

Støtteregler offentlighedsarbejde Interreg-projekter

Indholdsfortegnelse

1.	Indledning.....	2
1.1.	Netværk og multiplikatorer	2
1.2.	Planlægning af offentlighedsarbejde	2
1.3.	Oversigt over obligatoriske krav	3
2.	Interreg-logo og støttehenvisning (obligatorisk)	4
2.1.	Det officielle Interreg-logo (obligatorisk)	4
2.2.	Støttehenvisning (obligatorisk)	5
3.	Offentlighedsarbejde på tysk og dansk (obligatorisk).....	5
4.	Overdragelse af rettigheder til billedmateriale (obligatorisk)	6
5.	Online tilstedeværelse - websted (obligatorisk).....	6
6.	Sociale medier (obligatorisk).....	7
7.	Pressearbejde (obligatorisk)	8
8.	Synlighed (obligatorisk)	8
9.	Afslutningsarrangement (obligatorisk)	8
10.	Samarbejde med Interreg-administrationen (obligatorisk).....	9
10.1.	Dokumentation af offentlighedsarbejde (obligatorisk)	9
11.	Yderligere forslag til offentlighedsarbejde (valgfrit).....	9
11.1.	Corporate design	9
11.2.	Informationsmaterialer og reklameprodukter	10
11.3.	Nyhedsbrev	10
11.4.	Anvendelse af multimedier og visualitet	10
11.5.	Deltagelse i eksterne arrangementer	11

1. Indledning

Europa-Kommissionen, Interreg-administrationen og programpartnerne lægger stor vægt på Interreg-projekternes offentlighedsarbejde. Offentlighedsarbejdet har til formål at informere om anvendelsen, fordelene og virkningerne af de støttemidler, der er til rådighed under Interreg-programmet. Projekter, der modtager støtte, forpligter sig til passende og tilstrækkelige synligheds-, transparens- og kommunikationsaktiviteter for at formidle deres arbejde, aktiviteter og resultater til interesserede parter, offentligheden og beslutningstagere.

Konkret betyder det, at offentlighedsarbejdet skal overvejes og formuleres allerede i ansøgningsproceduren. Offentlighedsarbejdet er en obligatorisk del af projektansøgningen og projektgennemførelsen. Projekterne skal allerede under udarbejdelsen af ansøgningen gøre sig konkrete overvejelser om, hvordan offentlighedsarbejdet kan bruges som middel til at nå projektets mål og målgrupper. Offentlighedsarbejde er dermed et integreret og obligatorisk arbejdsområde i alle Interreg-projekter.

Projektarbejdet, den finansielle støtte fra Interreg Deutschland-Danmark og de opnåede resultater skal formidles rettidigt, målrettet og forståeligt. Potentialet for vellykket offentlighedsarbejde og synlighed ligger i hvert enkelt projekts succeshistorie — og dermed også i dit projekt!

Retningslinjen beskriver de obligatoriske krav til projekternes offentlighedsarbejde. Derudover beskrives yderligere forslag til offentlighedsarbejde (valgfrit).

1.1. Netværk og multiplikatorer

Sørg for at bruge projektets, de enkelte projektpartners og multiplikators netværk til at nå ud til dine målgrupper og informere dem om dit projekt. Synergieffekter, der opstår, når tredjeparter kommunikerer om projektet, er værdifulde.

1.2. Planlægning af offentlighedsarbejde

Det er vigtigt at kommunikere bevidst og på en måde, der passer til målgruppen. Dette skal du allerede give oplysninger om i ansøgningen. En gennemtænkt kommunikationsplan kan hjælpe dig med at få en god (projekt-)start. I første omgang kan du gøre dig tanker om følgende:

1. HVEM?	2. HVAD?	3. HVOR?	4. VIRKNING?	5. HVORNÅR?	6. ANSVAR?
Hvem er målgruppen?	Hvad er budskabet/temaet?	Medie, kommunikationsvej?	Hvad skal opnås?	Hvornår skal foranstaltningen starte og slutte?	Hvem er ansvarlig for gennemførelsen?
Målgruppe 1					
Målgruppe 2					

