
UPUTE ZA KOMUNIKACIJU I VIDLJIVOST

Program “Energija i klimatske promjene“



EGP financijski mehanizam za 2014.-2021. godinu

STUDENI 2022.

Sadržaj

1. Uvod.....	2
2. Informacije i komunikacija o EGP financijskom mehanizmu	3
3. Vizualni identitet.....	6
3.1. Logo EGP-a.....	6
3.2. Upotreba EGP logotipa u kombinaciji s ostalim logotipima	7
3.3. Tipografija	11
3.4. Boje.....	11
3.5. Slogan	12
3.6. Raspored elemenata.....	13
4. Primjena vizualnog identiteta na materijale.....	15
4.1. Plakati, billboardi i roll-up banneri.....	15
4.2. Manji promotivni materijali	15
4.3. Ostali promotivni materijali	15
4.4. Privremena i trajna ploča	16
4.5. Naljepnice na kupljenoj opremi iz Projekta	17
4.6. Prezentacija	17
4.7. Dokumenti, studije, eleborati	17
5. Primjena standardnih tekstova u komunikaciji.....	18
5.1. Standardni tekstovi za EGP financijski mehanizam	18
5.2. Često postavljana pitanja.....	19
5.3. Program Energija i klimatske promjene	20
5.4. Izjava o isticanju potpore	21
5.5. Izjava o odricanju od odgovornosti.....	21
6. Komunikacijski alati	23
6.1. Slogan	23
6.2. Web stranica.....	23
6.3. Društvene mreže	23
6.4. Foto i audio-vizualni materijali.....	24
6.5. Publikacije.....	25
6.6. Događaji.....	26
6.7. Izrada vijesti i objave za medije.....	27
6.8. Izvještavanje o provedenim mjerama o informiranju i vidljivosti	28

1. Uvod

Upute za komunikaciju i vidljivost (u daljnjem tekstu: Upute) je dokument namijenjen Nositeljima projekata (u daljnjem tekstu: NP) i projektnim partnerima (u daljnjem tekstu: PP) koji provode projekte u sklopu Programa „Energija i klimatske promjene“ (u daljnjem tekstu: Program), što uključuje i predefinirani projekt „Osnivanje nacionalnog trening centra za zgrade gotovo nulte energije (nZEB) (u daljnjem tekstu: PDP). Ovaj dokument izradilo je Ministarstvo regionalnoga razvoja i fondova Europske unije kao Upravitelj Programa (u daljnjem tekstu: UP) prema Priručniku za komunikaciju i dizajn EGP financijskog mehanizma i Norveškog mehanizma 2014.-2021. ([Communication and Design Manual EEA and Norway Grants 2014-2021](#), u daljnjem tekstu: Priručnik).

Glavna svrha Uputa je pružiti pomoć i informacije vezano uz zahtjeve Financijskog mehanizma Europskog gospodarskog prostora za 2014. – 2021. (u daljnjem tekstu: EGP financijski mehanizam/ili EGP) o provedbi informacijskih i komunikacijskih mjera.

Upute daju osnovne smjernice za sve korisnike EGP financijskog mehanizma o tome kako što bolje komunicirati o svojim projektima, kako strateški ispuniti zahtjeve oko komunikacije i pravila promidžbe te postavlja tehničke zahtjeve o upotrebi logotipa, vizualnom identitetu i sl.

Zadaci korisnika sastoje se od informiranja javnosti te rezultatima i učincima sufinanciranja u okviru projekata s ciljem isticanja doprinosa Islanda, Lihtenštajna i Norveške (u daljnjem tekstu: države Donatori) kroz Financijski mehanizam EGP-a.

Ukoliko bude potrebno, Upute će biti ažurirane tijekom provedbe projekata, stoga korisnici uvijek trebaju koristiti posljednju važeću verziju dokumenta koju će UP pravovremeno dostaviti svim NP-ovima putem elektroničke pošte.

Program „Energija i klimatske promjene“ financiran je isključivo iz EGP financijskog mehanizma, stoga se ove Upute i odnose samo na primjenu komunikacije i vidljivosti vezano za EGP financijski mehanizam unutar Programa „Energija i klimatske promjene“.

2. Informacije i komunikacija o EGP financijskom mehanizmu

Komunikacija je važan dio provedbe EGP financijskog mehanizma. Svrha informacijskih i komunikacijskih aktivnosti koje provode Nacionalna fokalna točka (u daljnjem tekstu: NFT), UP, NP ili PP je informirati širu javnost o doprinosu potpora EGP financijskog mehanizma kroz dva glavna cilja:

- doprinijeti smanjenju ekonomskih i socijalnih razlika u EGP-u;
- jačati bilateralne odnose između država Donatora i države korisnice (Republike Hrvatske).

Informacije i komunikacija o potpori bespovratnih sredstava EGP financijskog mehanizma imaju sljedeće ciljeve:

- povećati svijest i informiranje šire javnosti o doprinosu i ulozi država Donatora;
- osigurati transparentnost i legitimitet pomoći država Donatora;
- stvoriti koherentnu sliku bespovratnih sredstava EGP-a i Norveške u državi korisnici i državama Donatorima;
- priopćiti učinak i rezultate doprinosa Donatora državi korisnici.

Pravna osnova za provedbu svih mjera informiranja i komunikacije je:

- [Uredba o provedbi Financijskog mehanizma EGP-a 2014. 2021., Članak 1.7 Vidljivost i Poglavlje 3 Komunikacija i vidljivost](#)
- [Dodatak 3. Uredbe o provedbi EGP financijskog mehanizma za razdoblje od 2014. do 2021. godine - Komunikacija i vidljivost](#)
- Ugovor o dodjeli bespovratnih sredstava, Članak 7. Vidljivost
- [Communication and Design Manual EEA and Norway Grants 2014-2021](#), odnosno Priručnik za komunikaciju i dizajn EGP financijskog mehanizma i Norveškog mehanizma 2014.-2021.

Upute objedinjuju i daju kratki pregled najbitnijih zahtjeva i pravila za komunikaciju i vidljivost propisanih gore navedenim pravilima:



Informacijske i komunikacijske mjere u gore navedenim osnovama i u ovom dokumentu predstavljaju minimalne zahtjeve. Korisnicima se preporučuje provođenje dodatnih komunikacijskih aktivnosti. Preporuča se koristiti jednostavan i jasan jezik u komunikaciji. Komunikacijske aktivnosti, uključujući organizaciju događaja, trebale bi uključivati i digitalnu implementaciju tijekom planiranja.

Komunikacija je važan dio provedbe projekata unutar Programa te bi Upute trebale biti koristan alat u komunikaciji, odnosno provedbi projekata i EGP financijskom mehanizmu i služiti će za dosljednu, ciljanu i kreativnu komunikaciju.

Napomena:

Upute ne uključuju obveze vezano uz izradu Komunikacijskog plana, već se fokusiraju na njegovu provedbu te primjenu odredbi vezano uz komunikaciju i vidljivost.

Za izradu Komunikacijskog plana potrebno je vidjeti više u Uredbi, članku 1.7 Vidljivost, poglavlje 3 Komunikacija i vidljivost te u Dodatku 3. Uredbe - Komunikacija i vidljivost.

Također, Upute prate sadržaj Priručnika za komunikaciju i dizajn naglašavajući odredbe vezano uz primjenu vidljivosti za EGP financijski mehanizam. Više informacija vezano uz referentne teme Uputa možete pronaći u Priručniku za komunikaciju i dizajn.

Obaveze Nositelja projekta

- Isticati potporu Islanda, Lihtenštajna i Norveške;
- Naglašavati bilateralnu suradnju;
- Obavještavati UP-a vezano uz aktivnosti vidljivosti (izvještavanje i provjera vidljivosti prije izrade promo materijala);
- Izraditi i provoditi Komunikacijski plan;
- Web stranica ili podstranica s informacijama o projektu na hrvatskom i engleskom jeziku;
- Najmanje tri komunikacijske aktivnosti o provedbi projekta, postignućima i rezultatima;
- Privremena ploča tijekom implementacije na mjestu provedbe;
- Trajna ploča o financiranju na objektu/mjestu implementacije u roku 6 mjeseci od završetka implementacije.

3. Vizualni identitet

3.1. Logo EGP-a

Logo je središnji element u vizualnom identitetu EGP financijskog mehanizma i mora se koristiti na svim komunikacijskim materijalima povezanim provedbom projekata.

To uključuje, ali nije ograničeno, sljedeće: web stranice, društvene medije, publikacije, pozivnice, konferencijske programe, pisma, video zapise, trajne ploče, panoe i promotivne artikle.



Boja

Logo Financijskog mehanizma EGP-a koristi se samo u crnoj ili bijeloj varijanti, i to crni logotip na bijeloj pozadini, a bijeli logotip na pozadinama u boji te crnoj pozadini.



Veličina logotipa i pozicija

Minimalna veličina logotipa: 10 mm.

Pozicija logotipa: EGP logo mora uvijek biti smješten na vrhu s lijeve strane ili u sredini (logo EGP-a mora uvijek biti superioran u odnosu na ostale logotipe).

Logo mora uvijek biti jasno vidljiv te je veličinu potrebno prilagoditi ovisno o veličini materijala na kojem će logo biti prikazan.

3.2. Upotreba EGP logotipa u kombinaciji s ostalim logotipima

Obveza: Uz logotip EGP-a, koriste se i logotipi Upravitelja Programa te Programskog partnera (**Prilog 1 - Logotipi EGP, MRRFEU, EIHP**). Uz logo EGP-a, svi ostali logotipi koji se primjenjuju koriste se u svojem originalnom obliku na bijeloj pozadini (ili ukoliko je moguće u crnoj varijanti, kako bi se zadržala dosljednost u vizualnom identitetu EGP-a), a bijela varijanta logotipa na pozadinama u boji te crnoj pozadini.



Na promotivnim materijalima mogu se koristiti i logotipi korisnika bespovratnih sredstava (Nositelja projekta i Projektnih partnera), pri čemu se primjenjuju gore navedeni zahtjevi za primjenu logotipa na bijeloj, crnoj i pozadinama u boji.

Izrada i korištenje logotipa projekata nije prihvatljiva!

Prilikom korištenja obveznih logotipa u kombinaciji s drugim logotipima, razina sufinanciranja mora biti jasno razdvojena i istaknuta od onih institucija uključenih u provedbu projekta:

- Slika 1 - dodatni logotipi postavljaju se ispod logotipa EGP-a, UP-a i Programskog partnera – Energetskog instituta Hrvoje Požar (u nastavku teksta: PPA-a);
- Slika 2 i 3 – logo EGP-a se nalazi na vrhu s lijeve strane ili u sredini, a svi ostali logotipi su poredani ispod loga EGP-a, pri čemu se iznad logotipa treba navesti ulogu na razini Programa/Projekta. Logotipi moraju biti prikazani na prvoj stranici materijala ili na jednako istaknutom mjestu.

Veličina logotipa mora biti međusobno proporcionalno usklađena, a tipografija logotipa horizontalno poravnata iznad i okomito u sredini (vidi više u Priručniku na stranicama 54-59). **Primjena pozicija logotipa ovisiti će o materijalu koji se izrađuje, pri čemu je potrebno odabrati i primijeniti najoptimalnije rješenje.**

Slika 3. Logo EGP-a smješten je u zaglavlju formata lijevo ili u sredini, dok su logotipi NP/PP projekta smješteni ispod logotipa UP-a i PPA-a u podnožju formata s naznačenim ulogama iznad logotipa.



3.2.2. Proporcionalno formatiranje logotipova

Prilikom smanjivanja i/ili povećavanja logotipova uvijek pripazite da to učinite proporcionalno, odnosno da omjer visine i dužine logotipa ostane nepromijenjen. Ukoliko se ne primjenjuje ovaj princip (npr. logotip se formatira samo po visini ili po dužini), može doći do deformiranja izvornog logotipa, te samim time to više nije originalni logotip. Navedeno se odnosi na formatiranje svih logotipova.

Primjena logotipova izmijenjenih i deformiranih omjera od onih izvornih, u vizualnoj komunikaciji nije prihvatljiva!

Primjeri ispravnog i neispravnog izgleda i načina formatiranja logotipa:



Iceland
Liechtenstein
Norway grants

Originalan izgled logotipa s ispravnim omjerima



Iceland
Liechtenstein
Norway grants

Neispravno formatiran logotip, smanjen/povećan samo po visini



Iceland
Liechtenstein
Norway grants

Neispravno formatiran logotip, smanjen/povećan samo po dužini



Iceland
Liechtenstein
Norway grants

Ispravan način formatiranja, proporcionalno po dijagonali, zadržavajući jednaki omjer visine i dužine logotipa



Iceland
Liechtenstein
Norway grants

Ispravno proporcionalno povećan logotip



Iceland
Liechtenstein
Norway grants

Ispravno proporcionalno smanjen logotip

3.3. Tipografija

Founders Grotesk (primarni font)

Koristi se ukoliko je dostupan. Debljina fonta „**semibold**“ se koristi za naslove, a debljina fonta „regular“ za tekstove.

Arial (sekundarni font)

Koristi se ukoliko primarni font nije dostupan. Debljina fonta „**bold**“ se koristi za naslove, a debljina fonta „regular“ za tekstove.

Arial se nikada ne koristi u kombinaciji s Founders Grotesk!






Font je namijenjen za korištenje u svim vizualnim komunikacijama EGP financijskog mehanizma kako bi se osigurao dosljedan izgled vizualnog identiteta. Veličinu fonta potrebno je prilagoditi veličini formata, te se voditi time da tekst uvijek mora biti čitljiv.

Boje u naslovima koriste se za stvaranje prepoznatljivog izgleda.

3.4. Boje

Boje čine vizualni identitet bolje prepoznatljivim. Crvena i plava predstavljaju boje zastave Islanda, Lihtenštajna i Norveške i treba ih koristiti za isticanje važnih informacija i privlačenje pažnje na najvažnije dijelove vizualne kompozicije.

Slika 4. Kodovi boja (RGB, CMYK).

BIJELA RGB: 255/255/255 CMYK: 0/0/0/0		PLAVA RGB: 0/48/150 CMYK: 100/75/0/20		CRVENA RGB: 255/0/22 CMYK: 0/100/97/100	
CRNA RGB: 29/29/27 CMYK: 0/0/0/100		ZELENA RGB: 32/209/127 CMYK: 70/0/67/0			

Dok su crvena i plava glavne boje u vizualnom identitetu i jedine boje za korištenje u kombinaciji s logom EGP-a, **može se koristiti i druge boje**, npr. pri izradama brošura,

publikacija, video zapisa itd., kao i na web stranici, društvenim mrežama i predstavljanju Programa i Projekta.

Napomena: zelena boja se koristi samo uz informiranje vezano za *Active Citizens Fund*, te se ne bi trebala koristiti kao primarna i jedina boja u izradi materijala.

3.5. Slogan

Slogan „Zajedno za zelenu, konkurentnu i uključivu Europu,“ je sveobuhvatni narativ potpora EGP i Norveškog financijskog mehanizma za razdoblje od 2014.-2021. godine i obvezni su je koristiti svi koji su uključeni u komunikaciju o Projektima čija je provedba omogućena dodjelom odgovarajućih potpora.

Korištenje slogana služi kako bi komunikacija bila dosljedna. Sve komunikacijske aktivnosti trebale bi se uklopiti u predmetnu sveobuhvatnu priču.

Slogan se može koristiti s logotipom(ima), na webu, društvenim mrežama, video zapisima, publikacijama, posterima itd. Također bi se trebao koristiti u usmenoj komunikaciji o potporama kao što su prezentacije, govori i kada se raspravlja o potporama npr. između ostalih i novinari. Stoga slogan treba integrirati u komunikacijske strategije i planove.

Slogan je fleksibilan i može se prilagoditi pri komuniciranju različitih programa, projekata i inicijativa. Slogan se za Program „Energija i klimatske promjene“ glasi:

- Zajedno za zelenu Europu

Slogan se može koristiti na engleskom i hrvatskom jeziku, po potrebi. Slogan se može koristiti u crnoj, bijeloj i u kombinaciji predefiniраниh boja prema Priručniku, kao na primjer:

Zajedno za zelenu, konkurentnu i uključivu Europu

Zajedno za zelenu, konkurentnu i uključivu Europu

Zajedno za zelenu Europu

Zajedno za zelenu Europu

3.6. Raspored elemenata

Mreža za raspored elemenata temelji se na pet stupaca u simbolu logotipa EGP-a (slika 5) i stvara dosljedan i jednostavan sustav za korištenje. Elementi u sustavu za raspored, poput slika ili teksta, mogu se preklapati s više stupaca kako bi se stvorila zanimljivija i privlačnija kompozicija. Za više informacija pogledajte Priručnik na stranicama 73-75.

Slika 5. Mreža za raspored elemenata.



Napomena:

Prilikom izrade promotivnih materijala potrebno je držati se vizualnog identiteta EGP financijskog mehanizma propisanog Priručnikom o komunikaciji i dizajnu EGP financijskog mehanizma.

U Priručniku, a ukratko i u Uputama, su propisani svi vizualni elementi, kao što su korištenje logotipa EGP financijskog mehanizma, fontova, boja, slogana te primjenu navedenih elemenata u komunikaciji i na promotivnim materijalima, kako bi se komunikacija provodila na dosljedan, ciljani i kreativan način.

Navedene mjere su minimalne i potiče se razmišljanje u širem kontekstu kao i kreativnost pri izradi vizualnih materijala.

4. Primjena vizualnog identiteta na materijale

4.1. Plakati, billboardi i roll-up banneri

Plakati, billboardi i roll-up banneri koriste se za vizualno prikazivanje projekta te za naglašavanje financiranja od strane Islanda, Lihtenštajna i Norveške putem EGP financijskog mehanizma. Upotreba ostalih logotipa koristi se na način kako je opisano Uputama i Priručnikom. Iznos bespovratnih sredstava od strane EGP-a mora biti istaknut.

Na **plakatima i billboardima**, osim spomenutog, potrebno je istaknuti i nacionalnu web stranicu www.eeagrants.hr.

Također, potrebno je uključiti i osnovne informacije o projektu kao što su: cilj i rezultati projekta, zatim tko provodi projekt, tko financira projekt i u kojem iznosu. Dodatne informacije nisu obvezne. Međutim, dozvoljeno je nadodati sve što se smatra relevantnim za isticanje na plakatu.

Ovisno o veličini materijala, potrebno je koristiti i odgovarajuću veličinu fonta, kako bi svi elementi bili jasno vidljivi i čitljivi. **Paziti da se oglasni materijali ne prepune tekstem!**

4.2. Manji promotivni materijali

Na malim promotivnim materijalima, kao što su olovke, USB stikovi, narukvice i slično, odnosno u slučaju kada bi nazivi država u logotipu EGP-a bili nečitljivi, može se koristiti samo ikonica logotipa (bez naziva država), a tim više ukoliko je uključena i nacionalna web adresa (www.eeagrants.hr).

4.3. Ostali promotivni materijali

Minimalni zahtjev na ostalim promo materijalima, kao što su majice, platnene torbe, bilježnice i slično, je korištenje logotipa EGP-a. Uputno je koristiti i ostale elemente navedene u Uputama kao što su ostali logotipi, slogan, web stranica (www.eeagrants.hr), naziv projekta i slično.

4.4. Privremena i trajna ploča

Nositelj projekta dužan je tijekom provedbe projekta na mjestu projekta postaviti privremenu ploču u skladu sa zahtjevima Priručnika koji ispunjava sljedeće uvjete:

- ukupna bespovratna sredstva projekta prelaze 50.000,00 €;
- projekt se odnosi na financiranje fizičkog objekta, infrastrukture ili građevinskih radova.

Nositelj projekta dužan je zamijeniti privremenu ploču s trajnom pločom u roku 6 mjeseci od završetka radova/ implementacije. Trajna ploča mora biti vidljiva, veličine 200 x 300 mm, izrađena na prikladnom materijalu bijele boje, sa slovima i logotipom u crnoj boji (Slika 6).

Slika 6. Primjer izgleda i obaveznih elemenata privremene i trajne ploče. Omjeri veličine i pozicije logotipa i fonta su informativni (za omjere vidi Priručnik stranica 77).



4.5. Naljepnice na kupljenoj opremi iz Projekta

U slučaju nabavke opreme kroz Projekt, istu je potrebno označiti na vidljivom mjestu naljepnicom s istaknutim elementima vidljivosti, na slijedeći način:



4.6. Prezentacija

Prilog 2 Obrazac prezentacije EGP-ovim Uputama je predložak za Power Point s primjerima slajdova koje možete koristiti za predstavljanje projekta i potpore Financijskog mehanizma EGP-a na konferencijama, sastancima i slično. Slajdovi se mogu prilagoditi potrebama, dodavajući i druge fotografije, tekstove i ostale vizualne elemente. Ključno je zadovoljiti minimalne zahtjeve vidljivosti na način da su korišteni elementi propisani vizualnim identitetom EGP financijskog mehanizma.

Primjeri primjena vizualnih elemenata na promotivne materijale moguće je pronaći na stranicama 77-83 Priručnika.

4.7. Dokumenti, studije, elaborati

Pri izradi dokumentacije koja se odnosi na Projekt, kao što su studije, elaborati i slično, potrebno je minimalno na početnoj stranici istaknuti logotipe EGP-a, UP-a i PPA-a te navesti izjavu o odricanju odgovornosti (vidi poglavlje 5.5. Uputa). Dodatni elementi vidljivosti kao što su slogan te nacionalna web stranica (www.eeagrants.hr) također se mogu nadodati na prikladnom mjestu.

5. Primjena standardnih tekstova u komunikaciji

Sljedeći standardni tekstovi mogu se koristiti na web stranici projekta, podstranici ili profilu društvenih mreža, u raznim publikacijama ili drugim informativnim materijalima, na stražnjim koricama publikacija, na kraju priopćenja za javnost u odjeljku 'Napomena za urednike' ili bilo gdje drugdje gdje se ističe potpora Islanda, Lihtenštajna i Norveške putem EGP financijskog mehanizma uz nacionalno sufinanciranje Republike Hrvatske.

Prilikom isticanja sufinanciranja iz bespovratnih sredstava EGP financijskog mehanizma, potrebno je koristiti relevantni standardni tekst ili dio teksta. U nastavku možete pronaći relevantne informacije za korištenje u komunikaciji vezano uz EGP financijski mehanizam i nacionalno sufinanciranje Republike Hrvatske.

5.1. Standardni tekstovi za EGP financijski mehanizam

Potpora EGP financijskog mehanizma predstavlja doprinos Islanda, Lihtenštajna i Norveške ka zelenoj, konkurentnoj i uključivoj Europi.

Dva su opća cilja EGP financijskog mehanizma:

- 1) smanjenje ekonomskih i socijalnih razlika u Europi te
- 2) jačanje bilateralnih odnosa između zemalja donatora i 15 zemalja EU-a u srednjoj i južnoj Europi te na Baltiku.

Države Donatori blisko surađuju s EU kroz Sporazum o Europskom gospodarskom prostoru (EGP). Bespovratna sredstva EGP-a za razdoblje 2014. – 2021. iznose 1,55 milijardi eura.

Prioriteti za ovo razdoblje su:

- # 1 Inovacija, istraživanje, obrazovanje i konkurentnost;
- # 2 Socijalna uključenost, zapošljavanje mladih i smanjenje siromaštva;
- # 3 Okoliš, energija, klimatske promjene i niskougljično gospodarstvo;

4 Kultura, civilno društvo, dobro upravljanje i temeljna prava;

5 Pravosuđe i unutarnji poslovi.

Potpore EGP-a zajednički financiraju Island, Lihtenštajn i Norveška, čiji se doprinosi temelje na njihovom BDP-u.

Prihvatljivost za bespovratna sredstva odražava kriterije postavljene za Kohezijski fond EU-a usmjeren na zemlje članice u kojima je bruto nacionalni dohodak (BND) po stanovniku manji od 90% prosjeka EU-a.

Republika Hrvatska u razdoblju financiranja 2014. – 2021. na raspolaganju ima 103,4 milijuna eura (56,8 milijuna eura u okviru EGP financijskog mehanizma i 46,6 milijuna eura u okviru Norveškog financijskog mehanizma). Udio nacionalnog sufinanciranja iznosi 9,8 milijuna eura (15%), čime ukupna raspoloživa sredstva dosežu vrijednost od 113,2 milijuna eura.

5.2. Često postavljana pitanja

EGP financijski mehanizam i Norveški financijski mehanizam – Zajedno za zelenu, konkurentnu i uključivu Europu

Što?

Island, Lihtenštajn i Norveška osigurale su 2,8 milijardi eura sredstava za 15 EU i EGP država članica u srednjoj i južnoj Europi te na Baltiku za razdoblje 2014.-2021.

Zašto?

Bespovratna sredstva EGP-a i Norveške temelje se na Sporazumu o Europskom gospodarskom prostoru. Prema ovom Sporazumu, Island, Lihtenštajn i Norveška dio su unutarnjeg tržišta EU. Sporazum postavlja zajednički cilj u radu na smanjenju društvenih i ekonomskih razlika u Europi. U tu svrhu Donatori su uspostavili EGP i Norveški financijski mehanizam.

Gdje?

Zemlje korisnice su Bugarska, Hrvatska, Cipar, Češka, Estonija, Grčka, Mađarska, Latvija, Litva, Malta, Poljska, Portugal, Rumunjska, Slovačka i Slovenija.

Koja područja?

Putem EGP i Norveškog financijskog mehanizma, Island, Lihtenštajn i Norveška imaju za cilj pridonijeti, između ostalog, rastu i radnim mjestima, rješavanju klimatskih promjena i energetske ovisnosti te smanjenju siromaštva i socijalne isključenosti.

Tko?

Korisnici su lokalne, regionalne i nacionalne institucije, obrazovne i istraživačke institucije, studenti, nastavnici i znanstvenici, nevladine organizacije, mala i srednja poduzeća i socijalni partneri.

Više informacija:

www.eeagrants.hr

www.eeagrants.org

5.3. Program Energija i klimatske promjene

Ukupna vrijednost Programa „Energija i klimatske promjene“ iznosi 20 milijuna eura, od čega se 17 milijuna eura financira iz EGP financijskog mehanizma, a ostatak od 3 milijuna eura iz sredstava državnog proračuna Republike Hrvatske. Cilj Programa je povećano korištenje energetske tehnologije s manjom emisijom ugljika i povećana sigurnost opskrbe.

Područja Programskog fokusa uključuju obnovljivu energiju, energetske učinkovitost, energetske sigurnost, ublažavanje efekta klimatskih promjena i prilagodbu na klimatske promjene. Posebna područja interesa unutar Programa su implementacija mjera energetske učinkovitosti u zgradama gotovo nulte energije te poticanje korištenja obnovljivih izvora energije, uključujući geotermalnu energiju i energiju sunca.

Više informacija o financijskom mehanizmu EGP-a i Norveškom financijskom mehanizmu za 2014.-2021. godinu u Republici Hrvatskoj možete pronaći u **Prilogu 3 Brošura EGP-ovih Uputa**, te na web stranici www.eeagrants.hr.

5.4. Izjava o isticanju potpore

Izjava izražava minimalni zahtjev standardnog teksta pri isticanju potpore Islanda, Lihtenštajna i Norveške te Republike Hrvatske u informiranju i komunikaciji. Izjavu je moguće po potrebi proširiti s dodatnim informacijama.

Osnovna verzija (minimalni zahtjev):

Projekt (naziv projekta/ili ne treba navesti ukoliko je očito iz sadržaja) je financiran od Islanda, Lihtenštajna i Norveške kroz Financijski mehanizam Europskog gospodarskog prostora (EGP) 2014. – 2021. uz nacionalno sufinanciranje Republike Hrvatske u okviru Programa „Energija i klimatske promjene”.

Dulja verzija (obveza za web stranicu/ podstranicu projekta, a moguće ju je koristiti po potrebi i na drugim medijima i promotivnim materijalima):

Projekt (naziv projekta) je financiran od Islanda, Lihtenštajna i Norveške kroz Financijski mehanizam Europskog gospodarskog prostora (EGP) 2014.–2021. uz nacionalno sufinanciranje Republike Hrvatske u iznosu (zaokružiti iznos) EUR bespovratnih sredstava u okviru Programa „Energija i klimatske promjene”. Cilj projekta je (navesti).

5.5. Izjava o odricanju od odgovornosti

Promotivni materijali i dokumenti, uz izjavu o isticanju potpore, također trebaju sadržavati izjavu o odricanju od odgovornosti u kojoj se navodi da sadržaj dokumenta/web stranice ne odražava nužno stav Upravitelja Programa:

Ovaj [dokument/ web stranica/ itd.] je izrađen uz financijsku potporu Islanda, Lihtenštajna i Norveške kroz Financijski mehanizam Europskog gospodarskog prostora (EGP) 2014.-

2021. uz nacionalno sufinanciranje Republike Hrvatske u okviru Programa „Energija i klimatske promjene”. Sadržaj ovog [dokumenta/web stranice/itd.] isključiva je odgovornost [naziv NP-a] i ni na koji način se ne može smatrati da odražava stavove Upravitelja Programa „Energija i klimatske promjene“.

6. Komunikacijski alati

6.1. Slogan

Slogan se može koristiti s logotipom(ima), na webu, društvenim mrežama, video zapisima, publikacijama, posterima itd. Također bi se trebao koristiti u usmenoj komunikaciji o potporama kao što su prezentacije, govori i kada se raspravlja o potporama npr. između ostalih i novinari. Stoga slogan treba integrirati u komunikacijske strategije i planove. Više o sloganu navedeno je u tekstu Uputa, odnosno na stranici 12.

6.2. Web stranica

Obveza: Nositelj projekta dužan je izraditi web stranicu ili podstranicu na vlastitoj web stranici, na hrvatskom i engleskom jeziku, vezano uz provedbu projekta, projektne aktivnosti i rezultate. Pritom naglasiti suradnju s partnerima te informacije o EGP financijskom mehanizmu, dodijeljenim bespovratnim sredstvima, kao i kontakte te referencu na Program „Energija i klimatske promjene“ (web stranica i kontakt UP-a) te kontakt NP-a vezano uz provedbu projekta. Na vlastitoj web stranici Nositelj projekta može objavljivati i fotografije te dijeliti i drugi sadržaj koji bi mogao biti zanimljiv ciljanoj skupini te općenito javnosti. Podaci moraju biti ažurni i pravovremeno objavljeni.

Više o obvezama vezano uz izradu web stranice može se pronaći u Ugovoru o bespovratnim sredstvima te Dodatku 3. Uredbe.






Više o savjetima i preporukama pri izradi web stranice možete pronaći na stranicama 28-31 Priručnika.

6.3. Društvene mreže

U komuniciranju i informiranju, poželjno je i preporučljivo korištenje društvenih mreža kao što su Facebook, Instagram, Twitter itd., a koje mogu biti vrlo ekonomičan i pristupačan

alat za pristup široj javnosti. Mogu se koristiti za podizanje svijesti o projektu, za poticanje rasprave ili privlačenje posjećenosti web stranice ili podstranice projekta.

Ukoliko korisnik kreira stranicu projekta na društvenim mrežama, o tome je potrebno obavijestiti Upravitelja Programa. Prilikom objave na društvenim mrežama, na web stranici projekta ili na podstranici projekta unutar vlastite web stranice, predlaže se korištenje slijedećih oznaka:

@EEANorwayGrants     

i odgovarajuće hashtagove:

#EEAGrantsCroatia

#EEAGrants

#Energija i klimatske promjene

#Zajedno za zelenu Europu

Također, uputno je koristiti i vlastite oznake za društvene mreže.

Više o savjetima i preporukama o komunikaciji i objavama putem društvenih mreža možete pronaći na stranici 32 Priručnika.

6.4. Foto i audio-vizualni materijali

Fotografije, videozapisi i druge grafike zahvalni su alati u svrhu živopisnije komunikacije i informiranja. Dobre fotografije i videozapisi brzo privlače pažnju i stoga mogu prenijeti ključne poruke zainteresiranoj javnosti na brz i učinkovit način.

Infografika može biti korisna za prenošenje složenih informacija na jednostavan način. Vizualni sadržaj također je bitan dio društvenih digitalnih platformi.

Korisnici se stoga potiču da obrate pozornost na fotografiranje implementacije projekta, njegovih rezultata, kao i ostalih projektnih aktivnosti i događaja u sklopu projekta. Nadalje,

neke je projekte teže fotografirati od drugih. To bi moglo biti zbog njihove tehničke prirode. Korisnik bi trebao biti kreativan i prilagoditi fotografije u skladu s istima.

Korisnik mora voditi računa o relevantnoj pravnoj osnovi za zaštitu osobnih podataka. Prilikom fotografiranja, prisutne sudionike uvijek treba pitati za pristanak i informirati ih o tome kako se fotografije mogu koristiti (online, publikacije, izvješća, mediji itd.). Kod fotografiranja djece i ranjivih osoba treba biti oprezan, pri čemu može biti potreban i pismeni pristanak roditelja/skrbnika.

Relevantne fotografije trebale bi biti uključene na web stranice i društvene mreže. Osim toga, preporučuje se da postavite¹ 4 relevantne fotografije u [EEA i Norway Grants Media Library](#).

Više o savjetima i preporukama o izradi foto i audio-vizualnog sadržaja možete pronaći na stranicama 34-37 Priručnika.

6.5. Publikacije

Kao i kod svakog drugog komunikacijskog materijala, prvo pitanje koje trebate postaviti je do koga se želi doprijeti i što se želi komunicirati s potencijalnom publikom. Nakon što publika i poruka budu jasni, potrebno je pažljivo razmisliti koja vrsta tiskanog materijala najbolje odgovara projektnim potrebama.

Obveza: Na svim publikacijama potrebno je isticati potporu Islanda, Lihtenštajna i Norveške putem EGP financijskog mehanizma, te koristiti elemente propisane vizualnim identitetom, kao i uključiti izjavu o odricanju od odgovornosti.

Ne zaboraviti osigurati dostupnost digitalne verzije relevantnih publikacija (kao što je PDF) na odgovarajućoj web stranici!

¹ Potrebno je poslati zahtjev za otvaranje računa na e-mail info-fmo@efta.int. Više informacija dostupno je u priručniku [EEA i Norway Grants Media Library Manual](#).

Više o savjetima i preporukama o izradi publikacija možete pronaći na stranicama 38-39 Priručnika.

6.6. Događaji

Organiziranje događaja izvrsna je prilika za prikazivanje napretka i rezultata projekata financiranih putem EGP financijskog mehanizma.

Obveza: Sukladno Dodatku 3. Uredbe, potrebno je provesti najmanje tri informativne aktivnosti o napretku, postignućima i rezultatima projekta, kao što su seminar ili konferencija s dionicima, tiskovna konferencija ili događaj za medije, uključujući početnu i završnu konferenciju projekta.

Preporuka: Prvi korak u organizaciji svakog uspješnog događaja je razumijevanje do koga se želi doprijeti i koja poruka se želi prenijeti. Jednom kada je definirana ciljana publika te sadržaj za komuniciranje, bit će lakše pronaći pravi format događaja.

Ne zaboraviti!

Sudionici organiziranih događaja moraju biti upoznati da se projektne aktivnosti financiraju od strane Islanda, Lihtenštajna i Norveške putem EGP financijskog mehanizma, kako usmeno tako i vizualno putem tiskanih i promotivnih materijala, prezentacije, plakata, roll-up banneri i slično. Ne zaboraviti uključiti podatke o financijskoj potpori na sve tiskane materijale i publikacije (pogledati odjeljak pod nazivom 'Publikacije').

Također, na događaje je potrebno pozvati sve ključne dionike u provedbi projekta kao što su Upravitelj Programa, Programski partner, Veleposlanstvo Kraljevine Norveške u Republici Hrvatskoj, kao i ostale vama važne dionike i ciljane skupine.

Više o savjetima i preporukama o organiziranju javnih događaja možete pronaći na stranicama 40-43 Priručnika.

6.7. Izrada vijesti i objave za medije

Izrada vijesti

Provedba Projekta nije novost sama po sebi. Izrada dobrog sadržaja najbolji je način u plasiranju vijesti. Stoga je preporučljivo biti kreativan i razviti barem dvije različite vijesti koje će biti spremne za novinarske upite. Uvijek je potrebno postaviti pitanje: „Zašto bi netko htio čitati o našem Projektu u novinama ili gledati nešto o tome na televiziji?“

Savjeti u ovom odjeljku posebno su relevantni za moguće novinarske aktivnosti, ali su korisni i kod razvijanja ostalih komunikacijskih materijala.

Objave za medije

Priopćenje za medije mora sadržavati informacije koje će pomoći novinarima da brzo razumiju pripremljene vijesti i ulogu Nositelja projekta tijekom provedbe ugovorenih aktivnosti.

Obveza: Svako priopćenje za javnost mora **minimalno** sadržavati izjavu o isticanju potpore kroz EGP financijski mehanizam te vrijednost primljenih bespovratnih sredstava.

Preporuka: izrada „*press kit-a*“ - Svaki NP treba razmisliti o sastavljanju *press kit-a* koji uključuje niz informacija i alata navedenih u Uputama i Priručniku. *Press kit* treba sadržavati sve ažurne i relevantne informacije u jednom praktičnom paketu.

Novinari su često u žurbi i cijene kada su im unaprijed pripremljene sve relevantne informacije, a gotovi *press kit* je pritom koristan za distribuciju na događajima koje organiziraju NP i PP, kao što su press konferencije, pri čemu se uz priopćenje za medije može uručiti i unaprijed pripremljeni *press kit*.

Više o savjetima i preporukama o izradi vijesti i objava za medije možete pronaći na stranicama 45-47 Priručnika.

6.8. Izvještavanje o provedenim mjerama o informiranju i vidljivosti

Obveza: Prije izrade i puštanja u javnost tiskanih i promotivnih materijala, potrebno je iste poslati na provjeru UP-u kako bi se utvrdilo jesu li na odgovarajući način primijenjeni elementi informiranja i vidljivosti.

Nositelj projekta mora izvještavati Upravitelja Programa o svim poduzetim mjerama informiranja i vidljivosti sukladno Komunikacijskom planu.

Podijeliti sljedeće informacije s UP-om:

- Adresu web stranice/ podstranice projekta;
- Profile na društvenim mrežama (službene ili izrađene za projekt – ukoliko se koristi navedena mjera informiranja);
- Izrađen promotivni materijal (publikacije, plakati, brošure, audio-video sadržaj itd)
- Planirani javni događaji i njihov raspored;
- Sve druge zanimljive informacije koje bi se mogle iskoristiti na nacionalnoj ili internacionalnoj razini.

Napomena: U Priručniku su kod svake cjeline posebno istaknute obaveze i preporuke za NP/PP projekata, na što je potrebno obratiti posebnu pozornost.

Želimo vam uspješnu provedbu i promociju projekta!

Kontakti:

www.eeagrants.hr

energija@mrrfeu.hr

Prilozi:

1. Logotipi
2. Obrazac prezentacije EGP
3. Brošura EGP