



**ES fondu 2021.–2027. gada plānošanas perioda un
Atveseļošanas fonda
komunikācijas un dizaina vadlīnijas**



Saturs

Saturs

1	Ievads	2
2	ES fondu komunikācijas prasības	6
3	Atveseļošanas un noturības mehānisma komunikācijas prasības	18
4	Komunikācijas plānošana	23
5	ES emblēma ar paziņojumu par finansējumu, NAP logo	28
6	Fiziskie vizuālie elementi	38
6.1	Informācijas stendi un plāksnes	40
6.2	Plakāti vai elektroniskie displeji	51
6.3	Uzlīmes	58
7	Komunikācijas rīki	60
7.1	Tīmekļa vietnes	61
7.2	Sociālie tīkli	62
7.3	Foto	65
7.4	Video un radio	67
7.5	Publikācijas	68
7.6	Informatīvie priekšmeti	69
8	Tipogrāfija un ikonogrāfija	71
	Pielikums (Komunikācijas plāna veidne)	76



1

levads

Informācijas sniegšana par ES atbalstu, izmantojot vienotu vizuālo identitāti: vienkārša, skaidra un saskanīga

Pēdējos gados Eiropas Savienības (ES) fondu¹ atpazīstamības veicināšana ir kļuvusi par galveno prioritāti ES fondu ieviešanā. Katru gadu ES fondi atbalsta tūkstošiem projektu visā Eiropā, un tas vistaustāmākajā veidā apliecina ES klātbūtni reģionos. Efektīva informēšana par īstenotajiem projektiem palielina sabiedrības izpratni par ieguvumiem, ko sniedz ES ikviena cilvēka dzīvē.

Saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2021. gada 24. jūnija Regulu (ES) 2021/1060 (Kopīgo noteikumu regula, turpmāk - KNR) projektu finansējuma saņēmējiem savā saziņā ir jāizmanto ES emblēma, lai apliecinātu no ES programmām saņemto atbalstu un veicinātu ES atpazīstamību.

Visredzamākā prasība attiecībā uz ES fondu atpazīstamību ir par informācijas standu, plāksņu un plakātu izvietojumu projektu īstenošanas vietās. Šie elementi, kas sniedz informāciju par jebkuru konkrēto projektu, var bez papildu pūlēm sasniegt vietējos iedzīvotājus, apmeklētājus un lietotājus. Tā ir arī iespēja projekta īstenotājiem dalīties ar informāciju par saviem sasniegumiem.

Vienlaikus aicinām un iedrošinām izmantot iespējami daudz un dažādus citus informēšanas veidus, lai jūsu projekta mērķauditorijām un plašākai sabiedrībai sniegtu informāciju par ieguvumiem no jūsu īstenotā projekta. **Stāstiet, iepazīstiniet un lepoieties ar sava projekta rezultātiem!**

¹ ERAF - Eiropas Reģionālās attīstības fonds, ESF+ - Eiropas Sociālais fonds, TPF - Taisnīgas pārkārtošanas fonds, EJZAF - Eiropas Jūrlietu, zivsaimniecības un akvakultūras fonds, ELGF - Eiropas Lauksaimniecības garantiju fonda, ELFLA - Eiropas Lauksaimniecības fonda lauku attīstībai, PMIF - Patvēruma, migrācijas un integrācijas fonds, IDF - Iekšējās drošības fonds, RPVI - Robežu pārvaldības un vīzu instruments.

Kopumā 2021.–2027. gada plānošanas perioda ES investīcijām ir izvirzīti pieci lieli mērķi jeb prioritātes:

1. **viedāka Eiropa**, kas paredz inovatīvas un viedas ekonomiskās pārmaiņas - pētniecības un prasmju attīstīšanu, atbalstu uzņēmējdarbībai, digitalizācijai un digitālo savienojumu attīstībai;
2. **zaļāka Eiropa**, kas paredz klimatneitralitāti, pielāgošanos klimata pārmaiņām un vides aizsardzību;
3. **ciešāk savienota Eiropa**, kas paredz drošu, ilgtspējīgu un pieejamu transporta attīstību;
4. **sociāla un iekļaujoša Eiropa**, kas paredz vienlīdzīgas iespējas un piekļuvi izglītībai, veselības aprūpei un darba tirgum, kā arī taisnīgus darba nosacījumus, sociālo aizsardzību un iekļaušanu;
5. **iedzīvotājiem tuvāka Eiropa**, kas paredz ilgtspējīgu un līdzsvarotu reģionu attīstību.

Investīcijām saskaņā ar Kopējās lauksaimniecības politikas Stratēģisko plānu (KLP SP), kuru finansē no ELGF un ELFLA, 2023.-2027.gada izvirzīti šādi vispārīgie mērķi:

1. attīstīt **gudru, konkurētspējīgu, izturētspējīgu un daudzveidīgu lauksaimniecības nozari**, kas garantē ilgtermiņa pārtikas nodrošinājumu;
2. atbalstīt un stiprināt **vides aizsardzību**, tostarp **bioloģisko daudzveidību**, un rīcību klimata jomā un palīdzēt sasniegt ar vidi un klimatu saistītos ES mērķus, tostarp izpildīt saistības saskaņā ar Parīzes nolīgumu;
3. stiprināt **sociālekonomisko vidi** lauku apvidos.

ES izvirzītos mērķus nepieciešams ne tikai efektīvi īstenot, bet arī kvalitatīvi, atbildīgi un plaši atspoguļot un nokomunicēt ES valstu līmenī. Lai komunikācija būtu vienojoša, ir būtiski, lai ES fondu, Atveseļošanas fonda un Kopējās lauksaimniecības politikas fondu vadībā iesaistīto iestāžu komunikācijā veidotos sasaiste ar ES izvirzītajiem lielajiem mērķiem.

Komunikācijā īpašs uzsvars tiek likts uz 2021.–2027.gada plānošanas periodā ES kohēzijas politikas programmā noteiktajām stratēģiski svarīgajām darbībām un projektiem, kā arī kā arī Atveseļošanas

1 Ievads

fonda plānā identificētajiem stratēģiski svarīgajiem projektiem/darbībām, nodrošinot pastiprinātu komunikāciju par šo projektu/darbību īstenošanas gaitu un sabiedrības ieguvumiem no tiem. Stratēģiski svarīgo projektu publicitātes pasākumos pēc iespējas jānodrošina atbildīgās ministrijas un Eiropas Komisijas (EK) vai EK pārstāvniecības Latvijā pārstāvju dalība, tādējādi vēl vairāk izceļot šādu projektu nozīmību un svarīgumu.

Lai palīdzētu finansējuma saņēmējiem efektīvi izpildīt minimālās projekta redzamības prasības, ir izveidoti trīs cieši saistīti rīki.



[Tiešsaistes generatorā](#) finansējuma saņēmēji, veicot vienkāršas darbības, var izveidot drukāšanai gatavus PDF failus informācijas stendiem, plāksnēm un plakātiem, kas paredzēti konkrētiem projektiem.



[Tīmekļa vietnē \[www.esfondi.lv\]\(http://www.esfondi.lv\)](#) finansējuma saņēmēji var lejupielādēt ES emblēmu ar dažādiem paziņojumiem par finansējumu (standarta tekstu, ka projektu finansē vai līdzfinansē Eiropas Savienība, *NextGenerationEU* vai *Interreg*) un Nacionālā attīstības plāna (NAP) logo, ko izmantot jebkurā saziņas materiālā, uz drukājamām uzlīmēm un pielāgojamajās veidnēs, kas paredzētas informācijas stendiem, plāksnēm un plakātiem.



[Šīs vadlīnijas](#) palīdzēs finansējuma saņēmējiem izprast un maksimāli izmantot atpazīstamības prasības.

Izmantojot šos rīkus, ES fondu finansējuma saņēmēji ievēros KNR noteiktās minimālās projekta redzamības prasības. Tā kā dizains ir vienkāršs, tad tos var izmantot dažādās situācijās, nepatērējot daudz laika resursa un finansējuma saņēmējiem atliek laika pievērsties citām projekta komunikācijas aktivitātēm.



2

ES fondu
komunikācijas
prasības

2 ES fondu komunikācijas prasības

KNR nosaka minimālās prasības kohēzijas politikas redzamībai, pārredzamībai un saziņas pasākumiem.