1. Hvem ønsker projektet at nå med målrettet kommunikation? Hvem er projektets målgruppe? Hvem interesserer sig for projektet? Hvem er vigtig for projektet?
2. Hvad vil projektet kommunikere til målgruppen/målgrupperne? Et budskab, en invitation til en begivenhed, resultater osv.?
3. Hvor og hvordan vil projektet nå målgruppen/målgrupperne? Gennem onlinemedier, trykte medier eller møder? Hvordan supplerer foranstaltningerne hinanden? Mulighederne for envejs- og tovejskommunikation¹ bør overvejes.
4. Hvilken virkning skal der opnås med kommunikationen? Hvad skal målgruppen/målgrupperne gøre som reaktion på kommunikationen? Er målet med kommunikationen øget viden, en påvirkning af holdning eller adfærd, en opfordring til handling osv.?
5. Hvornår starter og slutter en handling? Nogle handlinger forløber parallelt eller bygger på hinanden.
6. Hvem er ansvarlig for koordinering, planlægning og gennemførelse af en kommunikationsaktivitet i projektet?

1.3. Oversigt over obligatoriske krav

Følgende oversigt viser de obligatoriske krav, som Interreg-projekter, der modtager støtte, skal tage hensyn til i deres offentlighedsarbejde. Disse følger af artikel 36 i EU-forordning 2021/1059 samt artikel 50 i EU-forordning 2021/1060 samt af programspecifikke krav.²

Bemærk, at i tilfælde af manglende overholdelse af reglerne, er forvaltningsmyndigheden i henhold til artikel 36 (6) i EU-forordning 2021/1059 forpligtet til at gribe ind, hvis et projekt ikke har overholdt kravene til offentlighedsarbejde på trods af, at de er blevet bedt om at rette op på fejl eller mangler. Konkret betyder det, **at op til 2 % af Interreg-støtten kan annulleres**, hvis den pågældende støtte-modtager ikke opfylder sine forpligtelser.

Pkt. 2	Interreg-logo og støttehenvisning
Pkt. 3	Offentlighedsarbejde på tysk <u>og</u> dansk
Pkt. 4	Overdragelse af rettigheder til billedmateriale
Pkt. 5	Online tilstedeværelse – websted - 1) og 2) obligatoriske
Pkt. 6	Sociale medier
Pkt. 7	Pressearbejde

¹ Begrebet envejskommunikation beskriver en ensidig kommunikation. En afsender formidler et budskab, får (og forventer) ikke nogen reaktion fra modtageren. Begrebet tovejskommunikation beskriver i stedet en kommunikation mellem afsender og modtager, hvor rollerne som afsender og modtager skifter i løbet af kommunikationsprocessen.

² Se leadpartner-aftalens artikel 7, skabelon partnerskabsaftale § 16.

Pkt. 8	Synlighed
Pkt. 9	Afslutningsarrangement
Pkt. 10	Samarbejde med Interreg-administrationen
Pkt. 10.1.	Dokumentation over for Interreg-administrationen

2. Interreg-logo og støttehenvisning (obligatorisk)

2.1. Det officielle Interreg-logo (obligatorisk)

Projekter, der modtager støtte, er forpligtede til at anbringe det officielle Interreg-logo på alle kommunikationsmaterialer, dokumenter og støttede resultater (offline og online), så det er synligt og læsbart.



Deutschland – Danmark

Interreg-logoet findes i en tosproget version, dvs. med en tysk og en dansk støttehenvisning, og er også tilgængelig i en ensproget tysk, dansk og engelsk sprogversion, som hver især skal anvendes tilsvarende. De forskellige versioner af Interreg-logoet kan downloades på programmets hjemmeside.

Hvis der bruges yderligere logoer ud over Interreg-logoet (f.eks. et projektlogo eller partnerlogoer), skal følgende overholdes (Interreg Brandbook version 12.01.2023, s. 25):

HØJDE: Den maksimale højde for andre logoer svarer til højden på EU-flaget.

BREDDE: Det område, der er fastlagt til projektlogoet eller andre logoer, svarer til bredden af Interreg-logoet og EU-flaget tilsammen.

Andre logoer må ikke være dominerende i forhold til det officielle Interreg-logo. Størrelsesforholdet skal være sådan, at Interreg-logoet fremstår ligeværdigt eller mere fremtrædende. Interreg-logoet skal placeres i en størrelse, der gør, at støttehenvisningen til højre for EU-flaget er klart læsbar og tydelig. Proportionerne og farverne i Interreg-logoet må ikke ændres.

Eksempel 1:



Eksempel 2:



Vigtig information: Vores grafiske logo, dvs. det flerfarvede logo med cirklen og udsagnet "Vi støtter samhørighed", må **ikke** anvendes af projekter. Dette logo er en del af Interreg Deutschland-Danmarks corporate design. Projekterne bedes anvende det officielle Interreg-logo, som kan downloades.

