



Standardy jakości Erasmusa w praktyce szkolnej

KONFERENCJA

15-17 WRZEŚNIA 2024 r. | ZAKOPANE



UNIA EUROPEJSKA



Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji

Erasmus+

Zmienia życie, otwiera umysły.



Cykl życia projektu a obowiązki beneficjentów związane z działaniami informacyjno -promocyjnymi



What will your organisation do to share the results of its activities and knowledge about the Programme?

i. To share results within your organisation

ii. To share results with other organisations and the public

iii. To publicly acknowledge European Union funding



Jakie kroki zostały podjęte, aby wszyscy w Państwa organizacji wiedzieli, że organizacja uczestniczy w programie Erasmus+? Jakie możliwości dzielenia się doświadczeniem mobilności z innymi stworzyli Państwo uczestnikom projektu?

Jakie kroki zostały podjęte, aby podzielić się rezultatami swoich działań z innymi organizacjami i opinią publiczną?

Jakie kroki zostały podjęte, aby upublicznić informację o finansowaniu projektu przez Unię Europejską oraz aby poinformować swoją społeczność i szerszą opinię publiczną o udziale Państwa organizacji w programie Erasmus+?

Informowano opinie publiczna o dofinansowaniu projektu z Unii Europejskiej. W szkole, materiały informujące opatrzone były odpowiednimi logotypami.



Projekt to zbiór zadań odpowiadających na zdiagnozowane potrzeby/problemy, realizowanych w określonym czasie, z wykorzystaniem dostępnych zasobów.

Istotne cechy projektu:

- unikalność
- ograniczenie w czasie
- efektywność
- zgodność ze strategią/priorytetami/ zasadami i przepisami
- trwałość efektów/rezultatów
- możliwość generowania wartości dodanej

! Zaplanowane w projekcie zadania pozwalają uzyskać oczekiwaną zmianę (osiągnąć określone cele) w sposób efektywny i trwały.

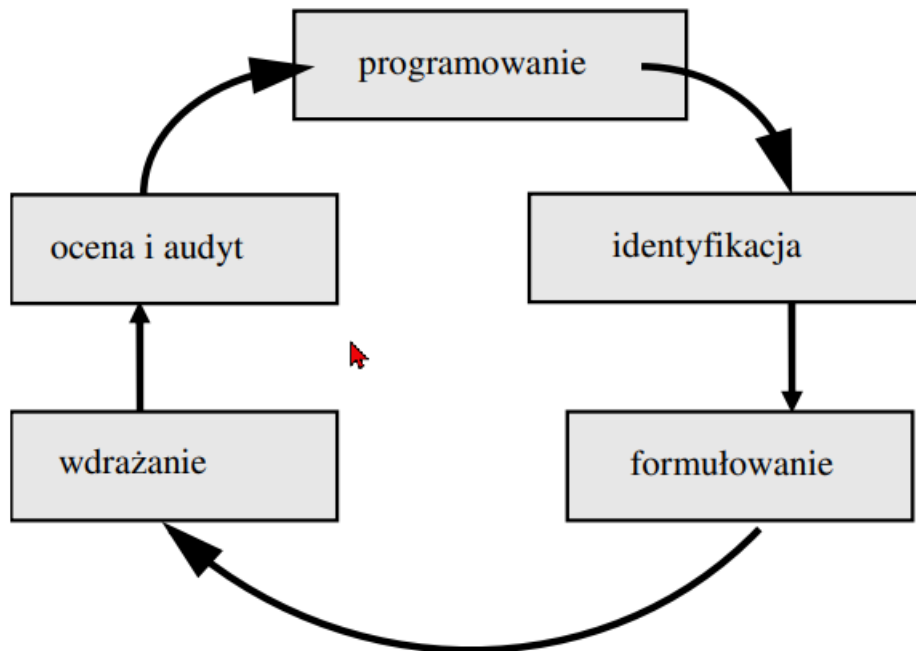


Cykl życia projektu składa się z pięciu faz:

- 1. faza programowania** - poprzedza dalsze działania operacyjne beneficjentów w nawiązaniu do celów mikro, jak i makro oraz ogólnych strategii rozwojowych,
- 2. faza identyfikacji** - dogłębna analiza problemów/potrzeb beneficjentów w ujęciu ogólnym i szczegółowym,
- 3. faza formułowania** - jest bezpośrednio powiązana z analizą weryfikowanych przez nas sytuacji problemowych wokół projektu lub jego otoczenia, czyli stanu aktualnego otoczenia beneficjentów jeszcze przed wdrożeniem projektu,
- 4. faza wdrażania** – to faza realizacji zaplanowanych działań, zgodnie z przyjętym harmonogramem, podziałem obowiązków i budżetem,
- 5. faza oceny i audytu** - ocena poziomu wykonania przyjętych wcześniej założeń projektu. Polega ona również na monitoringu i ewaluacji zarówno wewnętrznej jak i zewnętrznej. Efektem tej fazy jest nie tylko potwierdzenie osiągnięcia celów.



