőségeket.

A feladatok az anyagi lehetőségek és a projekt vezetésének szakmai véleménye alapján szűkíthetők, ill. bővíthetők. A feladatok ütemezése a projektértekezlet döntése alapján, az építési és egyéb munkák időarányos teljesüléséhez igazítható.

Egy belső arculati tájékoztató segédlet kialakítása és közreadása segítheti a részprojektek munkáját. Ez a munka során szükséges nyomtatványok sablonját tartalmazza, egységes keretbe foglalt elemekkel.

Nem nyújthatunk jó szakmai szolgáltatást, ha ennek a híre nem a megfelelő célközönséghez jut el, vagy rossz formában (módosulva) éri el őket, ha nem ismerik a számukra fontos, elérhető előnyöket, akkor a pályázat megvalósítása nem lesz igazán sikeres.

4. A főprojekt központi rendezvényterve:

A főprojekt a megvalósítás során mérföldkövek kijelölésével segíti a részprojektek kommunikációját. A keretterv, mely kiegészülhet és bővíülhet, a részprojektek csatlakozó elemeivel az elemek összehangolt felerősítését szolgálja.

A rendezvényterv a pályázatban vállalt marketing – kommunikációs vállalások kibontásával az alábbi elemek és az elemekhez kapcsolódó PR, marketing és kommunikációs tartalmakat alkalmazza, azzal a megkötéssel, hogy a megvalósítás során a hordozó elemek aktualizálандók és az előrehaladás üteméhez és érdekeihez igazítандók. Az elemek azonos PR, kommunikációs és marketing hatású elemekkel felcserélhetők. Az eszközrendszer bemutatásra szolgál, minden esetben az aktuális kommunikándó hírüzenet eljuttatásának eszköze kell, hogy legyen. A cél eléréséhez szükséges hordozóváltás lehetősége adott kell, hogy legyen.

A projekt során keretet képező központi „méröldkő” eseményeket és vivő eszközöket az alábbi felsorolásban nevesítjük. Áttekintjük őket a pályázat során vállalt tájékoztatási követelmények alapján, és azok sorrendjében a kommunikációs vállalások tartalmi elemeinek főbb vonulata részletezve, a pályázati forrás keretösszegének tagolásával:

(A feltüntetett költségkeretek bruttó összegeket tartalmaznak)

„A” típusú hirdetőtábla 3x6 m

Kivitel: építési háló riglizve, arculati kézikönyv szerinti kialakítás 4+0 szín.
Vállalt mennyiség 2 db.

Tervezett költségkeret: xxxxx,- Ft
Határidő: 2009. szeptembertől folyamatosan

„B” típusú hirdetőtábla 1,5x3 m

Kivitel: 8 mm-es műanyag lap, táblanyomás, kültéri, 4+0 szín, arculati kézikönyv elemeivel.
Vállalt mennyiség 2 db.

Tervezett költségkeret: xxxxxx,- Ft
Határidő: 2009. szeptembertől folyamatosan

Nyomtatott sajtó

Sajtóanyag és fotóanyag biztosításával, helyi és országos sajtótermékek

Tervezett költségkeret: xxxxx,- Ft
Határidő: 2009. szeptembertől havi gyakoriság

Televízió

Országos TV: nyitó és záró rendezvény, kiemelt átadások, 2-4 alkalommal
Helyi TV előrehaladástól függő gyakorisággal, rendezvénytervben szereplő eseményekről folyamatosan.

Tervezett költségkeret: xxxxx,- Ft
Határidő: 2009. szeptembertől folyamatosan

Rádió

Nem alkalmazott eszköz

Internet banner

Pályázat során vállalttól eltérően plusz kötelezettségként betervezve.
Elhelyezés: önkormányzati portálon, önkormányzathoz, projektgazdához és projektvezetéshez kapcsolódó honlapokon.
Kivitel: internetes banner

Tervezett költségkeret: xxxxxx,- Ft
Határidő: folyamatosan, lehetőségektől függően, minimum 4 db

Sajtóközlemény

Országos sajtó felé: havi egy sajtóközlemény és fotóanyag MTI és hírügynökségek felé, valamint direkt sajtóanyag a TV-k, rádiós hír és gazdasági műsorok, valamint a napi, heti és havi újságok, magazinok felé egyedi E-mail lista alapján, internetes továbbítással, szerkesztett, átemelhető formában. Legalább 12 db.
Helyi sajtó felé: havi gyakorisággal, rendezvényterv elemei szerint, átadások ütemezése alapján. Legalább 12 db.