KNR paredz, ka finansējuma saņēmējiem, vadošajām iestādēm un dalībvalstīm ir jāapliecina ES atbalsts visos saziņas materiālos. Šajā jomā svarīgs elements ir ES emblēma kopā ar paziņojumu par finansējumu, kas jānorāda visos drukātajos un digitālajos produktos, tīmekļa vietnēs, sociālo tīklu kanālos un citos saziņas produktos. Papildus tam Latvijā nacionāli jāizmanto Latvijas NAP logo.

KNR 46. pants Redzamība

Katra dalībvalsts nodrošina:

- a) | atbalsta redzamību visās aktivitātēs, kas saistītas ar fondu atbalstītajām darbībām, īpašu uzmanību pievēršot stratēģiskas nozīmes darbībām;
- b) | komunikāciju ar ES iedzīvotājiem par fondu nozīmi un sasniegumiem, izmantojot vienotu tīmekļa portālu, kas nodrošina piekļuvi visām programmām, kurās iesaistīta attiecīgā dalībvalsts.

KNR 47. pants Eiropas Savienības emblēma

Dalībvalstis, vadošās iestādes un finansējuma saņēmēji, veicot redzamības, pārredzamības un komunikācijas aktivitātes, izmanto ES emblēmu saskaņā ar KNR IX pielikumu.

Tabulā: Izmaiņas salīdzinot ar iepriekšējo plānošanas periodu

2021-2027.gada plānošanas periods	2014-2020. gada plānošanas periods
Emblēma jāattēlo kopā ar paziņojumu “Līdzfinansē Eiropas Savienība” vai “Finansē Eiropas Savienība” nesaīsinātā tekstā.	ES emblēmai pievieno nesaīsinātā tekstā uzrakstītu nosaukumu “Eiropas Savienība” un atsauci uz konkrēto fondu.
ES atbalsta izcelšanai nedrīkst izmantot nekādu citu vizuālo identitāti vai logotipu.	Tiek izmantots sauklis – ieguldījums tavā nākotnē



2 ES fondu komunikācijas prasības

1. Finansējuma saņēmēji un finanšu instrumentus īstenojošas struktūras atzīst atbalstu, ko darbība saņem no fondiem, tostarp resursus, ko atkārtoti izmanto saskaņā ar KNR 62. pantu, un šādā nolūkā:

a) | finansējuma saņēmēja oficiālajā tīmekļa vietnē, ja šāda vietne ir, un sociālo mediju vietnēs publicē īsu un ar atbalsta apjomu samērīgu aprakstu par darbību, tostarp tās mērķiem un rezultātiem, un uzsver no ES saņemto finansiālo atbalstu;

b) | ar darbības īstenošanu saistītajos dokumentos un komunikācijas materiālos, ko paredzēts izplatīt sabiedrībai vai dalībniekiem, sniedz pamanāmu paziņojumu, kurā uzsver no ES saņemto atbalstu;

c) | tiklīdz sākas darbību faktiskā īstenošana, kas ietver materiālas investīcijas, vai tiklīdz tiek uzstādīts iegādātais aprīkojums, uzstāda sabiedrībai skaidri redzamas ilgtspējīgas plāksnes vai informācijas standus, kuros saskaņā ar KNR IX pielikumā noteiktajiem tehniskajiem parametriem ir attēlota ES emblēma un NAP logo, attiecībā uz turpmāko:

- (i) darbībām, kas saņem atbalstu no ERAF un Kohēzijas fonda un kuru kopējās izmaksas pārsniedz 500 000 EUR;
- (ii) darbībām, kurām piešķirts atbalsts no ESF+, TPF, EJZAF, PMIF, IDF vai RPVI² un kuru kopējās izmaksas pārsniedz 100 000 EUR;

d) | par darbībām, uz kurām neattiecas c) apakšpunkts, sabiedrībai skaidri redzamā vietā uzstāda vismaz vienu plakātu, kura minimālais izmērs ir A3, vai līdzvērtīgu elektronisku displeju, kurā izklāstīta informācija par darbību un uzsvērts no fondiem saņemtais atbalsts; ja finansējuma saņēmējs ir fiziska persona, tas – ciktāl tas iespējams – nodrošina, ka ir pieejama attiecīga informācija, kas sabiedrībai redzamā vietā vai ar elektronisku paziņojumu uzsver no fondiem saņemto atbalstu [..].

² ERAF - Eiropas Reģionālās attīstības fonds, ESF+ - Eiropas Sociālais fonds, TPF - Taisnīgas pārkārtošanas fonds, EJZAF - Eiropas Jūrlietu, zivsaimniecības un akvakultūras fonds, PMIF - Patvēruma, migrācijas un integrācijas fonds, IDF - Iekšējās drošības fonds, RPVI - Robežu pārvaldības un vīzu instruments.

2 ES fondu komunikācijas prasības

Pirmās daļas d) apakšpunktā noteikto prasību nepiemēro, ja ESF+ finansējuma saņēmējs ir fiziska persona vai attiecībā uz darbībām, kas atbalstu saņem saskaņā ar ESF+ regulas 4. panta 1. punkta m) apakšpunktā izklāstīto konkrēto mērķi.

Atkāpjoties no pirmās daļas c) un d) apakšpunkta, saistībā ar darbībām, kas saņem atbalstu no PMIF, IDF un RPVI, dokumentā, kurā izklāstīti atbalsta saņemšanas nosacījumi, var noteikt īpašas prasības attiecībā uz publiskas informācijas nodrošināšanu par atbalstu no fondiem, ja to pamato drošības un sabiedriskās kārtības apsvērumi saskaņā ar 69. panta 5. punktu.

2. Attiecībā uz maziem projektiem finansējuma saņēmējs izpilda pienākumus saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes 2021. gada 24. jūnija Regulas (ES) 2021/1059 (turpmāk - *Interreg* regula) 36. panta 5. punktu.

Attiecībā uz finanšu instrumentiem finansējuma saņēmējs ar līguma noteikumiem nodrošina, ka gala saņēmēji izpilda 1. punkta c) apakšpunktā noteiktās prasības.

3. Ja saņēmējs neizpilda KNR 50. pantā vai šā panta 1. un 2. punktā noteiktos pienākumus un ja nav ieviesti korektīvie pasākumi, vadošā iestāde piemēro pasākumus, ņemot vērā proporcionalitātes principu, atceļot līdz pat 3 % no atbalsta no fondiem attiecīgajai darbībai.

Tabulā: Izmaiņas salīdzinot ar iepriekšējo plānošanas periodu

2021-2027. gada plānošanas periods	2014-2020. gada plānošanas periods
Vairākiem projektiem vienā vietā ir atļauts viens informācijas stends un/vai plāksne.	Finansējuma saņēmējs ir atbildīgs par informācijas stenda un plāksnes uzstādīšanu attiecībā uz katru darbību.
Par saistību nepildīšanu paredzēta finanšu korekcija saskaņā ar finanšu korekcijas vadlīnijām līdz 3 %.	

Informācijas, publicitātes un atpazīstamības prasības saistībā ar ES atbalstu KLP SP ir noteiktas Eiropas Parlamenta un Padomes 2021. gada 2. decembra Regulā (ES) 2021/2115, Eiropas Parlamenta un Padomes 2021. gada 2. decembra Regulā (ES) 2021/2116 un Komisijas Īstenošanas regulā (ES) 2022/129 .



III pielikuma 2. punkts

KLP SP ELFLA intervencēs finansējuma saņēmēju pienākumi (ELFLA intervencēs, kas nav platībatkarīgās un dzīvniekatkarīgās intervences)³