2.2. Støttehenvisning (obligatorisk)

I forbindelse med alle projektets informations- og kommunikationstiltag skal der henvises til den finansielle støtte fra Interreg Deutschland-Danmark og Den Europæiske Union. Der henvises til støtten ved hjælp af den synlige og læsbare placering af Interreg-logoet (pkt. 2.1.). Interreg-logoet erstatter således den tidligere støttehenvisning som ekstra tekstmodul.

Ved kommunikationsforanstaltninger, hvor Interreg-logoet ikke kan placeres eller offentliggørelsen ikke kan kontrolleres, f.eks. i pressemeddelelser, så skal den finansielle støtte fra Interreg Deutschland-Danmark og Den Europæiske Union fremhæves i brødteksten.

I undtagelsestilfælde kan Interreg-logoet undlades. Dette gælder dog kun for små reklamematerialer, hvor teksten i logoet ville være ulæselig (f.eks. kuglepenne eller andre mindre genstande). I disse undtagelsestilfælde skal der gøres opmærksom på den finansielle støtte fra Interreg Deutschland-Danmark og Den Europæiske Union på en anden måde. Ved uddeling af spiseligt reklamemateriale kan en projektflyer eller et projektpostkort, der udleveres sammen med materialet, gøre opmærksom på den finansielle støtte.

Generelt skal projekterne sikre, at den finansielle støtte fra Interreg Deutschland-Danmark og Den Europæiske Union er tydelig og synlig på dokumenter og kommunikationsmateriale (f.eks. flyers, reklamemateriale) til gennemførelse af projektet, der er beregnet til offentligheden eller deltagere.

3. Offentlighedsarbejde på tysk og dansk (obligatorisk)

Projektet forpligter sig til at sikre, at offentlighedsarbejde foregår på både det tyske og danske sprog!

Et eksempel: På en flyer, et roll-up, en plakat eller lignende er enten begge sprog inkluderet, eller der findes en separat tysk og en separat dansk version.

Et andet eksempel: På projektets egen hjemmeside eller på projektets sociale medieplatforme skal der kommunikeres ligeværdigt på både tysk og dansk. Hvis projektpartnerne rapporterer om projektet på deres egne platforme, kan dette ske på det primære sprog (modersmål) for den respektive projektpartner. Teksten skal dog tydeligt angive, at det drejer sig om et tysk-dansk samarbejde, herunder en henvisning til Interreg-støtten. Hvis projektmedarbejdere bruger deres private profiler til at skrive om projektet, er der ingen krav fra Interregs side.

Engelsk er kun tilladt som supplerende sprog i offentlighedsarbejde i undtagelsestilfælde, dvs. hvis det er nødvendigt for at nå en bestemt målgruppe i projektet (f.eks. en international målgruppe). Offentlighedsarbejde på engelsk må ikke erstatte sprogene dansk og tysk. Et projektarrangement skal fx som minimum gennemføres på tysk *eller* dansk og skal ledsages af simultantolkning til det andet sprog (dansk/tysk). Derudover kan der *også* tilbydes en simultantolkning til engelsk. Disse krav gælder ikke ved interne arrangementer, som kun afholdes for repræsentanter for projektpartnere (inkl. netværkspartnere).

4. Overdragelse af rettigheder til billedmateriale (obligatorisk)

Projekterne forpligter sig til at overdrage brugsrettighederne og de økonomiske rettigheder til billedmaterialer til Interreg-administrationen.³ Billedmaterialet anvendes til offentlighedsarbejde i Interreg-programmet og evt. af EU-Kommissionen.

5. Online tilstedeværelse - websted (obligatorisk)

Kravene består af to obligatoriske dele og en valgfri del:

1) Projektunderside på Interreg-websted (obligatorisk)

Alle projekter, der modtager støtte, skal præsenteres på Interreg-programmets websted med deres egen projektunderside. Projektundersider oprettes og vedligeholdes af Interreg-sekretariatet ved hjælp af et fast layout. Projekter forpligter sig til at levere omfattende indhold på tysk og dansk til projektundersiden, så den fremstår attraktiv og indeholder aktuel og forståelig information. Interreg-administrationen specificerer hvordan og hvornår, der skal leveres indhold til webstedet.