Határidő: 2009. júliustól folyamatosan
Tervezett költségkeret: xxxxxxx,- Ft

Szórólap vagy egyéb nyomdai kiadvány

Nem tervezett eszköz

PR-film

Nem tervezett eszköz

Reklámtárgy

Nem tervezett eszköz

Zöld szám

Nem tervezett eszköz

„C” típusú tájékoztatósi tábla A2 méret

Kivitel: 6 mm-es műanyag lap, táblanyomás, kültéri, 4+0 szín, arculati kézikönyv elemeivel.

Vállalt mennyiség 2 db.

Tervezett költségkeret: xxxxxx,- Ft
Határidő: 2009. szeptembertől folyamatosan

„D” típusú emlékeztető tábla A3 méret

Kivitel: réz tábla gravírozva

Vállalt mennyiség 2 db.

Tervezett költségkeret: xxxxxx,- Ft
Határidő: projektzáráskor, 2010. december

Nyitó rendezvény

Szabadtéri rendezvény.

Helyszín Havanna piac területe. A piaci forgatagra ráépült kezdéssel.

Időtartam 9-17 óráig

Tervezett elemek:

- Zenés reggeli ébresztő
- Egész nap ingyenes mászó fal a projektet hirdető transzparenszel
- Tájékoztató pult szórólappal, plakáttal, projektzászlóval
- Tájékoztató kivetítő bemutató a projekt elemeiről sátorban, a projekt internetes honlapjának bemutatása, népszerűsítése
- Kerekasztal beszélgetés a lakossággal a projektgazda és projektmenedzsment részvételével
- Részprojektek bemutatkozása, tájékoztatás, toborzás, stb. (részprojektek munkaterve alapján)
- Sajtótájékoztató
- Folyamatos, hangosított gépi térzene

Tervezett költségkeret: xxxxxx,- Ft
Határidő: 2009. szeptember 12.

Záró rendezvény

A projekt minden helyszínének bevonásával.

A záró rendezvény tervezett elemei:

- Sajtóbejárás a megvalósult építési helyszíneken
- Összevont avatási ceremónia több helyszínt érintve
- Sajtótájékoztató és sajtófogadás, a megújult közösségi házban a projekt és a részprojektek megvalósításáról
- Lakossági nyílt nap a megvalósult építési helyszíneken
- „Lakótelepi Mozi” kivetítős demo anyag, a projekt történetéről, menetéről
- Koncert, időjárástól függő helyszínen
- Nemzetközi táncfesztivál résztvevőinek táncos felvonulása és produkciója a sétányon
- Szüreti lovas kocsis felvonulás
- „Retro Diszkó” a sétányon
- Óriás Havanna léghajó (2nap) beharangozó reklám

Tervezett költségkeret: xxxxxx,- Ft

Határidő: 2010. szeptember

Egyéb rendezvény, konferencia

„Advent a lakótelepen”, több helyszínen és egyhetes időszámban.

A rendezvény elemei:

- Karácsonyi koncertek három helyszínen, templomokban
- Plakátos felhívások, figyelemfelkeltés
- Jótékonysági és kirakodó vásár
- Rászorultak részére ruha, játék, és tartós élelmiszer gyűjtése és átadása
- Ingyenes „gulyásagyú” egy alkalommal
- A projekt megvalósítóinak köszöntése, oklevelek kitüntetések, elismerések átadása
- Emlékeztető tábla avatása

Tervezett költségkeret: xxxxxxx,- Ft

Határidő: 2010. december eleje

Sajtótájékoztató

A projekt előrehaladásának két kiemelt mérföldkövével, összevont avatások alkalmával.

Egyedi sajtóanyag, helyi és országos médiumok bevonásával. Szerkesztett sajtóanyaggal, háttér dokumentációval, többszörös Email és DM megkeresésekkel, időszakos sajtó-ügyfélszolgálattal.