- a) Labuma guvēja (finansējuma saņēmēja) oficiālajā tīmekļa vietnē, ja šāda vietne ir, un oficiālajās sociālo mediju vietnēs publicē īsu un ar atbalsta apjomu samērojamu aprakstu par darbību, tās mērķiem un rezultātiem, un uzsver no ES saņemto finansiālo atbalstu.
- b) Ar darbības īstenošanu saistītajos dokumentos un komunikācijas materiālos, ko paredzēts izplatīt sabiedrībai vai dalībniekiem, sniedz pamanāmu paziņojumu, kurā uzsver Savienības atbalsta saņemšanas faktu un kurā arī attēlo ES emblēmu.
- c) Par infrastruktūras vai būvniecības darbu finansēšanas darbībām, kuru kopējie publiskie izdevumi vai kopējās izmaksas (ja runa ir par atbalstu finanšu instrumentu veidā), tostarp apgrozāmā kapitāla finansējums, pārsniedz 500 000 EUR, – tiklīdz sākas darbību faktiskā īstenošana vai tiklīdz tiek uzstādīts iegādātais aprīkojums, izvieto ilgtspējīgas plāksnes vai informācijas standus, kuri sabiedrībai ir skaidri redzami un kuros ES emblēma un NAP logo ir attēlots saskaņā ar 5. nodaļā noteiktajiem tehniskajiem parametriem.
- d) Par darbībām, kuras ir ieguldījumi materiālajos aktīvos (bet uz kurām neattiecas c) apakšpunkts) un kuru kopējais publiskais atbalsts pārsniedz 50 000 EUR, vai atbalstam finanšu instrumentu veidā, tostarp apgrozāmā kapitāla finansējumam, kura kopējās izmaksas pārsniedz 500 000 EUR, – uzstāda paskaidrojošu plāksni vai līdzvērtīgu elektronisko displeju ar informāciju par projektu, uzsverot ES finansiālā atbalsta saņemšanas faktu un attēlojot ES emblēmu un NAP logo saskaņā ar 5. nodaļā tehniskajiem parametriem.
- e) Par darbībām, ar kurām tiek atbalstīts LEADER, pamatpakalpojumi un infrastruktūra (bet uz kurām neattiecas c) un d) apakšpunkts) un kuru kopējais publiskais atbalsts pārsniedz 10 000 EUR, vai atbalstam finanšu instrumentu veidā, tostarp apgrozāmā kapitāla finansējumam, kura kopējās izmaksas pārsniedz 100 000 EUR, – sabiedrībai skaidri redzamā vietā uzstāda vismaz vienu plakātu, kura minimālais izmērs ir A3, vai līdzvērtīgu elektronisko displeju ar informāciju par darbību, uzsverot Savienības finansiālā atbalsta saņemšanas faktu. LEADER finansēto vietējo rīcības grupu

³ Padomes 2021. gada 2. decembra Regulas (ES) 2021/2116 un Komisijas Īstenošanas regula (ES) 2022/129 ar ko paredz noteikumus, kuri piemērojami intervenču veidiem attiecībā uz eļļas augiem, kokvilnu un vīndarības blakusproduktiem saskaņā ar Eiropas Parlamenta un Padomes Regulu (ES) 2021/2115 un kuri piemērojami informācijas, publicitātes un atpazīstamības prasībām saistībā ar Savienības atbalstu un KLP stratēģiskajiem plāniem, II un III pielikums

telpās uzstāda paskaidrojošu plāksni.



KNR IX pielikums

Komunikācija un redzamība

1. ES emblēmas izmantošana un tās tehniskie parametri

1.1. Visos komunikācijas materiālos, ko izplata plašai sabiedrībai vai dalībniekiem, piemēram, drukātos vai digitālos produktos, tīmekļa vietnēs un to mobilajās versijās, kas saistītas ar darbības īstenošanu, redzami attēlo emblēmu.

1.2. Paziņojumus "Finansē Eiropas Savienība" vai "Līdzfinansē Eiropas Savienība" raksta nesaīsināti un izvieto blakus emblēmai.

1.3. Burtveidols, ko izmanto kopā ar emblēmu, var būt viens no šiem: *Arial*, *Auto*, *Calibri*, *Garamond*, *Trebuchet*, *Tahoma*, *Verdana* vai *Ubuntu*. Nav atļauts izmantot kursīvu, pasvītrojumu un fonta efektus.

1.4. Teksta novietojums attiecībā pret emblēmu neaizsedz emblēmu.

1.5. Izmantotais fonta lielums ir proporcionāls emblēmas lielumam.

1.6. Fonta krāsa ir zila (*reflex blue*), melna vai balta – atkarībā no fona.

1.7. Emblēmu nedrīkst pārveidot vai apvienot ar jebkādu citu grafisko elementu vai tekstu. Ja kopā ar emblēmu izvieto citus logotipus, emblēmai pēc augstuma vai platuma ir jābūt vismaz tikpat lielai kā lielākajam logotipam. Izņemot emblēmu, nedrīkst izmantot nevienu citu vizuālo identitāti vai logotipu, lai izceltu ES atbalstu.

1.8. Ja vienā un tajā pašā vietā tiek veiktas vairākas darbības, ko atbalsta ar tiem pašiem vai citiem finansēšanas instrumentiem, vai, ja vēlāk tai pašai darbībai tiek piešķirts papildu finansējums, izvieto vismaz vienu plāksni vai informācijas stendu.

2 ES fondu komunikācijas prasības

2 ES fondu komunikācijas prasības

A) SIMBOLU APRAKSTS. Uz zila pamata divpadsmit zelta zvaigznes veido apli, kas simbolizē Eiropas tautu savienību. Zvaigžņu skaits ir nemainīgs, skaitlis divpadsmit simbolizē pilnību un vienotību.

B) HERALDISKAIS APRAKSTS. Divpadsmit zelta piecstaru zvaigznes uz zila fona veido apli tā, ka to stari nesaskaras.

C) ĢEOMETRISKAIS APRAKSTS. Emblēma ir zila taisnstūra karoga formā, kura garākā mala ir 1,5 reižu garāka par īsāko malu. Divpadsmit zelta zvaigznes, kas izvietotas ar vienādu intervālu, veido neredzamu apli, kura centrs ir taisnstūra diagonāļu krustpunkts. Apļa rādiuss ir vienāds ar vienu trešdaļu emblēmas augstuma. Katrai zvaigznei ir pieci stari, kas atrodas uz tāda neredzama apļa perimetra, kura rādiuss ir vienāds ar vienu astoņpadsmito daļu no karoga platuma. Visas zvaigznes ir stateniskas, t. i., pret mastu viens stars vertikāli un divi stari taisnā līnijā taisnā leņķī. Zvaigznes ir izvietotas kā pulksteņa ciparnīcas skaitļi. To skaits nav maināms.

D) STANDARTA KRĀSAS. Emblēmā izmantotas šādas krāsas: PANTONE REFLEX BLUE taisnstūra virsmai; PANTONE YELLOW zvaigznēm.

E) ČETRKRĀSU DRUKA. Ja tiek izmantota četrkrāsu druka, atkārtoti jāizveido divas standartkrāsas, izmantojot četrkrāsu drukas krāsas. PANTONE YELLOW krāsu iegūst, izmantojot 100 % dzeltenu proceskrāsu. PANTONE REFLEX BLUE krāsu iegūst, sajaucot 100 % ciāna proceskrāsu un 80 % fuksīna proceskrāsu. INTERNETS. PANTONE REFLEX BLUE atbilst tīmekļa paletes krāsai RGB:0/51/153 (heksadecimālajā sistēmā: 003399), un PANTONE YELLOW atbilst tīmekļa paletes krāsai RGB: 255/204/0 (heksadecimālajā sistēmā: FFCC00). MELNBALTĀ REPRODUKĒŠANA. Izmantojot melno krāsu, taisnstūra kontūru drukā melnā krāsā un zvaigznes drukā melnas uz baltas pamatnes. Izmantojot zilo krāsu (Reflex Blue), izmanto 100 % zilu, zvaigznes atveidojot baltā negatīva krāsā. REPRODUKĒŠANA UZ KRĀSAINA PAMATA. Ja nav iespējams izmantot citu fonu kā tikai krāsainu, ap taisnstūri jābūt baltai apmalei, kuras platums ir 1/25. daļa no taisnstūra augstuma.

2 ES fondu komunikācijas prasības

Principi, kas nosaka, kādā veidā ES emblēmu var izmantot trešās personas, ir izklāstīti administratīvā nolīgumā ar Eiropas Padomi¹. 2. Intelektuālā īpašuma tiesību licence, kas minēta 49. panta 6. punktā, piešķir Savienībai vismaz šādas tiesības: 2.1. iekšēji lietot komunikācijas un redzamības materiālus, t. i., tiesības tos reproducēt, kopēt un darīt pieejamus ES iestādēm un aģentūrām, dalībvalstu iestādēm, un to darbiniekiem; 2.2. ar jebkādiem līdzekļiem un jebkādā formā pilnīgi vai daļēji reproducēt komunikācijas un redzamības materiālus; 2.3. publiskot komunikācijas un redzamības materiālus, izmantojot visus saziņas līdzekļus; 2.4. publiski izplatīt visu veidu komunikācijas un redzamības materiālus (vai to kopijas); 2.5. glabāt un arhivēt komunikācijas un redzamības materiālus; 2.6. piešķirt trešajām personām apakšlicenci par tiesībām izmantot komunikācijas un redzamības materiālus; 2.7. ES var tikt piešķirtas papildu tiesības.