Cykl życia projektu wg. PCM



!Komunikacja to jedno z zadań, realizowanych na każdym etapie projektu.



Obywatele Unii Europejskiej mają prawo do wiedzy, w jaki sposób są inwestowane jej zasoby finansowe. UE wymaga więc informowania opinii publicznej oraz osób i podmiotów uczestniczących w projekcie o tym, że dane przedsięwzięcie było możliwe m.in. dzięki unijnej pomocy.

Zasady informowania i promocji projektów określają m.in.:

Podpisana umowa o dofinansowanie projektu;

Przewodnik po programie (aktualna wersja 1 z 28.11.2023 r.)

<https://erasmusplus.org.pl/promocja>



ARTYKUŁ 16 – PRAWA WŁASNOŚCI INTELKTUALNEJ – PRAWO DOSTĘPU DO ISTNIEJĄCEJ WIEDZY I WYNIKÓW ORAZ DO KORZYSTANIA Z NICH

16.1 Istniejąca wiedza i prawa dostępu do niej

Beneficjenci muszą zapewnić sobie nawzajem oraz innym podmiotom uczestniczącym dostęp do istniejącej wiedzy, którą uznano za potrzebną do realizacji działania, zgodnie z postanowieniami szczegółowymi określonymi w załączniku 5.

„Istniejąca wiedza” oznacza wszelkie dane, *know-how* lub informacje, bez względu na ich formę lub charakter (materialne lub niematerialne), w tym wszelkie prawa, takie jak prawa własności intelektualnej, które:

- znajdują się w posiadaniu beneficjentów przed ich przystąpieniem do umowy oraz
- są potrzebne do realizacji działania lub do wykorzystania wyników działania.

Jeżeli istniejąca wiedza podlega ograniczeniom wynikającym z praw osób trzecich, zainteresowany beneficjent musi zapewnić zgodność wykonywania praw z jego obowiązkami wynikającymi z niniejszej umowy.

16.2 Własność wyników

Podmiot udzielający dotacji nie nabywa praw własności do wyników uzyskanych w ramach działania.

„Wyniki” oznaczają wszelkie materialne lub niematerialne skutki działania, takie jak dane, *know-how* lub informacje, bez względu na ich formę lub charakter, niezależnie od tego, czy mogą być one chronione, jak również wszelkie związane z nimi prawa, w tym prawa własności intelektualnej.



Obowiązki beneficjenta

– umowa o dofinansowanie projektu

16.3 Prawo podmiotu udzielającego dotacji do wykorzystania materiałów, dokumentów i informacji otrzymanych do celów w zakresie polityki, przekazywania informacji, komunikacji, rozpowszechniania wiedzy i promocji

W trakcie działania lub po jego zakończeniu podmiot udzielający dotacji i Komisja Europejska mają prawo wykorzystywać informacje niechronione odnoszące się do działania, jak również materiały i dokumenty (w szczególności streszczenia na potrzeby publikacji, rezultaty, jak również wszelkie inne materiały, takie jak fotografie lub materiały audiowizualne, w formie papierowej lub elektronicznej) otrzymane od beneficjentów, do celów w zakresie polityki, przekazywania informacji, komunikacji, rozpowszechniania informacji i promocji.

Prawa do korzystania z materiałów, dokumentów i informacji beneficjentów udziela się na zasadzie nieodpłatnej, niewyłącznej i nieodwołalnej licencji, co obejmuje:

- a) **użycie na potrzeby własne** (w szczególności udostępnianie ich osobom pracującym dla nich lub innego państwa członkowskiego lub innej służby UE (w tym dla instytucji, organów, urzędów, agencji itd.) lub instytucji bądź organu innego państwa członkowskiego; kopiowanie lub powielanie ich w całości lub części, w nieograniczonych ilościach; przekazywanie za pośrednictwem prasowych serwisów informacyjnych);
- b) **rozpowszechnianie na użytek ogółu społeczeństwa** (w szczególności publikowanie w wersji papierowej oraz w formacie elektronicznym lub cyfrowym, zamieszczanie w Internecie jako pliku do pobrania lub odczytu, transmisję przy użyciu dowolnego kanału, udostępnianie lub prezentowanie publiczne, przekazywanie za pośrednictwem prasowych serwisów informacyjnych lub umieszczanie w dostępnych szerokiemu gronu odbiorców bazach danych i skorowidzach);
- c) **edytowanie lub preredagowywanie** (w tym skracanie, streszczanie, wstawianie dodatkowych elementów (takich jak metadane, legendy i inne elementy graficzne, wizualne, dźwiękowe lub tekstowe), sporządzanie wyciągów (np. plików audio lub wideo), dzielenie na części, wykorzystanie przy tworzeniu zestawień);



Obowiązki beneficjenta

– umowa o dofinansowanie projektu

- d) **tłumaczenie**
- e) **przechowywanie** w formie papierowej, elektronicznej lub innej;
- f) **archiwizację** zgodnie ze stosownymi zasadami zarządzania dokumentami;
- g) prawo do upoważniania **osób trzecich** do działania w jego imieniu lub do udzielania osobom trzecim sublicencji na sposoby wykorzystania określone w lit. b), c), d) i f), jeśli jest to niezbędne do działalności w zakresie przekazywania informacji, komunikacji i promocji prowadzonej przez podmiot udzielający dotacji;
- h) **przetwarzanie**, analizę, agregowanie otrzymanych materiałów, dokumentów i informacji oraz **produkcję utworów zależnych** oraz
 - i) **rozpowszechnianie** wyników w bazach danych i skrowidzach dostępnych szerokiemu gronu odbiorców (np. za pomocą portali oferujących swobodny dostęp do danych lub portalu otwartych danych, lub podobnych repozytoriów, za opłatą czy nieodpłatnych).

Prawa do wykorzystania przyznaje się na cały okres obowiązywania danych praw własności przemysłowej lub intelektualnej.

Jeżeli materiały lub dokumenty podlegają ograniczeniom wynikającym z autorskich praw osobistych lub praw osób trzecich (w tym praw własności intelektualnej lub praw osób fizycznych do ich wizerunku i głosu), beneficjenci muszą zapewnić zgodność wykonywania tych praw ze swoimi obowiązkami wynikającymi z niniejszej umowy (w szczególności poprzez uzyskanie niezbędnych licencji i zezwoleń od podmiotów uprawnionych, których to dotyczy).

W stosownych przypadkach podmiot udzielający dotacji zamieszcza następujące informacje:

„© – [rok] – [nazwa właściciela praw autorskich]. Wszelkie prawa zastrzeżone. Licencja udzielona [podmiotowi udzielającemu dotacji] [Komisji Europejskiej] na określonych warunkach”.



Obowiązki beneficjenta **– umowa o dofinansowanie projektu**

16.4 Postanowienia szczegółowe dotyczące praw własności intelektualnej, wyników i istniejącej wiedzy

Ewentualne postanowienia szczegółowe dotyczące praw własności intelektualnej, wyników i istniejącej wiedzy zawarto w załączniku 5.

16.5 Skutki niewywiązania się z obowiązków

W przypadku niewywiązania się przez beneficjenta z któregokolwiek z obowiązków wynikających z niniejszego artykułu dotacja może zostać zmniejszona (zob. art. 28).

Niewywiązanie się z obowiązków może również prowadzić do zastosowania pozostałych środków opisanych w rozdziale 5.



ARTYKUŁ 17 — KOMUNIKACJA, ROZPOWSZECHNIANIE INFORMACJI I WIDOCZNOŚĆ

17.1 Komunikacja – Rozpowszechnianie informacji – Promowanie działania

O ile nie uzgodniono inaczej z podmiotem udzielającym dotacji, beneficjenci mają obowiązek promowania działania i jego wyników poprzez dostarczanie informacji wielu różnym grupom odbiorców stosownie do potrzeb każdej z tych grup (w tym mediów i obywateli) zgodnie z załącznikiem 1 oraz w sposób strategiczny, spójny i skuteczny.

Przed podjęciem działalności w zakresie komunikacji lub rozpowszechniania informacji o przewidywanym dużym oddźwięku w środkach masowego przekazu beneficjenci mają obowiązek poinformowania o tym podmiot udzielającego dotacji.

17.2 Widoczność – flaga europejska i oświadczenie o finansowaniu ze środków unijnych

O ile nie uzgodniono inaczej z podmiotem udzielającym dotacji, w ramach działalności komunikacyjnej beneficjentów dotyczącej działania (w tym relacje z mediami, konferencje, seminaria, materiały informacyjne, takie jak broszury, ulotki, plakaty, prezentacje itp., w formie elektronicznej, za pośrednictwem mediów tradycyjnych lub społecznościowych itp.), rozpowszechniania informacji oraz na wszelkich elementach infrastruktury, urządzeniach, pojazdach, w ramach dostaw lub znaczących wyników, które sfinansowano za pomocą dotacji, należy informować o wsparciu UE oraz umieszczać na widoku flagę europejską (symbol europejski) wraz z oświadczeniem o finansowaniu ze środków unijnych (w stosownych przypadkach przetłumaczone na miejscowe języki).



Obowiązki beneficjenta **– umowa o dofinansowanie projektu**

17.3 Jakość informacji – zastrzeżenie

Wszelkie działania w zakresie komunikacji lub rozpowszechniania informacji związane z tym działaniem muszą opierać się na rzetelnych faktach.

Muszą ponadto zawierać następującą klauzulę o wyłączeniu odpowiedzialności (w stosownych przypadkach w tłumaczeniu na miejscowe języki):

„Sfinansowane ze środków UE. Wyrażone poglądy i opinie są jedynie opiniami autora lub autorów i niekoniecznie odzwierciedlają poglądy i opinie Unii Europejskiej lub Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji. Unia Europejska ani podmiot udzielający dotacji nie ponoszą za nie odpowiedzialności”.

17.4 Postanowienia szczegółowe dotyczące komunikacji, rozpowszechniania informacji i widoczności

Ewentualne postanowienia szczegółowe dotyczące komunikacji, rozpowszechniania informacji i widoczności zawarto w załączniku 5.

17.5 Skutki niewywiązania się z obowiązków

W przypadku niewywiązania się przez beneficjenta z któregokolwiek z obowiązków wynikających z niniejszego artykułu dotacja może zostać zmniejszona (zob. art. 28).

Niewywiązanie się z tych obowiązków może również prowadzić do zastosowania pozostałych środków opisanych w rozdziale 5.



Obowiązki beneficjenta **– umowa o dofinansowanie projektu**

Symbol UE musi stanowić odrębny i niezależny element i nie może być modyfikowany przez dodanie innych znaków wizualnych, marek lub tekstu.

Oprócz symbolu UE nie można wykorzystywać żadnej innej identyfikacji wizualnej ani logo do podkreślenia wsparcia UE.

W połączeniu z innymi znakami graficznymi (np. logo beneficjentów lub sponsorów) symbol UE musi być widoczny co najmniej tak dobrze jak inne znaki.

Na potrzeby wywiązania się ze swoich obowiązków wynikających z niniejszego artykułu beneficjenci mogą wykorzystywać symbol bez konieczności uzyskania uprzedniej zgody podmiotu udzielającego dotacji. Nie oznacza to jednak przyznania im prawa do jego wykorzystywania na zasadzie wyłączności. Ponadto beneficjentom nie wolno zawłaszczać symbolu ani żadnego innego podobnego znaku handlowego bądź logo poprzez rejestrację ani w jakikolwiek inny sposób.



Dofinansowane przez
Unię Europejską



Dofinansowane przez
Unię Europejską



Dofinansowane przez
Unię Europejską



Dofinansowane przez
Unię Europejską



Dofinansowane przez
Unię Europejską



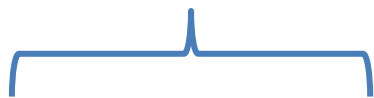
Dofinansowane przez
Unię Europejską



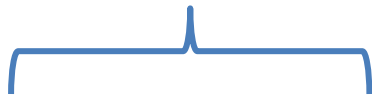
Dofinansowane przez
Unię Europejską



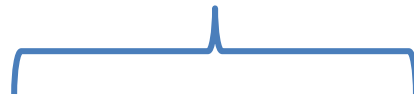
KOMUNIKACJA



INFORMACJA



PROMOCJA



UPOWSZECHNIANIE



Efektywność działań informacyjnych i promocyjnych jest warunkiem niezbędnym dla powodzenia projektu.



Nawet najlepsze szkolenie lub najlepsza książka są bezwartościowe jeśli nikt się o nich nie dowie.









Oczekiwane efekty

- 😊 Zwiększenie zainteresowania interesariuszy udziałem w planowanych działaniach,
- 😊 Pozyskanie partnerów,
- 😊 Zmniejszenie ryzyka wystąpienia sytuacji konfliktowych
- 😊 Poparcie organu prowadzącego,
- 😊 Zwiększenie popularności szkoły w środowisku lokalnym,
- 😊 Promocja istotnych wartości/postaw,

Jak to
uzyskać?



-  Integracja społeczności uczniowskiej,
-  Dodatkowe kompetencje uczniów/nauczycieli, (cyfrowe, obywatelskie, osobiste, artystyczne itd.)
-  Poprawa współpracy ze społecznością lokalną/rodzicami
-  Integracja społeczności szkolnej,
-  Właściwe relacje z grantodawcą,
-  Trwałość rezultatów

Jak to
uzyskać?



W jakim stopniu projekt/plan komunikacji jest adekwatny do oczekiwań? (uczestników, szkoły, bliższego i dalszego otoczenia szkoły, aż po społeczność UE),

Czy planowane działania są efektywne? (tzn. zapewniają maksimum korzyści w obszarach, z którymi bezpośrednio i pośrednio związany jest projekt);

Jaka może być wartość dodana wynikająca z realizacji projektu/planu komunikacji?





- *Komunikacja jest ściśle powiązana z celami projektu i ze wszystkimi interesariuszami.*
- *Różne grupy odbiorców wymagają nie tylko różnych informacji/komunikatów, ale także różnych kanałów i metod przekazu.*

Odbiorcy działań informacyjnych

- ✓ Uczestnicy projektu
- ✓ Otoczenie społeczno – gospodarcze szkoły,
- ✓ Pracownicy i uczniowie szkoły ,
- ✓ Pracownicy i uczniowie okolicznych szkół,
- ✓ Pracownicy organu prowadzącego,
- ✓ Rodzice,
- ✓ Społeczność lokalna,
- ✓ Organizacje pozarządowe,
- ✓ Zagraniczne szkoły (potencjalni Partnerzy kolejnych projektów),
- ✓ Grantodawca (w tym wypadku FRSE)



Źródło: <https://centrist.co.nz/>



Co chcemy przekazać? – Określenie głównych treści i przesłań

Do kogo kierujemy przekaz?

Po co to robimy? – Wyznaczenie konkretnych celów komunikacyjnych

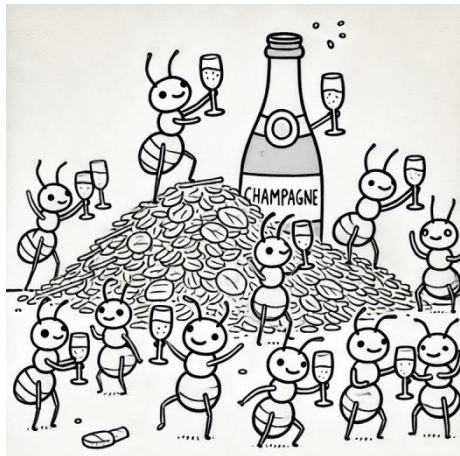
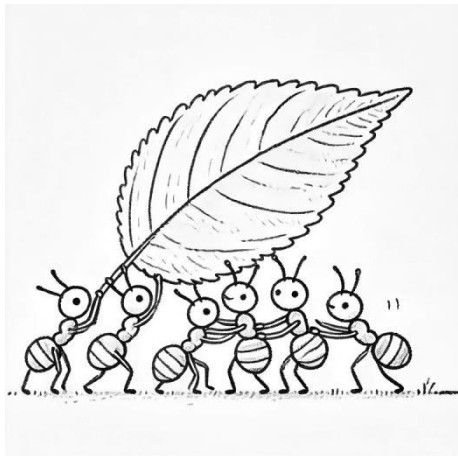
Jakie formy przekazu będą najwłaściwsze? – Wybór optymalnych narzędzi i platform

Kiedy i jak często? – Ustalenie harmonogramu działań i częstotliwości komunikacji

Jaki jest budżet? - Ile środków możemy przeznaczyć na działania komunikacyjne.

Kto będzie odpowiedzialny za realizację strategii a kto za poszczególne zadania?

Jak będziemy mierzyć skuteczność działań?



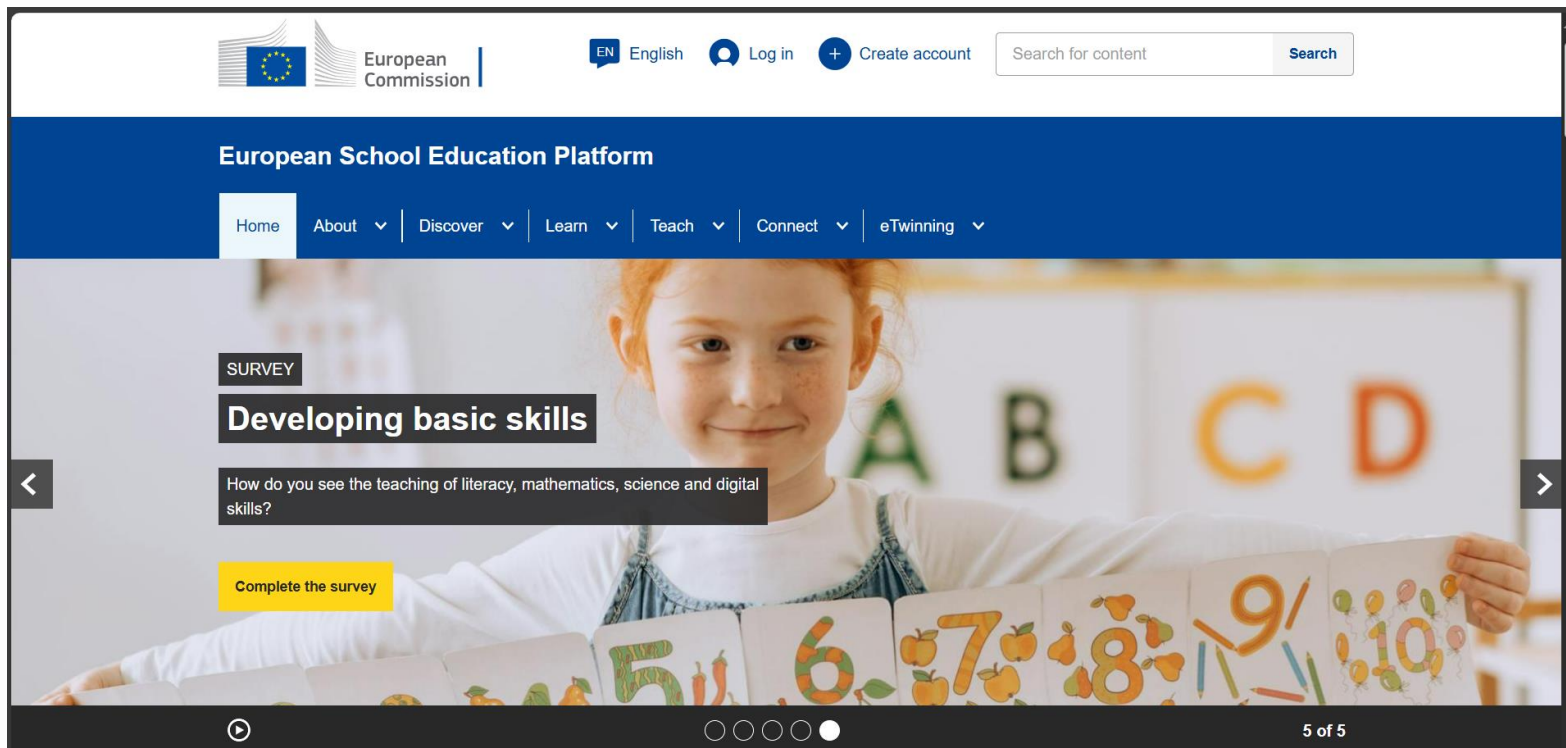
*Sukces każdego z zadań zależy od wielu osób.
Starajmy się zdobyć jak najwięcej sprzymierzeńców,
a potem spowodować aby pomogli nam osiągnąć
cele.*



Model AIDA

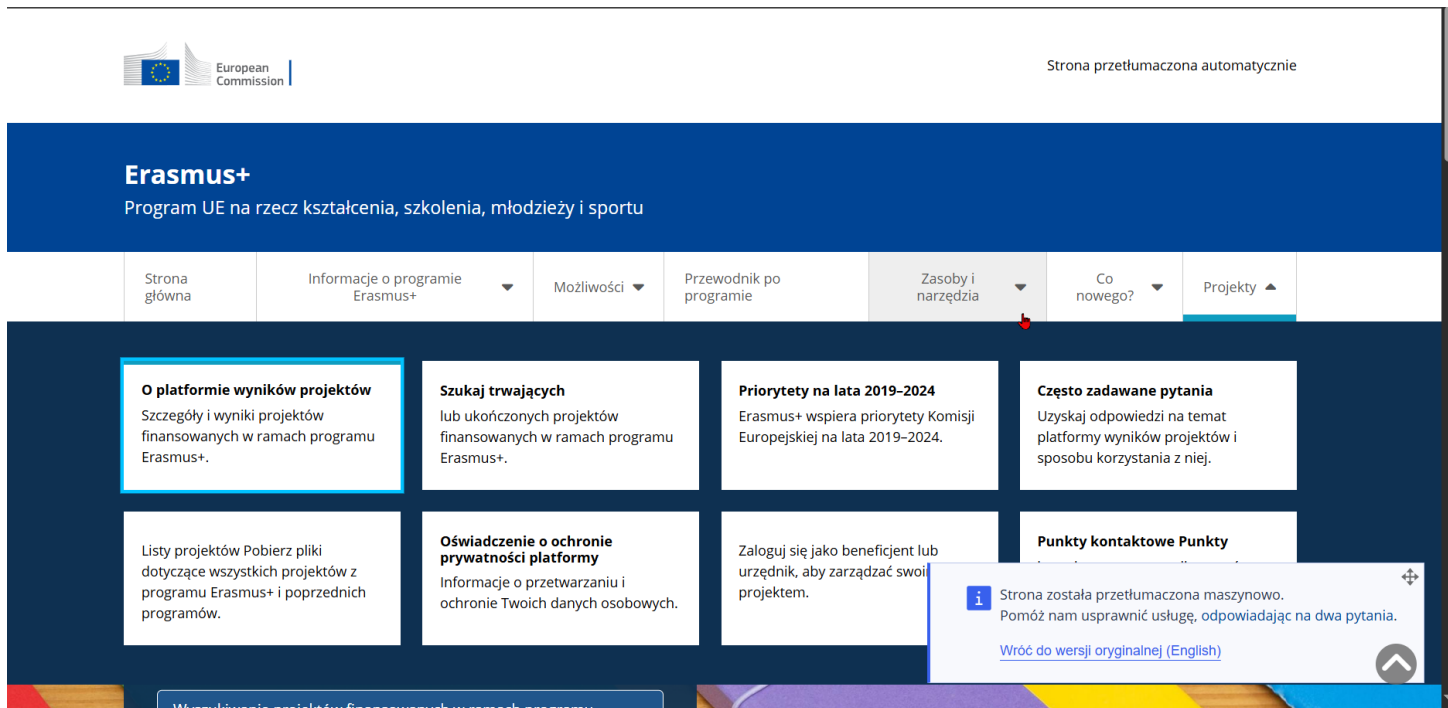


Europejska Platforma Edukacji Szkolnej - <https://school-education.ec.europa.eu/en>



The screenshot displays the homepage of the European School Education Platform. At the top, there is the European Commission logo and navigation options for language (English), login, and account creation. A search bar is also present. Below the header, the main navigation menu includes Home, About, Discover, Learn, Teach, Connect, and eTwinning. The central focus is a survey banner featuring a young girl holding educational cards with numbers and letters. The survey title is "Developing basic skills" and the question is "How do you see the teaching of literacy, mathematics, science and digital skills?". A yellow button labeled "Complete the survey" is visible. The bottom of the banner shows a progress indicator with five circles, the first of which is filled, and the text "5 of 5".

Platforma rezultatów Erasmus+ - <http://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/projects>



The screenshot shows the Erasmus+ results platform website. At the top left is the European Commission logo. The main header is blue with the text "Erasmus+ Program UE na rzecz kształcenia, szkolenia, młodzieży i sportu". Below the header is a navigation menu with items: "Strona główna", "Informacje o programie Erasmus+", "Możliwości", "Przewodnik po programie", "Zasoby i narzędzia", "Co nowego?", and "Projekty". The main content area features several white boxes with blue borders and titles: "O platformie wyników projektów", "Szukaj trwających lub ukończonych projektów", "Priorytety na lata 2019-2024", "Często zadawane pytania", "Listy projektów", "Oświadczenie o ochronie prywatności platformy", "Zaloguj się jako beneficjent lub urzędnik", and "Punkty kontaktowe". A red arrow points to the "Zasoby i narzędzia" menu item. A notification box at the bottom right states: "Strona została przetłumaczona maszynowo. Pomóż nam usprawnić usługę, odpowiadając na dwa pytania. Wróć do wersji oryginalnej (English)".

European Commission

Strona przetłumaczona automatycznie

Erasmus+

Program UE na rzecz kształcenia, szkolenia, młodzieży i sportu

- Strona główna
- Informacje o programie Erasmus+
- Możliwości
- Przewodnik po programie
- Zasoby i narzędzia
- Co nowego?
- Projekty

O platformie wyników projektów
Szczegóły i wyniki projektów finansowanych w ramach programu Erasmus+.

Szukaj trwających lub ukończonych projektów
Szukaj trwających lub ukończonych projektów finansowanych w ramach programu Erasmus+.

Priorytety na lata 2019-2024
Erasmus+ wspiera priorytety Komisji Europejskiej na lata 2019-2024.

Często zadawane pytania
Uzyskaj odpowiedzi na temat platformy wyników projektów i sposobu korzystania z niej.

Listy projektów Pobierz pliki dotyczące wszystkich projektów z programu Erasmus+ i poprzednich programów.

Oświadczenie o ochronie prywatności platformy
Informacje o przetwarzaniu i ochronie Twoich danych osobowych.

Zaloguj się jako beneficjent lub urzędnik, aby zarządzać swoim projektem.

Punkty kontaktowe Punkty

Strona została przetłumaczona maszynowo. Pomóż nam usprawnić usługę, odpowiadając na dwa pytania.
[Wróć do wersji oryginalnej \(English\)](#)

- ✓ fora nauczycieli
- ✓ media społecznościowe
- ✓ strona www szkoły
- ✓ lokalna prasa, radio, Tv
- ✓ platforma komunikacji z uczniami/rodzicami
- ✓ konferencje/targi/wystawy
- ✓ mailing
- ✓ banery/ulotki/wizytówki
- ✓ gazetka szkolna/radiowęzeł/spotkania z rodzicami/zajęcia szkolne





Miesiąc 1:

Zdefiniowanie celów komunikacyjnych i stworzenie strategii promocji.

Określenie kluczowych przesłań i grup odbiorców.

Wybór kanałów komunikacji.

Uformowanie zespołu odpowiedzialnego za komunikację projektu

Opracowanie szaty graficznej projektu i materiałów graficznych (logo projektu, banery, infografiki).

Miesiąc 2:

Stworzenie strony internetowej projektu lub dedykowanej podstrony.

Uruchomienie profili w mediach społecznościowych.

Przygotowanie materiałów informacyjnych (brozury, ulotki).

Miesiąc 3:

Rozesłanie informacji o projekcie do partnerów, władz lokalnych i mediów.

Organizacja spotkania informacyjnego dla nauczycieli, uczniów i rodziców na temat rekrutacji



Miesiące 4-9: Realizacja projektu i bieżąca komunikacja

Regularne publikacje:

Aktualności na stronie internetowej i w mediach społecznościowych.

Artykuły w lokalnej prasie.

Relacje z wydarzeń projektowych (zdjęcia, filmy).

Wydarzenia:

Dni otwarte projektu.

Konferencje, warsztaty.

Wystawy prac uczniów.

Kampanie:

Konkursy dla uczniów.

Ankiety wśród uczestników projektu.



Miesiące 10-12: Podsumowanie i ewaluacja

Zebranie materiałów:

Przygotowanie raportu końcowego dotyczącego działań informacyjno-promocyjnych.
Zgromadzenie wszystkich materiałów promocyjnych.

Promocja wyników:

Organizacja konferencji podsumowującej.
Publikacja artykułu naukowego lub popularnonaukowego.
publikacja filmu promocyjnego.



- **350 maili** do rodziców z informacją o rekrutacji,
- **2 uczniowskie kampanie społeczne promujące** recycling i zachęcające do udziału w wyborach - **(min 500 odbiorców dla każdej)**
- Przedstawienie projektu na **min. 2** seminariach na szczeblu regionalnym **i 3** na szczeblu powiatowym **(min 150 unikalnych odbiorców)**
- Pozyskanie **2 nowych szkół ze Szwecji i 1 z Hiszpanii**, zainteresowanych współpracą w kolejnym projekcie mobilności
- Przekazanie **50 szkołom** w regionie informacji o możliwości pobrania ze strony szkoły scenariuszy zajęć, opracowanych w trakcie projektu.



- Publikacja informacji o projekcie na platformie rezultatów Erasmusa
- Publikacja na szkolnym profilu FB ciekawych informacji związanych z tematyką projektu
(min 2 wpisy w każdym miesiącu realizacji projektu)
- Wystawa wykonanych przez uczniów podczas mobilności fotografii związanych z wyzwaniem klimatycznym **(min 300 oglądających osób)**
- **5 krótkich filmów** zachęcających do wolontariatu, opublikowanych w sieci



Standardy jakości Erasmusa w praktyce szkolnej



HARVEY GOLDSMITH, BOB GELDOLF AND MAURICE JONES FOR THE BAND AID TRUST PRESENT

AT **WEMBLEY STADIUM LONDON**

ADAM ANT
BOOMTOWN RATS
DAVID BOWIE
PHIL COLLINS
ELVIS COSTELLO
DIRE STRAITS
BRYAN FERRY
ELTON JOHN
HOWARD JONES
NIK KERSHAW
ALISON MOYET
QUEEN
SADE
SPANDAU BALLET
STATUS QUO
STYLE COUNCIL
STING
UZ
ULTRAVOX
PAUL YOUNG
WHAM!
THE WHO

AT **J.F.K. STADIUM PHILADELPHIA**

BRYAN ADAMS
THE CARS
ERIC CLAPTON
DURAN DURAN
BOY GEORGE
HALL AND OATES
MICK JAGGER
BILLY JOEL
WAYLON JENNINGS
JUDAS PRIEST
KRIS KRISTOFFERSON
HUEY LEWIS & THE NEWS
ROBERT PLANT
POWER STATION
PRETENDERS
SANTANA
PAUL SIMON
SIMPLE MINDS
TEARS FOR FEARS
TEMPTATIONS
THOMPSON TWINS
NEIL YOUNG
STEVIE WONDER

LIVE AID

JULY 13th

DOORS OPEN 18 AM, CONCERT STARTS 12 NOON

Tickets at £25 are on sale NOW from Wembley Stadium Box Office.

And subject to 50p booking fee per ticket for counter sales from
Keith Prowse, Premier, London Theatre Bookings, Stagegreen Agencies.

And BRIGHTON Centre, SOUTHAMPTON Gaumont, PORTSMOUTH Guildhall, OXFORD Apollo.

And by credit card subject to £1 booking fee per ticket from
Keith Prowse Credit Card No 01-761 8999

Or see local press for inclusive cash and concert tickets. Tickets are limited to 6 per person.
DO NOT PAY MORE THAN THE LISTED PRICE FOR YOUR TICKETS.
OUR THANKS TO THE LONDON STANDARD FOR DONATING THIS PAGE.
NO BOTTLE SERVICE WILL BE ALLOWED BY THE POLICE.