2) Oplysninger på eget professionelt websted (obligatorisk for hver projektpartner)

Alle projektpartnere er forpligtet til kort at beskrive projektet, herunder mål og resultater og den finansielle støtte fra programmet Interreg Deutschland-Danmark og Den Europæiske Union på det

³ Som beskrevet i leadpartner-aftalens art. 7 og i skabelon til partnerskabsaftale § 16.

professionelle websted⁴, hvis et sådant findes. Det skal tydeligt fremgå, at projektet er støttet af Interreg Deutschland-Danmark. Dette sker bl.a. gennem korrekt brug af Interreg-logoet. Interreg-logoet skal ikke være placeret i sidehoved eller sidefod, det er tilstrækkeligt at placere Interreg-logoet i brødteksten.

3) Eget projektwebsted (valgfrit)

Projekterne kan selv vælge, om de vil oprette deres eget projektwebsted. Omkostningerne til et eventuelt websted skal allerede tages i betragtning i ansøgningen. Projektwebstedet skal have en klar merværdi og tydeligt adskille sig fra den information, der formidles på Interreg-webstedets projekt-underside.

Et projektwebsted skal være til rådighed på tysk og dansk, og Interreg-logoet skal placeres i sidehovedet øverst på startside. På undersider kan Interreg-logoet også placeres nederst i sidefoden.

Vigtig information: Hvis projektets hjemmeside eller projektets egne SoMe-kanaler fortsætter med at eksistere efter projektets afslutning, skal Interreg-logoet og henvisninger til Interreg-støtten også opretholdes. Selv om finansieringen ophører efter projektet, finansieres projektets resultater af Interreg Deutschland-Danmark og dette skal fortsat være synligt.

6. Sociale medier (obligatorisk)

Projekter forpligter sig til at være synlige på de sociale medier (SoMe). Alle projektpartnere er forpligtet til kort at beskrive projektet, herunder mål og resultater og den finansielle støtte fra programmet Interreg Deutschland-Danmark og Den Europæiske Union på de professionelle sociale medier, hvis disse findes. Det skal tydeligt fremgå, at projektet er støttet af Interreg Deutschland-Danmark.

Projekter og projektpartnere er forpligtet til at anvende følgende links samt hashtags i hvert enkelt opslag, så Interreg-programmet også kan anvende dem (reposting) og der kan foregå en interaktion:

- Link til @Interreg Deutschland-Danmark
- #Interreg, #EU og #madewithinterreg

Valgfrit: Projektet kan derudover også oprette sine egne SoMe-kanaler (f.eks. Facebook, LinkedIn, Instagram). Indlæg/opslag skal være skrevet på både tysk og dansk. Interreg-logoet skal placeres på forside-/profilbilledet eller i et fast opslag. I profilbeskrivelsen skal der henvises til den finansielle støtte fra Interreg Deutschland-Danmark. Husk altid links og hashtags her og i de respektive opslag.

Brug de synergieffekter, som opstår, når Interreg-programmet, andre Interreg-projekter og interessenter liker, deler eller kommenterer dit projekt. Sociale medier kræver en målrettet indsats. Overvej derfor, hvilket medie du vil bruge og hvilke sociale medier, der er udbredt i hhv. Tyskland og Danmark.

⁴ Det eksisterende websted, der tilhører den organisation / virksomhed / institution, der er involveret i projektet som projektpartner

7. Pressearbejde (obligatorisk)

Projekter forpligter sig til at offentliggøre mindst tre pressemeddelelser i løbet af projektperioden (gælder som standardperiode ved treårige projekter). Der skal altid offentliggøres en dansk og en tysk presstekst.

1. Pressemeddelelse 1: i begyndelsen af projektet (senest 6 uger efter leadpartner-aftale)
2. Pressemeddelelse 2: halvvejs i projektet
3. Pressemeddelelse 3: ved projektets afslutning.

Projekter er forpligtet til at fremhæve den finansielle støtte fra Interreg Deutschland-Danmark og Den Europæiske Union i pressemeddelelsens brødtekst. Projekter bør tilstræbe en omfattende mediedækning og gøre journalister opmærksomme på projektet med målrettede pressemeddelelser med en regional og lokal vinkel fra de involverede projektpartnere.

Interreg-programmets presseguide, som findes på programmets websted, giver dig tips og tricks til at skrive en god pressemeddelelse og til at få kontakt til journalister, derudover forklares forskellene mellem pressearbejdet i Tyskland og Danmark.