Dalībvalsts komunikācijas pasākumu kontrolsaraksts

Katra dalībvalsts nodrošina:

- Atbalsta redzamību visās aktivitātēs, kas saistītas ar fondu atbalstītajām darbībām, **īpašu uzmanību pievēršot stratēģiskas nozīmes darbībām/projektiem.**
- Komunikāciju ar iedzīvotājiem par fondu nozīmi un sasniegumiem, izmantojot **vienotu tīmekļa portālu**, kas nodrošina piekļuvi visiem Kohēzijas un iekšējās drošības rīcībpolitikas fondiem – **Latvijā šāds vienotais tīmekļa portāls ir www.esfondi.lv**

Stratēģiskas nozīmes darbības

Latvijā par **ES fondu stratēģiskas nozīmes darbībām/projektiem ir noteikti (atbilstoši Eiropas Savienības kohēzijas politikas programmas 2021.–2027.gadam 7.pielikumā noteiktajam):**

- 1.1.1.2.pasākums “RIS3 pētniecības un inovāciju centri”;
- 1.3.1.specifiskā atbalsta mērķa “Izmantot digitalizācijas priekšrocības iedzīvotājiem, uzņēmumiem, pētniecības organizācijām un publiskajām iestādēm” projekts “Datu pārvaldības attīstība, lai nodrošinātu efektīvu datu koplietošanu un nodošanu atkalizmantošanai”
- 1.4.1.1.pasākums “Platjoslas infrastruktūras attīstība (“pēdējā jūdze”)”;
- 2.1.1.1.pasākums “Energoefektivitātes paaugstināšana dzīvojamās ēkās, t.sk. attīstot ESKO tirgu (daudzīvokļu, privātās un neliela dzīvokļu skaita ēku kompleksos)”
- 2.2.3.6.pasākums “Gaisa piesārņojumu mazinošu pasākumu īstenošana, uzlabojot mājsaimniecību siltumapgādes sistēma”
- 2.3.1.2.pasākums “Multimodāls sabiedriskā transporta tīkls”
- 3.1.1.1.pasākums “Dzelzceļa transporta attīstība un energoefektivitātes uzlabošana sabiedriskajos pasažieru pārvadājumos”
- 4.1.1.2.pasākums “P.Stradiņa klīniskās universitātes slimnīcas infrastruktūras attīstība”
- 4.1.2.6.pasākums “Piesaistīt un noturēt ārstniecības personas darbam valsts apmaksāto veselības aprūpes pakalpojumu sektorā, īpaši stacionāros”
- 4.2.3.1.pasākums “Integrēta “skola-kopiena” sadarbības programma atstumtības riska mazināšanai izglītības iestādēs”
- 4.2.4.2.pasākums “Atbalsts pieaugušo individuālajās vajadzībās balstītai pieaugušo izglītībai”
- 4.3.3.3. pasākums “Atbalsts sociālajai uzņēmējdarbībai”
- 4.3.5.1. pasākums “Sabiedrībā balstītu sociālo pakalpojumu pieejamības palielināšana”
- 4.4.1.1. pasākums “Atbalsts jaunām pieejām sabiedrībā balstītu sociālo pakalpojumu sniegšanā (inovācijas)”
- 5.1.1.5.pasākums “Unikāla Eiropas mēroga kultūras mantojuma atjaunošana, lai veicinātu to pieejamību, attīstot kultūras pakalpojumus”

Vadošo iestāžu (VI - Finanšu ministrijas, Zemkopības ministrijas un Iekšlietu ministrijas) kontrolsaraksts

- Finanšu ministrija nodrošina ES fondu nacionālā komunikācijas koordinētāja funkciju
- Finanšu ministrija izstrādā ES fondu 2021. – 2027. gada plānošanas perioda (2023.-2027. gada KLP) un Atvēršanas fonda komunikācijas un dizaina vadlīnijas
- Finanšu ministrija izstrādā tīmekļa vietni, kurā pieejama informācija par tās atbildībā esošajiem ES fondiem un programmām un cita informācija atbilstoši KNR noteiktajam
- Nodrošina EK pieeju radītajiem publicitātes materiāliem
- Finanšu ministrija vada un koordinē Komunikācijas vadības grupas darbu
- VI ir atbildīgas par komunikācijas stratēģijas izstrādi un ieviešanu, kā arī nodrošina komunikācijas vadību. Izstrādā komunikācijas plānu
- VI nodrošina AI un SI metodisku atbalstu informācijas un komunikācijas pasākumu īstenošanā
- VI sniedz mērķauditorijām vispārīgu informāciju par ES fondu ieguldījuma nozīmi tautsaimniecībā un ekonomiskajā attīstībā un ES kohēzijas politikas programmā un KLP stratēģiskajā plānā (SP) definētajiem prioritārajiem virzieniem

Atbildīgo iestāžu (AI - Nozaru ministriju un Valsts kancelejas) kontrolsaraksts

- Izstrādā komunikācijas plānu
- Ievieto informāciju AI un www.esfondi.lv tīmekļa vietnēs
- Nodrošina komunikāciju par nozares specifiskajiem atbalsta mērķiem un tautsaimniecības ieguvumiem, plānotajiem rezultātiem savā nozarē
- Nodrošina komunikācijas un publicitātes pasākumus par stratēģiski svarīgiem projektiem/darbībām (*sadarbībā ar finansējuma saņēmējiem*)
- Vada un koordinē Komunikācijas vadības grupu
- Reizi gadā sagatavo un līdz 1.novembrim elektroniski iesniedz Finanšu ministrijai informāciju par kārtējā gadā īstenotajiem informācijas un komunikācijas pasākumiem un sasniegtajiem stratēģijas informācijas un komunikācijas pasākumu rādītājiem

Sadarbības iestādes (SI - Centrālā finanšu un līgumu aģentūra un Lauku atbalsta dienests (EJZAF un ELFLA, ELGF gadījumā)) kontrolosaraksts

- Izstrādā komunikācijas plānu
- Nodrošina informāciju plašsaziņas līdzekļiem un sociālajos medijos par ES fondu ieviešanu
- Nodrošina informācijas centra funkcijas, sniedzot atbildes interesentiem par ES fondu pieejamo atbalstu
- Sniedz informāciju par atklātajām atlasēm, nosacījumiem, procedūrām utt.
- Ievieto informāciju SI un www.esfondi.lv tīmekļa vietnēs
- Uzrauga, kā finansējuma saņēmēji izpilda pienākumus informācijas un komunikācijas jomā, kas noteikti KNR Nr.2021/1060 47., 50.pantā, IX pielikumā un publicitātes vadlīnijās. IDF, PMIF, RPVI finansējumam šīs prasības uzrauga Iekšlietu ministrija.
- Reizi gadā sagatavo un līdz 1.novembrim elektroniski iesniedz vadošajā iestādē informāciju par tekošajā gadā īstenotajiem informācijas un komunikācijas pasākumiem un sasniegtajiem stratēģijas informācijas un komunikācijas pasākumu rādītājiem

Finansējuma saņēmēja kontrolosaraksts

- Stratēģiski svarīgo projektu/darbību gadījumā izstrādā komunikācijas plānu (pārējiem projektiem plāna izstrāde nav obligāta, to izstrādā pēc izvēles)

Obligātās prasības no KNR:

- Tīmekļa vietnē (ja tāda ir) un sociālo mediju vietnēs publicē īsu un ar atbalsta apjomu samērīgu aprakstu par projektu (tā mērķiem un rezultātiem) un uzsver ES fondu saņemto finansiālo atbalstu;
- Ar projekta īstenošanu saistītajos dokumentos un komunikācijas materiālos, ko paredzēts izplatīt sabiedrībai vai dalībniekiem, sniedz pamanāmu paziņojumu, kurā uzsver no ES saņemto atbalstu;
- Tiklīdz sākas projekta faktiskā īstenošana, kas ietver materiālas investīcijas, vai tiklīdz tiek uzstādīts iegādātais aprīkojums, uzstāda sabiedrībai skaidri redzamas ilgtspējīgas plāksnes vai informācijas standus, kuros saskaņā ar šo vadlīniju 5.nodaļā noteiktajiem tehniskajiem parametriem ir attēlota ES emblēma un NAP logo, šī prasība attiecināma uz:
 - i) darbībām, kas saņem atbalstu no ERAF un Kohēzijas fonda un kuru kopējās izmaksas pārsniedz 500 000 EUR;
 - ii) darbībām, kurām piešķirts atbalsts no ESF+, TPF, EJZAF, PMIF, IDF vai RPVI un kuru kopējās izmaksas pārsniedz 100 000 EUR;
 - d) par darbībām, uz kurām neattiecas i) un ii) apakšpunkts, sabiedrībai skaidri redzamā vietā uzstāda vismaz vienu plakātu, kura minimālais izmērs ir A3, vai līdzvērtīgu elektronisku paziņojumu, kurā izklāstīta informācija par projektu un uzsvērta no fondiem saņemtais atbalsts;
- ja finansējuma saņēmējs ir fiziska persona, finansējuma saņēmējs – ciktāl tas iespējams – nodrošina, ka ir pieejama attiecīga informācija, kas sabiedrībai redzamā vietā vai ar elektronisku paziņojumu uzsver no fondiem saņemto atbalstu;
- Par stratēģiskas nozīmes darbībām un darbībām, kuru kopējās izmaksas pārsniedz 10 000 000 EUR, organizē vismaz vienu informatīvo pasākumu vai aktivitātes (piemēram: atklāšanas, vidusposma, noslēguma pasākumi) un savlaicīgi tajās iesaista EK pārstāvniecību Latvijā, AI, VI un SI.

Pirmās daļas d) apakšpunktā noteikto prasību nepiemēro, ja ESF+ saņēmējs ir fiziska persona vai attiecībā uz darbībām, kas atbalstu saņem saskaņā ar ESF+ KNR 4. panta 1. punkta m) apakšpunktā izklāstīto konkrēto mērķi.

Atkāpjoties no pirmās daļas c) un d) apakšpunkta, saistībā ar darbībām, kas saņem atbalstu no AMIF, IDF un BMVI, dokumentā, kurā izklāstīti atbalsta saņemšanas

nosacījumi, var noteikt īpašas prasības attiecībā uz informācijas par atbalstu no fondiem publisku izstādīšanu, ja to pamato drošības un sabiedriskās kārtības apsvērumi saskaņā ar 69. panta 5. punktu.

2. Attiecībā uz mazo projektu fondiem saņēmējs izpilda pienākumus saskaņā ar Interreg regulas 36. panta 5. punktu.

Attiecībā uz finanšu instrumentiem finansējuma saņēmējs ar līguma noteikumiem nodrošina, ka galasaņēmēji izpilda 1. punkta c) apakšpunktā noteiktās prasības.

KLP SP (ELFLA intervencēm) finansējuma saņēmējiem:

- a) Labuma guvēja (finansējuma saņēmēja) oficiālajā tīmekļa vietnē, ja šāda vietne ir, un oficiālajās sociālo mediju vietnēs publicē īsu un ar atbalsta apjomu samērojamu aprakstu par darbību, tās mērķiem un rezultātiem, un uzsver no ES saņemto finansiālo atbalstu.
- b) Ar darbības īstenošanu saistītajos dokumentos un komunikācijas materiālos, ko paredzēts izplatīt sabiedrībai vai dalībniekiem, sniedz pamanāmu paziņojumu, kurā uzsver Savienības atbalsta saņemšanas faktu un kurā arī attēlo ES emblēmu un NAP logo.
- c) Par infrastruktūras vai būvniecības darbu finansēšanas darbībām, kuru kopējie publiskie izdevumi vai kopējās izmaksas (ja runa ir par atbalstu finanšu instrumentu veidā), tostarp apgrozāmā kapitāla finansējumam, pārsniedz 500 000 EUR, – tiklīdz sākas darbību faktiskā īstenošana vai tiklīdz tiek uzstādīts iegādātais aprīkojums, izvietojiet ilgtspējīgas plāksnes vai informācijas standus, kuri sabiedrībai ir skaidri redzami un kuros ES emblēma un NAP logo ir attēlots saskaņā ar 5. nodaļā noteiktajiem tehniskajiem parametriem.
- d) Par darbībām, kuras ir ieguldījumi materiālajos aktīvos (bet uz kurām neattiecas c) apakšpunkts) un kuru kopējais publiskais atbalsts pārsniedz 50 000 EUR, vai atbalstam finanšu instrumentu veidā, tostarp apgrozāmā kapitāla finansējumam, kura kopējās izmaksas pārsniedz 500 000 EUR, – uzstāda paskaidrojošu plāksni vai līdzvērtīgu elektronisko displeju ar informāciju par projektu, uzsverot ES finansiālā atbalsta saņemšanas faktu un attēlojot ES emblēmu un NAP logo saskaņā ar 5. nodaļā noteiktajiem tehniskajiem parametriem.
- e) Par darbībām, ar kurām tiek atbalstīts LEADER, pamatpakalpojumi un infrastruktūra (bet uz kurām neattiecas c) un d) apakšpunkts) un kuru kopējais publiskais atbalsts pārsniedz 10 000 EUR, vai atbalstam finanšu instrumentu veidā, tostarp apgrozāmā kapitāla finansējumam, kura kopējās izmaksas pārsniedz 100 000 EUR, – sabiedrībai skaidri redzamā vietā uzstāda vismaz vienu plakātu, kura minimālais izmērs ir A3, vai līdzvērtīgu elektronisko displeju ar informāciju par darbību, uzsverot ES finansiālā atbalsta saņemšanas faktu. LEADER finansēto vietējo rīcības grupu telpās uzstāda paskaidrojošu plāksni.



3

Atveseļošanas
fonda prasības

Atveseļošanas fonds jeb NextGenerationEU

Atveseļošanas un noturības mehānisma (turpmāk - Atveseļošanas fonds) atbalsta gadījumā finansējuma saņēmējiem ir jāapliecina Atveseļošanas fonda saņemtais atbalsts. Šajā jomā svarīgs elements ir ES emblēma kopā ar paziņojumu “Finansē Eiropas Savienība”, kā arī atbilstoši Atveseļošanas fonda īpašajam regulējumam – **paziņojumu "NextGenerationEU"**. Arī Atveseļošanas fonda gadījumā papildus jāizmanto NAP logo. Abi logo ir jānorāda visos drukātajos un digitālajos produktos, tīmekļa vietnēs, sociālo tīklu kanālos un citos saziņas produktos.

ES emblēma kopā ar paziņojumiem “Finansē Eiropas Savienība” un *NextGenerationEU* visās valodās un krāsās ir pieejams [lejupielādes centrā](http://lejupielades.centra.lv) un tīmekļa vietnē www.esfondi.lv. Savukārt [tiesisaistes ģenerators](http://tiesisaistes.generators.lv) nodrošina arī iespēju izveidot informācijas standus, plāksnes un plakātus ar minēto logo. Papildus informācija par logo lietošanu atrodama šo Vadlīniju 5.nodaļā.

Finansējuma saņēmēji un Atveseļošanas fonda īstenošanā iesaistītās iestādes atzīst Atveseļošanas fonda saņemto atbalstu:

- a) saņēmēja oficiālajā tīmekļa vietnē, ja šāda vietne ir, un sociālo mediju vietnēs publicē īsu un ar atbalsta apjomu samērīgu aprakstu par projektu, tostarp tā mērķiem un rezultātiem, un uzsver no ES saņemto finansiālo atbalstu;
- b) ar projekta īstenošanu saistītajos dokumentos un komunikācijas materiālos, ko paredzēts izplatīt plašākai sabiedrībai, medijiem vai pasākuma dalībniekiem, sniedz pamanāmu paziņojumu, kurā uzsver no ES saņemto atbalstu;
- c) tiklīdz sākas projektu, kuriem piešķirts atbalsts no Atveseļošanas fonda un kuru kopējās izmaksas pārsniedz 100 000 EUR, faktiskā īstenošana, kas ietver materiālas investīcijas vai tiklīdz tiek uzstādīts iegādātais aprīkojums, uzstāda sabiedrībai skaidri redzamas ilgtspējīgas plāksnes vai informācijas standus;
- d) par projektiem, uz kuriem neattiecas c) apakšpunkts, sabiedrībai skaidri redzamā vietā uzstāda vismaz vienu plakātu, kura minimālais izmērs ir A3, vai līdzvērtīgu elektronisku paziņojumu, kurā izklāstīta informācija par projektu un uzsvērts no Atveseļošanas fonda saņemtais atbalsts.

3 Atveseļošanas fonda prasības

Atveseļošanas fonda stratēģiski svarīgo projektu komunikācija

Par stratēģiski svarīgajiem projektiem finansējuma saņēmējam, sadarbojoties ar atbildīgo nozares ministriju, nepieciešams nodrošināt pastiprinātu komunikāciju.



Atveseļošanas fonda plānā un atbildīgo ministriju izstrādātajos atbilstošajos MK noteikumos vai informatīvajos ziņojumos tāpat kā ES fondu programmā, ir noteikti stratēģiskas nozīmes jeb stratēģiski svarīgie projekti, par kuriem finansējuma saņēmējam nepieciešams nodrošināt pastiprinātu komunikāciju. Šiem projektiem ir nepieciešams izstrādāt komunikācijas plānu, kas paredz nodrošināt vismaz 1 (vienu) plašāka mēroga publicitātes pasākumus mediju intereses un sabiedrības uzmanības piesaistīšanai (piemēram, tas var būt projekta atklāšanas, vidusposma vai noslēguma fāzē). Finansējuma saņēmējs var organizēt vairāk kā vienu komunikācijas pasākumu, taču viens komunikācijas pasākums ir obligātā prasība. Stratēģiski svarīgā projekta komunikācijas plāns projekta īstenotājam ir jāiesniedz informācijai arī atbildīgajai nozares ministrijai. Visās komunikācijas aktivitātēs jānodrošina, pirmkārt, cieša sadarbība ar atbildīgo nozares ministriju, otrkārt - ar Atveseļošanas fonda koordinējošo iestādi Finanšu ministriju un EK pārstāvniecību Latvijā. Savlaicīga stratēģiski svarīgo publicitātes pasākumu plānošana ir būtiska, lai tajos dalību varētu plānot visu minēto institūciju pārstāvji.

Savukārt par stratēģisko projektu gatavotājās preses relīzēs, kas tiek izsūtītas medijiem un publicētas projektu īstenotāju tīmekļa vietnēs, pēc iespējas jāiekļauj EK un Eiropas Parlamenta pārstāvniecības Latvijā pārstāvju citāti, lai akcentētu šo stratēģisko projektu būtisko piensumu Latvijas ekonomikas atveseļošanā, noturības stiprināšanā ilgtermiņā vai pārejā uz zaļu un digitālu ekonomiku.

Stratēģiski svarīgā projekta komunikācijas aktivitātēs finansējuma saņēmējs plāno projekta izmaksu ietvaros un saskaņā ar izstrādāto komunikācijas plānu.

Atveseļošanas fonda plānā noteiktās stratēģiski svarīgās aktivitātes/ reformu virzieni, uz kā pamata ministrijas atbilstošajos MK noteikumos vai informatīvajos ziņojumos noteikušas jau konkrētus stratēģiski svarīgos projektus (atbilstoši Latvijas Atveseļošanas fonda plāna III. Daļas 7.nodaļā

noteiktajam, informācija uz 27.11.2022.):

Rīgas metropoles areāla transporta sistēmas zaļināšana

- 1.1.1.1.i. investīcija “Konkurētspējīgs dzelzceļa pasažieru transports kopējā Rīgas pilsētas sabiedriskā transporta sistēmā” projekts: Bateriju elektrovilcienu (BEMU) vilcienu iegāde
- 1.1.1.2.i. investīcija “Videi draudzīgi uzlabojumi Rīgas pilsētas sabiedriskā transporta sistēmā” projekts: Mobilitātes punktu (6 Rīgā un 2 punkti reģionā – Saulkrastos un Carnikavā) izbūve un neatkarīga sabiedriskā transporta līnijas izbūve Rīgā

Energoefektivitātes uzlabošana valsts sektora ēkās, t.sk. vēsturiskajās ēkās, dzīvojamajās ēkās un uzņēmumos

- 1.2.1.1.i investīcija “Daudzdzīvokļu māju energoefektivitātes uzlabošana un pāreja uz atjaunojamo energoresursu tehnoloģiju izmantošanu”
- 1.2.1.2.i. investīcija “Energoefektivitātes paaugstināšana uzņēmējdarbībā, ko nacionāli plānots ieviest kombinētā finanšu instrumenta veidā”
- 1.2.1.4.i. investīcija “Energoefektivitātes uzlabošana valsts sektora ēkās, t.sk. vēsturiskajās ēkās”

Pielāgošanās klimata pārmaiņām

- 1.3.1.1.i. investīcija “Glābšanas dienestu kapacitātes stiprināšana, īpaši Valsts ugunsdzēsības un glābšanas dienesta infrastruktūras un materiāltehniskās bāzes modernizācija”
- 1.3.1.2.i. investīcijas “Plūdu risku mazināšanas infrastruktūrā t.sk. polderu sūkņu staciju atjaunošana vai pārbūve, aizsargdambju atjaunošana, potamālo upju regulēto posmu atjaunošana” pasākums Reiņa poldera sūkņu stacijas pārbūve, Nīcas novadā

Valsts pārvaldes, t.sk. pašvaldību digitālā transformācija

- 2.1.2.1.i. investīcijas “Pārvaldes centralizētās platformas un sistēmas” projekts “E-lieta: izmeklēšanas un tiesvedības procesu pilnveide, 2.posms”
- 2.1.2.2.i. investīcijas “Latvijas nacionālais federētais mākonis” projekts “Latvijas valsts radio un televīzijas centra mākoņdatošanas pakalpojumu attīstība valsts federētā mākoņa ietvaros”
- 2.1.2.2.i. investīcijas “Latvijas nacionālais federētais mākonis” projekts “Latvijas nacionālās bibliotēkas mākoņdatošanas pakalpojumu attīstība valsts federētā mākoņa ietvaros”
- 2.1.2.2.i. investīcijas “Latvijas nacionālais federētais mākonis” projekts “Iekšlietu ministrijas Informācijas centra mākoņdatošanas pakalpojumu attīstība valsts federētā mākoņa ietvaros”
- 2.1.2.2.i. investīcijas “Latvijas nacionālais federētais mākonis” projekts “Lauksaimniecības datu centra mākoņdatošanas pakalpojumu attīstība valsts federētā mākoņa ietvaros”

Uzņēmumu digitalizācija un inovācijas

- 5.2.1.1.i. investīcijas "Pētniecības, attīstības un konsolidācijas granti" otrās kārtas "Konsolidācijas un pārvaldības izmaiņu ieviešanas granti izcilībai, ilgtspējai un reģionāla līmeņa ietekmei uz izaugsmi" projekti

Digitālās prasmes visos līmeņos

- 2.3.1.1.i. investīcijas „Augsta līmeņa digitālo prasmju apguves nodrošināšana” projekti:
 - Latvijas Universitāte, projekta Nr. 2.3.1.1.i.0/1/22/I/CFLA/001 “Kvantu tehnoloģiju iniciatīva”
 - Latvijas Universitāte, projekta Nr. 2.3.1.1.i.0/1/22/I/CFLA/002 “Valodu tehnoloģiju iniciatīva”
 - Rīgas Tehniskā universitāte, projekta Nr. 2.3.1.1.i.0/1/22/I/CFLA/003 “Augsta līmeņa digitālo prasmju apguve Latvijā augstas veiktspējas skaitļošanas tehnoloģiju jomā”

- 2.3.1.4.i investīcijas "Individuālo mācību kontu pieejas attīstība" projekts
- 2.3.2.1.i. investīcijas "Digitālās prasmes iedzīvotājiem t.sk. jauniešiem" projekti:
 - Projekts "Digitālā darba ar jaunatni sistēmas attīstība pašvaldībās"
 - Projekts "Sabiedrības digitālo prasmju attīstība un sabiedrības, īpaši jauniešu tehnoloģiju jaunrades spēju attīstība un atbalsts"
- 2.3.2.3.i. investīcijas „Digitālās plaisas mazināšana sociāli neaizsargātajiem izglītojamajiem un izglītības iestādēs”
Nevienlīdzības mazināšana
- Reforma – 3.1.2.r. “Sociālo un nodarbinātības pakalpojumu pieejamība minimālo ienākumu reformas atbalstam”
Veselības aprūpes infrastruktūras stiprināšana
- 4.1.1.2.i. investīcijas "Atbalsts universitātes un reģionālo slimnīcu veselības aprūpes infrastruktūras stiprināšanai, lai nodrošinātu visaptverošu ilgtspējīgu integrētu veselības pakalpojumu, mazinātu infekciju slimību izplatību, epidemioloģisko prasību nodrošināšanā” projekts - sabiedrības ar ierobežotu atbildību "Rīgas Austrumu klīniskā universitātes slimnīca" projekts



4

Komunikācijas
plānošana

4. Ieteikums: Kā izveidot Komunikācijas plānu – obligāts stratēģiskajiem projektiem (Komunikācijas plāna veidne atrodama Pielikumā)

1. **Sākotnējā stāvokļa / SVID analīze** – veiciet analīzi, lai konstatētu pašreizējo situāciju.
2. **Mērķi** – izlemiet, ko vēlaties sasniegt ar komunikācijas palīdzību.
3. **Mērķa grupa** – nosakiet savu mērķauditoriju (-as).
4. **Vēstījumi** – definējiet savus komunikācijas vēstījumus.
5. **Kanāli un aktivitātes** – izlemiet, kādas aktivitātes un kanālus izmantosiet.
6. **Izaicinājumi** – definējiet, ar kādiem izaicinājumiem jūs varētu saskarties.
7. **Novērtējums** – izlemiet, kā mērīsiet un novērtēsiet jūsu aktivitāšu ietekmi.
8. **Budžets** – norādiet savu budžetu.

1. Sākotnējā stāvokļa / SVID analīze

Sākumā veiciet SVID analīzi (Stiprās puses, Vājās puses, Iespējas, Draudi) ar centieniem mazināt riskus.

2. Mērķi

Pirmais solis ir noteikt, ko jūs vēlaties sasniegt ar komunikācijas palīdzību. Jūsu mērķiem ir jābūt konkrētiem un izmērāmiem. Pārlicinieties, ka visam informācijas un komunikācijas darbam esat noteikuši mērķus pēc SMART principa.

Mērķu noteikšana pēc SMART principa

- Konkrēti
- Izmērāmi
- Sasniedzami
- Reāli
- Savlaicīgi

Konkrēti: Ir lielākas iespējas sasniegt konkrētu mērķi nekā vispārēju mērķi. Piemēram, vispārējs mērķis ir „labas darba attiecības ar partneriem”. Bet konkrēts mērķis ir „izveidot tīklu visiem projekta iesnieguma iesniedzējiem un organizēt tikšanos klātienē divreiz gadā”.

Izmērāmi: Izveidojiet konkrētus kritērijus, lai novērtētu progresu katra izvirzītā mērķa sasniegšanā. Lai noteiktu, vai jūsu mērķis ir izmērāms, uzdodiet šādus jautājumus: „Cik daudz?”, „Kā es uzzināšu, kad tas tiks sasniegts?” Piemēram: „Divas reizes gadā esam organizējuši tikšanās ar finansējuma saņēmējiem ar 90% vidējo apmeklējuma līmeni”.

Sasniedzami: Nosakot svarīgākos mērķus, jūs varat izdomāt veidus, kā tos sasniegt. Lielāko daļu mērķu var sasniegt, pārdomāti plānojot veicamos soļus un izveidojot laika grafiku šo soļu veikšanai. Tad mērķis kļūst sasniegams.



Reāli: Mērķim ir jāatspoguļo tas, ko jūs vēlaties un ko varat reāli sasniegt. Tomēr pārlicinieties, ka katrs mērķis atspoguļo būtisku progresu.

Savlaicīgi: Mērķim ir jābūt ierobežotam laikā. Nosakiet, ka mērķi var sasniegt noteiktā laika posmā. „Līdz gada beigām mēs organizēsim divas sanāksmes ar finansējuma saņēmējiem ar vismaz 90% apmeklējumu”.

3. Mērķauditorija

Izpratne par to, ar ko jums ir jākomunicē, palīdzēs noteikt, kā rīkoties un kādas komunikācijas rīkus izmantot. Apsveriet, uz kādu auditoriju jums ir jāatstāj ietekme, lai sasniegtu savu mērķi. Esiet pēc iespējas konkrētāki. Dažādas auditorijas (MVU, NVO, pašvaldības, politikas veidotāji) reaģē uz atšķirīgu komunikācijas pieeju. Komunikācijas kanāli, ziņojumi un rīki ir jāpielāgo un attiecīgi jāfokussē. Mērķauditorija „Plašāka sabiedrība” ir pārāk plaša, lai to varētu izmantot kā mērķa grupu. Jo vairāk sašaurināsi mērķa grupas, jo vieglāk būs sagatavot ietekmīgu vēstījumu. Vieglāk būs arī izmērīt, vai esat sasniedzis mērķa grupu, kas ir definēta šaurāk.

Pēc jūsu projekta apstiprināšanas būtu vērts atsvaidzināt mērķauditoriju sarakstu, lai nodrošinātu, ka ir iekļauti visi, kurus vēlaties uzrunāt, un noteiktu, vai visi ir piemēroti. SVID analīzei un galvenajiem mērķiem vajadzētu norādīt, kurām mērķa grupām būtu jānosaka prioritāte.

4. Vēstījumi

Nesarežģījiet savu vēstījumu. Ja iespējams, koncentrējieties uz trim galvenajiem vēstījumiem.

Ko vēlaties, lai jūsu auditorija sajustu, domātu un izdarītu, izdzirdot jūsu vēstījumu? Kas jums būtu jānosaka, lai pārlicinātu un iesaistītu auditoriju? Kādi galvenie punkti ieinteresētu jūsu auditoriju? Padariet savu vēstījumu interesantu un neformālu. Apsveriet, vai ietekmes radīšanai jums vajadzētu uzrunāt mērķa grupas sirdi vai prātu.

5. Kanāli un aktivitātes

Komunikācijas kanāliem un aktivitātēm nav gandrīz nekādu ierobežojumu. Galvenais ir izvēlēties, kurš kanāls vai aktivitāte visefektīvāk spēs nodot jūsu vēstījumu mērķauditorijai. Jūsu informācijas un komunikācijas kanāli var būt šādi:

- Tīmekļa vietne
- Sociālie mediji (izvērtējiet, kurš sociālais medijs visprecīzāk atbilsts jūsu mērķauditorijai)
- Drukātie materiāli
- Darbsemināri
- Ziņu lapas dažādām ieinteresētajām mērķa grupām
- Pasākumi un semināri
- Tikšanās ar ieinteresētajām mērķa grupām
- Prezentācijas

Plānojiet savas aktivitātes. Pielāgojiet ziņojumus un izmantojiet atbilstošus kanālus, lai uzrunātu dažādu auditoriju. Jūsu aktivitātēm ir jābūt saskaņā ar vienu no jūsu galvenajiem mērķiem, un tām ir jābūt vērstām uz vienu vai vairākām mērķa grupām. Ja aktivitāte nesaskan ar jūsu mērķiem, to nevajadzētu īstenot. Neaizmirstiet izveidot laika grafiku dažādām aktivitātēm.

6. Izaicinājumi

Plānā vajadzētu aprakstīt, ar kādiem izaicinājumiem jūs saskaraties, un jūsu centienus to mazināšanai.

7. Novērtējums

Plānā ir jāiekļauj informācija par to, kā jūs plānojat novērtēt sava informācijas un komunikācijas darba rezultātus. Varbūt ir nepieciešams novērtēt plānošanu un īstenošanu. Vai ir panākti dažāda veida rezultāti, piemēram, īstermiņa un ilgtermiņa rezultāti, plānoti un neparedzēti, pozitīvi un negatīvi rezultāti?

8. Budžets

Pieņemot lēmumus par veicamajiem pasākumiem, jāņem vērā pieejamie līdzekļi un dažādu komunikācijas veidu rentabilitāte. Norādiet informācijas un komunikācijas pasākumu budžetu.

Pārliecinieties, ka starp mērķiem, mērķa grupām un aktivitātēm ir pietiekama saikne.

Komunikācijas plānu kontrolsaraksts

Mērķi un mērķa grupas

- Vai plāns ietver skaidri definētus mērķus un mērķa grupas?

Aktivitāšu saraksts

- Vai aktivitātes ir skaidri saistītas ar mērķa grupu?
- Vai aktivitātes ir skaidri saistītas ar mērķi?
- Vai aktivitātēm ir noteikts laika ietvars?
- Vai ir norādes par to, kad aktivitāti var uzskatīt par veiksmīgi īstenotu (vai ir jāsasniedz konkrēts līmenis)?

Pasākumi

- Vai par ES fondu un AF stratēģiskas nozīmes darbībām un darbībām, kuru kopējās izmaksas pārsniedz 10 000 000 EUR, ir iepļānots vismaz viens informatīvais pasākums, vai aktivitātē savlaicīgi iesaistīta EK vai Eiropas Komisijas pārstāvniecība Latvijā, AI, VI un SI?
- Vai aktivitātes skaidri veicina mērķu sasniegšanu?

Plašsaziņas līdzekļi

- Vai plāns paredz plašsaziņas līdzekļu informēšanu?

Vērtējums

- Vai komunikācijas plānā ir iekļauta informācija par to, kā tiks vērtēti komunikācijas pasākumi?