Tervezett költségkeret: xxxxxxx,- Ft

Határidő: alkalmoszerű

DM levélkampány

A projekt megvalósítása során folyamatosan.

A kampány a projekt indítás, zárás, és egyéb rendezvényeihez, valamint a projekt előrehaladásától függően félidőben, valamint kiemelt eseményekhez kapcsolódva legalább négy hullámban valósul meg.

A célközönség a lakótelep lakossága, postaládás terjesztéssel, szórólapos információval.

A projekt zárásakor a célközönség kiterjed a kerület teljes lakosságára, hasonló eszközzel.

Tervezett költségkeret: xxxxxxxx,- Ft

Határidő: 2009. szeptembertől folyamatos

Tele marketing

Nem tervezett eszköz

Közvélemény-kutatás

Nem tervezett eszköz

Önálló internetes honlap

Önálló honlap létrehozás és működtetése, arculati elemek felhasználásával, a részprojektek eredményeinek és előrehaladásának megjelenítését is bemutatva.

Bannercserék felhasználásával szélesebb tájékoztatás megvalósítása, interaktív kapcsolat megteremtésének lehetősége a lakossággal.

Tervezett költségkeret: xxxxx,- Ft
Határidő: 2009. szeptembertől folyamatos

Egyéb

A pályázatban szerepeltetett 5 db egyéb rendezvény részletezése

- Archiválás, fotódokumentáció készítése, prezentációk készítése, prezentációs sorozat lebonyolítása, a projekt bemutatása külső rendezvényeken, konferenciákon

Tervezett költségkeret: xxxxx,- Ft
Határidő: 2009. szeptembertől folyamatos

- 40 fő részére „Legyen esélyed” két napos, munkába visszavezető tréning lebonyolítása

Tervezett költségkeret: xxxxx,- Ft
Határidő: 2009. november

- Megújuló lakótelep szakmai konferencia

Tervezett költségkeret: xxxxx,- Ft
Határidő: 2010. március

- Egyedi kiadvány a Havanna lakótelep múltjáról, jelenéről, jövőjéről, tematikus tanulmánygyűjtemény megvalósítása

Tervezett költségkeret: xxxxx,- Ft
Határidő: 2009. szeptembertől folyamatos

- Összefoglaló, záró, a teljes projektet bemutató DVD hordozón megvalósított prezentáció készítése, hang kép, mozgókép és nyomtatott dokumentációs tartalommal.

Tervezett költségkeret: xxxxxx,- Ft
Határidő: 2009. szeptembertől folyamatos

Teljes tervezett bruttó költségkeret: xxxxxxxx,- Ft

A rendezvényterv a megvalósítás folyamán a részprojektek elemeivel folyamatosan bővül.

A folyamat során a értékelés, elemzés fázisait és az előrehaladást figyelembe véve a kommunikációs elemek a jelölt kereteken belül bővíhetnek, átalakulhatnak.

A projekt lebonyolításának időbeni lefutása indokolja, hogy a rendezvényterv tervezési szinten kerüljön tervezésre, annak aktualizálása a tervezett eszközrendszer felülvizsgálatával folyamatosan kerüljön módosításra, aktualizálásra.

A területhez kapcsolódó és ott futó egyéb rendezvények, melyek kommunikációs céljába beépíthető a projekt üzenete kapcsolt, kiegészítő rendezvényként hordozzák a főprojekt egyes elemeit, erősítsék és egészítsék ki azt, annak ellenére, hogy önálló elkülönült rendezvényként is szerveződhetnek. Ennek koordinálása a projekt megvalósítása során a projektgazda vezetésével és felügyeletével valósulhat meg.

5. A Főprojekt azonosító, egyedi arculati eleme

Az előírt és alkalmazott arculati kézikönyv kötelező elemein, a megvalósítók logóján kívül a központi projekt saját, minden alprojektben alkalmazandó, egyedi arculati elem, logó alkalmazását is tervezi. Ennek felhasználását a későbbi feladattervben szabályozza.

Az egyedi azonosító logó kapcsolódik a projekt területéhez, kiemeli egyediségét és identitást teremt a megvalósítás során, összekapcsolja és teret ad az országos és szűk területi, (lokálpatrióta) identitás tudatnak.

A logó az alábbi kialakításban kerül bevezetésre:

