



UNIUNEA EUROPEANĂ



Instrumente Structurale
2014-2020

CeS-UTCN - Excelența Științifică și Specializare Inteligentă prin crearea unui Centru Suport dedicat facilitării accesului entităților publice și private la proiecte/competiții CD

Proiect cofinanțat din Fondul European de Dezvoltare Regională prin
Programul Operațional Competitivitate



Avizat,

Manager de proiect,

Prof.dr.ing. Nemeș Ovidiu

GHID DE BUNE PRACTICI PRIVIND COMUNICAREA, DISEMINAREA ȘI EXPLOATAREA ÎN PROIECTELE DE TIP ORIZONT EUROPA

CUPRINS

Comunicarea, Diseminarea și Exploatarea în proiectele de tip Orizont Europa.....	3
Bune practici privind crearea unui plan bun de diseminare și exploatare în cadrul propunerii de proiect.....	6
Cum se pot disemina rezultatele unui proiect de tip Orizont Europa?.....	10
Referințe	13

Comunicarea, Diseminarea și Exploatarea în proiectele de tip Orizont Europa

În cadrul finanțărilor de tip Orizont Europa este cerută o planificare a trei dimensiuni diferite: comunicare, diseminare și exploatare. De multe ori acestea sunt folosite ca și sinonime, dar trebuie abordate diferit în fiecare propunere de proiect.

- Comunicarea → se referă la promovarea strategică a proiectului și a rezultatelor sale prin canale de comunicare adecvate (de exemplu, comunicate de presă, evenimente pentru public, canale de social media etc.);
- Diseminarea → se referă la efortul de a face cunoscute rezultatele proiectului acelor comunități care le pot utiliza cât mai bine (de exemplu, publicațiile și conferințele științifice, dar și broșuri pentru potențiali parteneri);
- Exploatarea → se referă la utilizarea rezultatelor cercetării, inclusiv prin crearea de produse și servicii noi (de către instituțiile care au participat la proiect sau de către alții).

<p>Comunicarea Promovarea acțiunilor și a rezultatelor <i>Informarea, promovarea și comunicarea activităților</i> Atingerea mai multor audiențe Cetățeni, mass-media, părți interesate Cum?</p> <ul style="list-style-type: none">• Având o strategie bine concepută;• Transmiterea unor mesaje clare;• Utilizarea canalelor media adecvate. <p>Când? De la începutul acțiunii până la sfârșit</p> <p>De ce?</p> <ul style="list-style-type: none">• Implicarea cu părțile interesate;• Atragerea celor mai buni experți în echipă;• Generarea de cerere pe piață;• Creșterea gradului de conștientizare a modului în care sunt cheltuiți banii publici;• Demonstrarea succesului colaborării europene. <p>Obligație contractuală a Acordului de Grant</p>	<p>Diseminarea Publicarea rezultatelor <i>Open Science: cunoștințe și rezultate pentru a fi utilizate de alții</i> Doar pentru cercetători?</p> <p>Nu numai, ci și altor persoane care pot învăța din rezultatele obținute: autoritățile, industria, factorii de decizie politică, societatea civilă.</p> <p>Cum? Publicarea rezultatelor în:</p> <ul style="list-style-type: none">• Reviste științifice;• Conferințe științifice;• Baze de date. <p>Când? În orice moment, de îndată ce acțiunea are rezultate</p> <p>De ce?</p> <ul style="list-style-type: none">• Maximizarea impactului rezultatelor;• Permite altor cercetători să facă un pas în față;• Contribuie la progresul tehnicii de vârf;• Transformarea rezultatelor științifice într-un bun comun. <p>Obligație contractuală a Acordului de Grant</p>	<p>Exploatarea Utilizarea concretă a rezultatelor <i>Scopuri comerciale, societale și politice</i> Doar de către cercetători?</p> <p>Nu numai, ci și:</p> <ul style="list-style-type: none">• Industria, inclusiv IMM-urile;• Persoane care le pot utiliza în mod corespunzător: autoritățile, industria, factorii de decizie politică, societatea civilă. <p>Cum?</p> <ul style="list-style-type: none">• Crearea de foi de parcurs, prototipuri, softuri;• Schimbul de cunoștințe, competențe, date. <p>Când? Spre final și după aceea, de îndată ce acțiunea are rezultate exploatabile.</p> <p>De ce?</p> <ul style="list-style-type: none">• Să conducă la noi acte legislative sau recomandări;• În beneficiul inovării, al economiei și al societății;• Contribuie la soluționarea unei probleme și răspunde la o cerere existentă. <p>Obligație contractuală a Acordului de Grant</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Programul Orizont 2020 vs Programul Orizont Europa

În Programul Orizont 2020:

- comunicarea și diseminarea erau o anexă a proiectelor de cercetare și erau considerate niște acțiuni care trebuie făcute la un moment dat;
- activitățile de diseminare și exploatare nu făceau parte din construcția strategică a proiectului, ci erau niște acțiuni care trebuiau făcute după finalizarea proiectului;
- nu se pleca de la nevoile utilizatorilor, ci de la descrierea etapelor de implementare a proiectului.

În programul Orizont Europa:

- activitățile de diseminare și exploatare trebuie să fie mai bine gândite de la început și integrate pe parcursul întregului proiect;
- cu excepția cazului în care programul de lucru prevede altfel, propunerile vor cuprinde un *plan de exploatare și de diseminare a rezultatelor*;
- în 6 luni de la acceptarea proiectului, trebuie livrată o întreagă strategie de comunicare articulată și coerentă;
- trebuie să existe o continuă raportare a activităților de diseminare și exploatare (chiar și după finalizarea proiectului).

Canale și Instrumente de Comunicare, Diseminare și Exploatare

- Site-uri web;
- Articole în presă;
- Articolele publicate în reviste științifice „peer reviewed”;
- Interviu, informări pentru mass-media;
- Comunicate de presă;
- Materiale promoționale: pliante, postere, fișe informative;
- Prezentări, expoziții, ateliere de lucru;
- Buletine informative;
- Bloguri;
- Videoclipuri, animații;
- Participarea la evenimente;
- Social media;
- Podcast-uri;
- Instrumentele Comisiei Europene.

Unele canale și instrumente pot fi utilizate atât pentru DISEMINARE, cât și pentru COMUNICARE și EXPLOATARE.

Instrumente ale Comisiei Europene utilizate pentru ● comunicare, ● diseminare și ● exploatare

- **Povești de succes din domeniul cercetării și inovării:** o colecție a celor mai recente povești de succes din cadrul proiectelor de cercetare și inovare finanțate de UE. [Link](#) ● ● ●

- **Horizon Dashboard:** o platformă de cunoștințe intuitivă și interactivă de unde se pot extrage statistici și date despre programele de cercetare și inovare ale UE - sortarea pe teme, țări, organizații, sectoare, precum și pe proiecte și beneficiari individuali. [Link](#) ●●
- **CORDIS:** articole și publicații multilingvistice care evidențiază rezultatele cercetării, bazate pe o bază de date deschisă cu informații despre proiectele UE. [Link](#) ●●●
- **Revista Horizon:** cele mai recente știri și articole cu privire la proiectele de cercetare inovatoare finanțate de Uniunea Europeană. [Link](#) ●
- **Premiul Horizon Impact:** un premiu anual pentru a recunoaște și a sărbători proiectele remarcabile care și-au folosit rezultatele pentru a aduce valoare pentru societate. Premiul permite persoanelor sau echipelor de cercetare să își prezinte cele mai bune practici și realizări și să inspire alți cercetători, care beneficiază de finanțare europeană, să maximizeze impactul cercetării lor. [Link](#) ●
- **Radarul inovării:** o metodă bazată pe date, axată pe identificarea inovațiilor cu potențial ridicat și pe inovatorii-cheie care se află în spatele acestora, în cadrul proiectelor de cercetare și inovare finanțate de UE. [Link](#) ●●
- **Platforma de rezultate Horizon:** o platformă publică care găzduiește și promovează rezultatele cercetării, extinzând astfel oportunitățile de exploatare. Aceasta contribuie la reducerea decalajului dintre rezultatele cercetării și generarea de valoare pentru economie și societate. [Link](#) ●●
- **Horizon Results Booster :** un serviciu gratuit în cazul în care se dorește utilizarea unuia dintre aceste servicii: ●●
 1. Strategia de diseminare și exploatare a portofoliului;
 2. Elaborarea unui plan de afaceri;
 3. Sprijin pentru lansarea pe piață. [Link](#)

Bune practici privind crearea unui plan bun de diseminare și exploatare în cadrul propunerii de proiect

Prezentarea unui mod credibil de a introduce inovația pe piață și de a contribui la extinderea organizației este esențială pentru programul de finanțare Orizont Europa (precum și pentru fostul program Orizont 2020). Prin urmare, secțiunea "Impact" este poate cea mai importantă dintr-o propunere de proiect Orizont Europa, chiar mai importantă decât inovația în sine sau decât implementarea acesteia. Secțiunea "Impact" este de obicei împărțită în trei subcategorii: exploatarea rezultatelor (inclusiv planul de diseminare și exploatare, precum și sarcinile de comunicare), strategia de pătrundere pe piață (inclusiv planul de afaceri, schema de prețuri, lanțul de aprovizionare) și evaluarea proprietății intelectuale și de reglementare.

Mai jos vor fi prezentate informații despre prima subcategorie și anume Planul de diseminare și exploatare, precum și sarcinile de comunicare în cadrul unei propuneri de proiect Orizont Europa.

Importanța promovării rezultatelor proiectului

Conform glosarului oficial al Comisiei Europene, rezultatele unui proiect finanțat de către Uniunea Europeană reprezintă orice produs tangibil sau intangibil al acțiunii, cum ar fi datele, cunoștințele și informațiile, indiferent de forma sau natura lor, indiferent dacă pot fi sau nu protejate. Acestea sunt realizările generate în timpul proiectului, care pot crea un impact în timpul și/sau după procedura de finanțare UE.

Promovarea acestor rezultate ale unei propuneri de proiect este cheia pentru comercializarea acestuia. După cum s-a menționat mai sus, indiferent de cât de inovator din punct de vedere tehnologic este un proiect, dacă nu există un plan cuprinzător de răspândire pe piața națională, europeană și, eventual, mondială, succesul comercial al acestuia este în joc. Comercializarea este pasul care trebuie urmat și care duce la pătrunderea proiectului pe piață.

Bariere comune care stau în calea unor activități de comunicare, diseminare și exploatare eficiente

Solicitanții subestimează destul de des importanța demonstrării unui plan clar, chiar și preliminar, de diseminare și exploatare în momentul depunerii unei propuneri de proiect. Principalele motive sunt:

- Percepția neclară a diferenței dintre comunicare, diseminare și exploatare;
- Concentrarea pe punerea în aplicare și validarea obiectivelor tehnice, deoarece deseori cercetătorii consideră în mod greșit că focusarea pe elementele de comunicare, diseminare și mai ales exploatare este timpurie în faza de elaborare a propunerii de proiect;
- Lipsa de discuții comune în cadrul consorțiilor în proiectele de colaborare.

În continuare, vor fi definite cele trei concepte principale (comunicare, diseminare, exploatare) și vor fi defalcate obiectivele fiecăreia dintre ele, obiective pe care evaluatorii se așteaptă să le vadă într-o propunere UE.

Activități de comunicare pentru un proiect de tip Horizon Europe

Activitățile de comunicare se bazează pe luarea de măsuri strategice și specifice pentru promovarea proiectului în sine și a rezultatelor sale în fața unor audiențe multiple, inclusiv a mass-mediei și a publicului.

La fel ca celelalte două concepte, activitățile de comunicare depind în mare măsură de natura rezultatului (rezultatelor) final(e) al(e) proiectului. Cu toate acestea, este esențial să existe un plan strategic, o abordare holistică, pe lângă orice eforturi ad-hoc necesare și să se definească obiective clare de comunicare, cum ar fi: creșterea gradului de conștientizare cu ajutorul instrumentelor online/offline și încercarea de a defini aceste instrumente, stabilirea de sinergii cu organisme externe, cum ar fi asociațiile naționale/internaționale, obținerea unei vizibilități ridicate în cadrul comunității științifice, prin intermediul unor mesaje puternice. Obiectivele-cheie care se pot aplica fiecărei propuneri sunt:

- Atingerea societății în ansamblul ei și, în special, a unor audiențe specifice;
- Să demonstreze modul în care finanțarea UE contribuie la abordarea provocărilor societale (inclusiv din punct de vedere socio-economic), evidențiind abordarea de mediu, dacă este cazul;
- În era Covid-19, orice relevanță (in)directă a proiectului cu pandemia poate fi foarte apreciată.

Set de instrumente de comunicare

Instrumentele comune care pot servi acestui scop sunt:

- identitate vizuală și brand (de exemplu, un logo preliminar al proiectului);
- site web și blog al proiectului;
- materiale informative (atât imprimabile - bannere, afișe, pliante - cât și multimedia - videoclipuri, pliante digitale);
- buletine informative și utilizarea extensivă a rețelelor de socializare (crearea de campanii pentru publicul țintă);
- participarea la evenimentele din industrie (va aduce un plus de valoare dacă se face o primă cercetare a evenimentelor potențiale la care solicitantul ar putea fi interesat să participe);
- realizarea de publicații comerciale în reviste și bloguri online/offline.

Corelarea fiecărui instrument potențial cu o dată țintă în cadrul calendarului proiectului (de exemplu, lansarea site-ului web până în luna 3) și cu o valoare țintă (de exemplu, participarea la cel puțin patru conferințe pe durata proiectului) va arăta evaluatorilor faptul că a fost realizat cel puțin un plan preliminar de comunicare pentru proiect.

Comunicarea prin colaborări

Crearea de sinergii și acțiuni comune cu proiecte asemănătoare este o practică foarte susținută de orice program al Uniunii Europene.

De ce?

- Accesarea unui public mai larg;

- Îmbunătățirea vizibilității;
- Câștigarea de noi urmăritori.
Cum?
- Campanii online;
- Ateliere de lucru;
- Evenimente;
- Postări pe blog;
- Publicații academice.

Activități de diseminare pentru un proiect de tip Horizon Europe

Activitățile de diseminare reprezintă orice acțiune legată de dezvăluirea publică a rezultatelor proiectului prin orice mijloace adecvate, inclusiv prin publicații științifice. Separarea conceptului și a obiectivului planului de diseminare și comunicare este un lucru pe care solicitanții îl înțeleg destul de greu de multe ori. Principala diferență constă în faptul că activitățile de comunicare se referă la proiect și la rezultatele acestuia, în timp ce planul de diseminare se referă doar la rezultate. Pentru un plan de diseminare cuprinzător, este important:

- să se facă o selecție clară a obiectivelor de diseminare (de exemplu, promovarea acordurilor cu investitorii sau partenerii comerciali, creșterea gradului de conștientizare în anumite segmente de piață);
- să se desemneze responsabilitate partenerilor privind diseminarea.

Principalele obiective ale strategiei de diseminare sunt:

- Identificarea înțeleaptă a rezultatelor care urmează să fie diseminate și transferul de cunoștințe și rezultate către aceste părți interesate care le pot utiliza cel mai bine;
- Să identifice canalele de diseminare adecvate;
- Maximizarea impactului cercetării;
- Monitorizarea și maximizarea efectelor activităților de diseminare.

Prin atingerea acestor obiective, solicitanții nu numai că vor consolida și vor crește gradul de conștientizare a profilului lor pe piață, dar vor preveni, de asemenea, pierderea rezultatelor. Așadar, activitățile de comunicare au ca scop creșterea gradului de conștientizare a proiectului și a rezultatelor sale. În același timp, planul de diseminare intenționează să facă rezultatele disponibile pentru utilizare, permițând utilizarea și asimilarea lor de către anumite audiențe, care pot utiliza rezultatele în propria activitate (de exemplu, comunitatea științifică, actorii industriali sau alți actori comerciali, factorii de decizie politică, organizațiile profesionale).

Principalele instrumente pentru a realiza acest lucru sunt:

- publicații științifice în reviste relevante;
- partajarea rezultatelor pe rețele sociale (date de cercetare, software, rapoarte);
- organizarea de sesiuni de formare și de ateliere de lucru;
- un eveniment final al proiectului pentru a face demonstrații clienților.

Activități de exploatare pentru un proiect de tip Horizon Europe

Activitățile de exploatare au un domeniu de aplicare mai larg în comparație cu comunicarea și diseminarea. Acestea pot include acțiuni precum utilizarea rezultatelor proiectului în alte activități de cercetare, altele decât cele acoperite de proiectul în cauză, dezvoltarea, crearea și comercializarea unui produs sau proces, crearea și furnizarea unui serviciu sau chiar în activități de standardizare. Principala diferență dintre conceptele menționate anterior este faptul că principalul obiectiv al planului de exploatare este utilizarea rezultatelor în scopuri societale, științifice, financiare sau chiar politice (de exemplu, concretizarea valorii și a impactului activităților de cercetare și inovare pentru provocările societale).

Partenerii de proiect sunt primii care exploatează rezultatele proiectului, prin eforturi proprii, sau facilitează exploatarea de către alții (de exemplu, prin punerea la dispoziție a rezultatelor sub licențe deschise). Acest lucru poate avea loc prin acțiuni de gestionare a inovării, gestionarea drepturilor de autor, planul de gestionare a datelor și implicarea părților interesate/utilizatorilor.

Instrumentele comune pentru aceste direcții sunt:

- publicarea de brevete;
- înființarea de societăți spin-off sau de start-up-uri;
- practicile de licențiere;
- utilizarea rezultatelor în scopuri academice (doctorat, postdoctorat).

Planul de diseminare și exploatare depus nu este cel final!

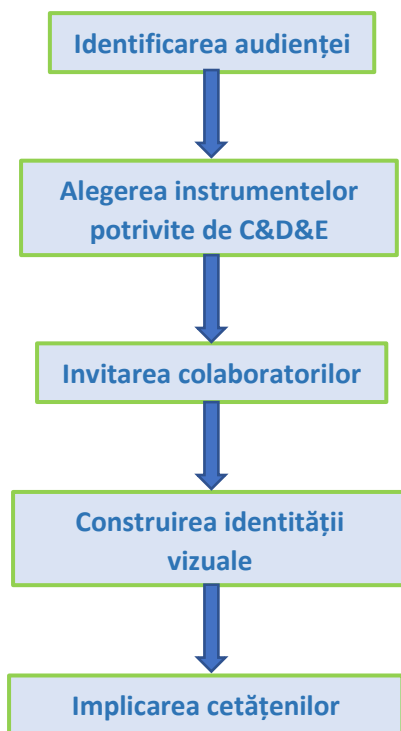
Acesta este un aspect important de care toți solicitanții trebuie să fie conștienți. Planul care trebuie prezentat în propunerea de proiect, precum și alte aspecte (de exemplu, proiecțiile financiare, strategia de stabilire a prețurilor, chiar și planul de afaceri) nu este neapărat cel final. Proiectele finanțate de către Uniunea Europeană sunt foarte dinamice, mai ales dacă ținem cont de evoluția și progresele care pot avea loc între momentul depunerii cererii de finanțare și implementarea efectivă a proiectului și finalizarea acestuia.

Ca atare, un proiect finanțat de către Uniunea Europeană trebuie:

- Să actualizeze planurile în funcție de progresul și de rezultatele emergente ale proiectului;
- Să ia în considerare schimbările intervenite în rândul părților interesate, în contextul de lucru și în utilizarea potențială a rezultatelor pe parcursul derulării proiectului;
- Să raporteze actualizările periodice.

Cum se pot disemina rezultatele unui proiect de tip Orizont Europa?

Identificarea măsurilor potrivite pentru a maximiza impactul proiectului



În cadrul secțiunii "Impact" din modelul de propunere de proiect se găsește secțiunea 2.2 *Măsuri de maximizare a impactului - Diseminare, exploatare și comunicare*. După cum se precizează în template, trebuie furnizat un "[plan de diseminare și exploatare, inclusiv activități de comunicare](#)" care, dacă este posibil, nu ar trebui să aibă mai mult de cinci pagini, inclusiv secțiunea 2.3 *Rezumat*, o secțiune care este complet nouă pentru acest program de finanțare.

Spațiul care ar trebui dedicat acestei părți specifice este mult mai mic decât cel din programul anterior, Orizont 2020. Cu toate acestea, evaluatorii trebuie să poată vedea strategia și modul în care se intenționează sprijinirea și implementarea proiectului, ținând cont în același timp de rezultatele pe termen lung. În această etapă trebuie acoperite următoarele puncte principale: grupurile țintă, măsurile de comunicare utilizate pentru a promova proiectul pe întreaga durată de viață, trebuie enumerate obiective clare și, în cele din urmă, instrumentele și canalele care vor fi utilizate pentru a ajunge la grupurile țintă. Foarte important este și includerea unui

plan de urmărire cu măsuri care pot fi puse în aplicare chiar și după încheierea proiectului.

Pasul 1: Obiective de comunicare și diseminare

Odată ce se cunoaște ce impact intenționează să aibă proiectul de cercetare, se pot contura obiectivele de diseminare și comunicare. Acestea pot fi legate de creșterea gradului de conștientizare, furnizarea de informații despre un anumit subiect, crearea unei nevoi în grupurile țintă.

Pasul 2: Publicul țintă

Trebuie întocmită o hartă a publicului proiectului și o hartă a părților interesate. Partenerii trebuie implicați în realizarea hărții părților interesate pentru a putea enumera grupuri țintă foarte specifice în ceea ce privește domeniile și zonele geografice. Se începe prin a identifica cine ar putea fi interesat de cercetarea din cadrul proiectului, cine ar putea contribui la activitate și la rezultatele finale, cine ar putea fi afectat de rezultatele cercetării și cine - persoane fizice, organizații, ONG-uri etc. - poate ajuta la contactarea persoanelor potrivite. Aceste aspecte trebuie gândite la scară largă, la nivel regional, național, și internațional.

Includerea grupurilor potrivite și precizarea acestora poate fi extrem de dificilă. Trebuie luate în considerare părțile interesate din mediul academic, politică, industrie și societate: aceste patru grupuri reprezintă componentele de bază ale unui sistem de inovare și trebuie să fie vizate în propunerea de proiect. Interacțiunea dinamică dintre aceste patru grupuri poate fi un pion cheie în obținerea unor rezultate de cercetare cu impact.

Pasul 3: Instrumente și canale

Odată ce audiențele specifice au fost definite, se pot lua în considerare instrumentele și canalele necesare pentru a ajunge la ele. Trebuie avut în vedere orice mijloc de comunicare și diseminare, de la canalele de socializare, la broșuri și pliante, la articole științifice și până la organizarea unei discuții în cadrul unui eveniment.



LinkedIn



Facebook



Twitter



Instagram



TikTok

Un management eficient al rețelelor de socializare înseamnă mai mult decât a scrie o postare o dată pe săptămână. Necesită construirea de conexiuni, liste, crearea de elemente vizuale care să atragă atenția privitorului și scrierea de mesaje convingătoare care pot declanșa acțiuni din partea cititorului. Timpul implicat pentru punerea în aplicare a acțiunilor de diseminare și comunicare trebuie să fie luat în considerare și în etapa redactării propunerii de proiect și ar trebui să fie legat de alocările bugetare și de distribuirea sarcinilor.

De ajutor ar fi și câteva cercetări privind proiectele anterioare în domenii similare. Trebuie analizat ce canale de comunicare și diseminare au fost utilizate, dacă acestea au funcționat, trebuie efectuate studii de piață, deoarece acestea pot conduce la idei și abordări noi.

Modalități de accesare și implicare a audienței:

- Conținut de calitate;
- Conținut divers;
- Anunțuri plătite;
- Măsuri convenționale/neconvenționale;
- Asocierea cu alte proiecte UE.

Pasul 4: Indicatori cheie de performanță (KPI) și obiective

Progresul poate fi urmărit utilizând cifrele. Trebuie făcută o distincție clară între indicatorii cheie de performanță și obiective. Indicatorii cheie de performanță reprezintă metricile pe care un cercetător le alege pentru a urmări anumite obiective. Ținta este alcătuită din cifrele care trebuie folosite pentru atingerea obiectivelor. De cele mai multe ori, cercetătorii nu știu cu adevărat ce numere să folosească drept ținte. Și, ceea ce se întâmplă de obicei este că metrica aleasă nu se potrivește cu obiectivul, sau numerele alese sunt nerealiste.

Trebuie selectate valori realiste ale indicatorilor de performanță, indicatori care captează atenția evaluatorilor, cum ar fi de exemplu: cuantificarea numărului de urmăritori, câte persoane au văzut postarea, mențiuni și distribuiri pe rețelele sociale, sau fișe de prezență în cadrul participării la evenimentele unde sunt promovate rezultatele proiectului, chestionare pentru a urmări câți participanți au auzit de rezultatele proiectului, etc.

Acești indicatori cheie de performanță trebuie aleși în funcție de specificul și domeniul fiecărui proiect.

Pasul 5: Calendarul – de la comunicare la diseminare și exploatare

Trebuie să existe o atenție sporită la momentul în care, în timpul implementării proiectului, aceste acțiuni ar trebui să aibă loc și ce înseamnă ele. Comunicarea se desfășoară pe toată durata de viață a proiectului, diseminarea apare atunci când apar primele rezultate și va deschide calea spre exploatarea și asimilarea rezultatelor proiectului. Fiecare fază va viza audiențe diferite și activități diferite.

Pasul 6: Monitorizarea

Comisia Europeană știe că planul de diseminare și exploatare, inclusiv activități de comunicare este un document „viu”, care va necesita modificări odată cu trecerea timpului. Tendințele se schimbă, noii actori și conexiunile acumulate pe durata de viață a proiectului pot deschide posibilități pentru măsuri de comunicare mai eficiente, crescând astfel posibilitățile de a ajunge la o mai bună exploatare a rezultatelor.

Referințe și linkuri utile

- <https://ec.europa.eu/research-and-innovation/en/projects/success-stories>
- <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/opportunities/d-e-booster>
- <https://cordis.europa.eu/en>
- <https://ec.europa.eu/research-and-innovation/en/horizon-magazine>
- https://research-and-innovation.ec.europa.eu/funding/funding-opportunities/prizes/horizon-impact-award_en
- <https://www.innoradar.eu/>
- <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/opportunities/horizon-results-platform>
- <https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/portal/screen/opportunities/d-e-booster>
- https://ec.europa.eu/info/funding-tenders/opportunities/docs/2021-2027/horizon/temp-form/af/af_he-ria-ia_en.pdf
- <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021R0695&from=EN>
- <https://een.ec.europa.eu/>
- https://research-and-innovation.ec.europa.eu/index_en
- <https://oportunitati-ue.gov.ro/orizont-europa/>
- <https://ncp.uefiscdi.ro/>
- <https://www.emdesk.com/academy>