8. Synlighed (obligatorisk)

Projekter er forpligtet til, på et sted som er klart synligt for offentligheden (fx besøgende, kollegaer, samarbejdspartnere m.m.) at opsætte mindst en plakat i A3 eller større eller en tilsvarende elektronisk skærm med oplysninger om Interreg-projektet, hvor den finansielle støtte fra Interreg Deutschland-Danmark og Den Europæiske Union fremhæves.

Vær opmærksom på at anvende Interreg-logoet korrekt (se brand book). Tag også hensyn til projektets corporate design, hvis det foreligger (se punkt 11. Corporate Design).

Mobilt udstyr, der indkøbes til projektet og med Interreg-midler, skal tydeligt bære Interreg-logoet med henvisning til den økonomiske støtte fra Interreg Deutschland-Danmark og Den Europæiske Union. Logoets størrelse og art skal stå i et rimeligt forhold til udstyret. Vi anbefaler f.eks. at sætte et passende klistermærke på en bærbar projektcomputer.

Hvis du køber fast udstyr (ud over kontorudstyr) til projektet, skal dette også bære en synlig henvisning til støtten, se ovenfor. Dette gælder f.eks. laboratorieudstyr, der (delvist) er finansieret med Interreg-midler. Denne forpligtelse bortfalder, hvis en tilsvarende fast plade eller et skilt er monteret på den bygning, hvor udstyret er placeret.⁵

9. Afslutningsarrangement (obligatorisk)

Alle projekter forpligter sig til at tilrettelægge et passende afslutningsarrangement under hensyntagen til offentligheden, projektets målgrupper og interessenter, for at sikre synlighed og gennemsig-

⁵ Artikel 36 (4) c) EU-forordning 2021/1059. En A3-plakat er således ikke tilstrækkeligt.

tighed i det grænseoverskridende samarbejde og for at formidle de opnåede resultater. Konkret betyder det, at et arrangement, som kun involverer den interne projektpartnerkreds, ikke vil blive accepteret som et afslutningsarrangement.

Afslutningsarrangementet markerer projektets afslutning. Ved dette arrangement præsenteres bl.a. de konkrete projektresultater, der er opnået på grund af Interreg-støtten, og hvordan projektpartnerne vil bruge disse i det videre forløb. Arrangementets form og størrelse skal afspejle projektpartnerkabet og projektstørrelsen og derudover tale til målgruppen/målgrupperne.

Her skal der tages hensyn til, at offentligheden også informeres om projektsamarbejdet og resultaterne, enten ved at invitere offentligheden til afslutningsarrangementet og/eller ved at informere på sociale medier og/eller i en pressemeddelelse.

10. Samarbejde med Interreg-administrationen (obligatorisk)

Projekter, der modtager støtte, forpligter sig til et proaktivt og kontinuerligt samarbejde/udveksling med Interreg-administrationen, herunder til at levere bidrag til nyhedsbrevet (pkt. 13.) samt indhold til Interreg-programmets websted. Projekter er forpligtet til at levere aktuelle informationer og indlæg på tysk og dansk til Interreg-sekretariatet, så der altid er forståelige og aktuelle informationer tilgængelige for offentligheden.

Samarbejdet handler derudover om erfarings- og vidensdeling samt om at bidrage til formidling af resultater.

10.1. Dokumentation af offentlighedsarbejde (obligatorisk)

Projekter er forpligtet til at berette om de gennemførte tiltag i offentlighedsarbejdet i forbindelse med fremdriftsrapporten. Til det formål er der særskilte bestemmelser for, hvilke dokumenter der kræves som bevis.

11. Yderligere forslag til offentlighedsarbejde (valgfrit)

11.1. Corporate design

Et corporate design, dvs. den visuelle identitet, er et samlet, ensartet billede af et projekt. Du bør overveje, om et corporate design er en fordel for projektet. Med til et corporate design hører blandt andet identifikation af et logo, og de farver og elementer, som gennem kommunikationstiltagene skaber en rød tråd og garanterer dit projekt en genkendelseeffekt.

Det giver mulighed for at kombinere et projektnavn med Interreg-logoet og derudfra videreudvikle et corporate design. Hvis du ønsker flere oplysninger, henviser vi til brand book (side 25) på hjemmesiden.

11.2. Informationsmaterialer og reklameprodukter

For at markedsføre projektet kan der produceres og anvendes forskellige informationsmaterialer og reklameprodukter. Trykte materialer såsom flyers, postkort eller brochurer giver talrige muligheder for at beskrive projektet og præsentere det visuelt.

Hvis du planlægger at præsentere projektet og projektresultaterne ved forskellige arrangementer, kan der også købes en udstillingsstand og/eller roll-ups.

Reklameprodukter, f.eks. kuglepenne eller bolsjer, men også (a)typiske reklameprodukter, der afspejler produktets karakter, kan skabe opmærksomhed omkring projektet.

Informationsmaterialer og reklameprodukter bør fremstilles efter behov og målgruppe. Materialerne bør produceres miljøvenligt, anvendes bæredygtigt og fordeles målrettet til relevante målgrupper.

Informationsmaterialer skal være på tysk og dansk, enten tosproget (tysk/dansk) eller i separate sprogversioner (tysk og dansk), så længe de passer til målgruppen. Det skal som altid være tydeligt, at der er tale om et tysk-dansk samarbejdsprojekt, f.eks. ved hjælp af en kort beskrivelse. Interreg-logoet skal altid placeres, så det er synligt og læseligt (for- eller bagside). Du kan se flere oplysninger om korrekt anvendelse af Interreg-logoet og støttehenvísningen i pkt. 2.

11.3. Nyhedsbrev

For hele tiden at øge bevidstheden i målgrupperne, anbefales det at udsende et nyhedsbrev regelmæssigt. I nyhedsbrevet kan du informere målgruppen/målgrupperne om projektaktiviteter, projektfremskridt og -resultater. For at nyhedsbrevet lever op til sit formål, må du først bestemme, hvor tit det skal udgives og sendes ud.

Projekter, der modtager støtte, opfordres til at bruge Interreg-programmets nyhedsbrev til at gøre opmærksom på projektet, dets fremskridt og resultater. Send relevant indhold til nyhedsbrevet til de kommunikationsansvarlige i Interreg-sekretariatet i form af informative, aktuelle, forståelige og tiltalende bidrag i god kvalitet på både tysk og dansk (allerede oversat), samt oplysende billedmateriale i god kvalitet. Efter korrektur i Interreg-sekretariatet offentliggøres et projektbidrag i nyhedsbrevet.

Desuden anbefaler vi, at støttemodtagere abonnerer på Interreg-nyhedsbrevet for ikke at gå glip af relevante råd og informationer vedrørende projektgennemførelsen.

11.4. Anvendelse af multimedier og visualitet

Vi vil gerne opfordre projekterne til, foruden de traditionelle kommunikationsformer og tekststungete kommunikationsmedier, at supplere med f.eks. videoer, lydoptagelser, infografikker eller grafik, billeder og animationer, podcasts osv. Engager dig i målgruppen/målgrupperne og skab interesse. Grafiske elementer og (bevægelses)billeder kan supplere tekster og gør ofte læsningen lettere og indholdet mere forståeligt — dette gælder både for trykte medier og onlinemedier.

Når der produceres videoer, skal de også indeholde det officielle Interreg-logo. Enten i introen eller i outroen. Det er ikke tilstrækkeligt, at videoen er placeret på et websted med Interreg-logoet. Interreg-logoet skal indgå i videoen, så det også er synligt, hvis videoen bruges og afspilles "uden for" hjemmesiden.

11.5. Deltagelse i eksterne arrangementer

Ud over gennemførslen af egne projektarrangementer er det lige så relevant at deltage i eksterne arrangementer. Det anbefales at have et nært samarbejde med andre aktører/projekter igennem hele projektperioden, for således at have muligheden for at præsentere projektet ved eksterne arrangementer. Det kan f.eks. være i form af foredrag, markedsføring (stand med materialer), erfaringsudveksling osv. På denne måde når projektet også ud til andre målgrupper, det udvider sit netværk, samler erfaringer og udfører offentlighedsarbejde.

Et tilbagevendende arrangement er [European Cooperation Day \(ecday.eu\)](http://ecday.eu). Hvert år i ugerne omkring den 21. september fremhæves og fejres det grænseoverskridende samarbejde med store og små arrangementer og aktiviteter i hele Europa. Vi opfordrer vores Interreg-projekter til at fejre EC Day og andre regionale og europæiske "International Day of...", som har relevans for det enkelte projekt og det europæiske samarbejde og til at udnytte muligheden for offentlighedsarbejde.

Har du spørgsmål, er du velkommen til at kontakte Interreg-sekretariatet
Christina Ehlers, ceh@rsyd.dk, tlf. +45 76638236