Padomi par plānošanu

- Jūsu Komunikācijas plāns nav iepirkšanās saraksts ar atzīmējamām pozīcijām, bet gan skaidri noteikts mērķis ar saskaņotām darbībām un vēstījumiem, iesaistot precīzi definētu cilvēku grupu.
- Runājot par ziņojumiem, „mazāk ir vairāk” – koncentrējieties uz vienu ideju katrā ziņā, kas vērsta uz jūsu izvēlēto mērķa grupu.
- Izveidojiet ar jūsu projektu saistīto aktivitāšu redaktora kalendāru, lai varētu plānot ar tām saistītos komunikācijas pasākumus.
- Atcerieties par iekšējo komunikāciju: jau pašā sākumā popularizējiet savu projektu kolēģiem jūsu organizācijā.
- Padariet komunikāciju par neatņemamu regulāro plānošanas sanāksmju sastāvdaļu un iedrošīniet ikvienu piedalīties ideju radīšanā.



5

ES emblēma
ar paziņojumu
par
finansējumu,
NAP logo

ES emblēma ar paziņojumu par finansējumu un NAP logo

ES atbalsta atzīšanas pamatā ir ES emblēma ar paziņojumu par finansējumu, ko dalībvalstis, vadošās iestādes un finansējuma saņēmēji izmanto, veicot savas komunikācijas aktivitātes.

ES emblēma vienmēr jāizmanto kopā ar attiecīgo paziņojumu par finansējumu: ja projekts 100% tiek finansēts no ES, tad jālieto logo ar atsauci - "Finansē Eiropas Savienība", ja finansējums no ES ir daļējs, tad - "Līdzfinansē Eiropas Savienība".



Finansē
Eiropas Savienība



Līdzfinansē
Eiropas Savienība

Atveseļošanas fonda gadījumā jālieto ES emblēma kopā ar paziņojumu "Finansē Eiropas Savienība", kā arī atbilstoši Atveseļošanas fonda īpašajam regulējumam – paziņojumu "NextGenerationEU".



Finansē
Eiropas Savienība
NextGenerationEU

Visos iepriekšminētajos gadījumos papildus ES emblēmai ar paziņojumu par finansējumu Latvijā jāizmanto NAP logo, kas atspoguļo Latvijas līdzfinansējuma daļu ES fondu projektos, un/vai parāda Latvijas stratēģisko redzējumu ES fondu ieguldījumos Latvijā. ES emblēma izvietojama kreisajā pusē, bet NAP logo labajā.



5 ES emblēma ar paziņojumu par finansējumu

Gadījumos, kad finansējums tiek saņemts no ES fondu un Atvесејоšanas fonda, jāizmanto ES emblēma, Atvесејоšanas fonda ES emblēma un NAP logo.



Šajā nodaļā galvenā uzmanība tiks pievērsta ES emblēmas un NAP logo izmantošanai. Nākamajās nodaļās - emblēmas un NAP logo izmantošanai dažādos komunikācijas materiālos.

EK ir izveidojusi ES emblēmas ar paziņojumu par finansējumu lietošanai gatavus elementus, ko var izmantot visos komunikācijas materiālos. Tie ir pieejami visās ES valodās un 16 papildu valodās, visās krāsās gan horizontālā, gan vertikālā formātā. Lejupielādēt lietošanai gatavus paziņojumus par finansējumu var lejupielādes centrā: https://ec.europa.eu/regional_policy/en/information/logos_downloadcenter. Šie paši logo kopā ar NAP logo dažādos formātos ir pieejami arī tīmekļa vietnē www.esfondi.lv.

Nākamajās lappusēs būs izklāstīti pamatnoteikumi par ES emblēmas ar paziņojumu par finansējumu un NAP logo izveidi, izmantošanu un piemērošanu.

5.1. Horizontālais variants



Krāsainā versija (CMYK jeb digitālā nospieduma process)



**Funded by
the European Union**



**Co-funded by
the European Union**

Vienkrāsaina reproducēšana (Īpašs drukāšanas process uz apģērba un precēm vai ar Pantone)

Ja ir pieejams tikai melns vai balts.



**Funded by
the European Union**



**Co-funded by
the European Union**

Ja ir pieejama tikai viena Pantone krāsa (šeit kā piemērs tiek izmantots Reflex Blue).



**Funded by
the European Union**



**Co-funded by
the European Union**

Inversā versija



**Funded by
the European Union**



**Co-funded by
the European Union**

5 ES emblēma ar paziņojumu par finansējumu

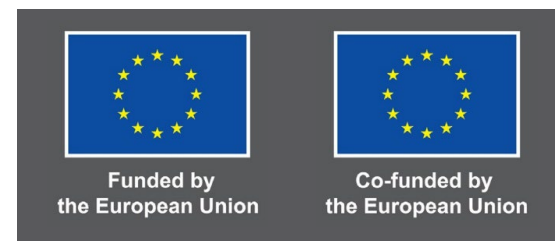
5.2. Vertikālais variants



Krāsainā versija
(*CMYK jeb digitālā nospieduma process*)



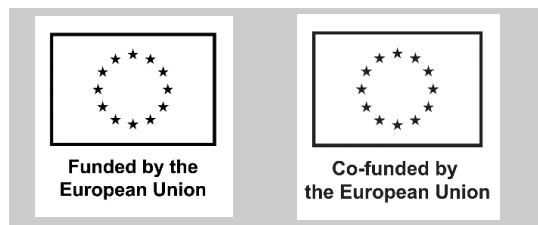
Inversā versija



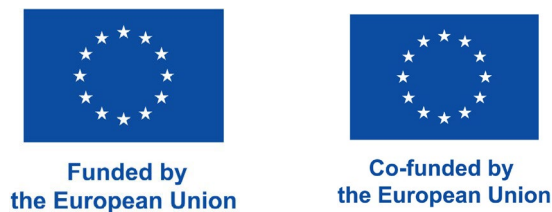
5 ES emblēma ar paziņojumu par finansējumu, NAP logo

Vienkrāsaina reproducēšana (*Īpašs drukāšanas process uz apģērba un precēm vai ar Pantone*)

Ja ir pieejams tikai melns vai balts.



Ja ir pieejama tikai viena *Pantone* krāsa (*šeit kā piemērs tiek izmantots Reflex Blue*).



5.3. NAP logo

Pozitīvā versija
(CMYK jeb digitālā nospieduma process)



Vienkrāsaina reproducēšana (*īpašs drukāšanas process uz apģērba un precēm vai ar Pantone*)

Ja ir pieejams tikai melns vai balts.



ES emblēmas un NAP logo savietojamība



5 ES emblēma ar paziņojumu par finansējumu, NAP logo

5.4. Izmantošanas piemēri

Latvijā nacionāli, veidojot vizuālos materiālus, pamatā iesakām izmantot ES emblēmas vertikālo variantu, jo tas vislabāk saskan ar NAP logo. Vienlaikus arī ES emblēmas horizontālais variants ir atļauts, piemēram plakātu, informācijas stendu Tiešsaistes ģeneratorā ir iestrādāts tikai ES emblēmas horizontālais variants, tāpat uz maza izmēra priekšmetiem ieteicamāks ir horizontālais ES emblēmas variants. Gan vertikālo, gan horizontālo variantu var izmantot uz dažādiem foniem. Emblēmas un paziņojuma par finansējumu krāsu nosaka atkarībā no nospieduma fona. Dažkārt ir iespējama tikai vienkāršaina druka, un tādā gadījumā var izvēlēties starp zilu vai melnu kontūru vai līdzvērtīgu, ir pieļaujamas variācijas, ja to pieprasa mākslinieciskais risinājums, vai materiāls uz kura druka tiek veikta. Uz spilgtiem foniem var izvēlēties logotipa paziņojums par finansējumu zilā krāsā, savukārt uz tumšiem foniem, piemēram, uz melnbaltām fotogrāfijām, ideāla izvēle būs paziņojums par finansējumu baltā krāsā.

Ap ES emblēmu tiek novilkta balta apmale, kas to uzreiz akcentē un nodrošina nepieciešamo redzamību. Šī apmale ir tieši 1/25 daļa no ES emblēmas lieluma.



5.5. Aizsardzības zona

Aizsardzības zonā nedrīkst būt kontrastējošu tekstu, logotipu, attēlu vai jebkuru citu vizuālu elementu, kas var apdraudēt labu salasāmību.



5 ES emblēma ar paziņojumu par finansējumu, NAP logo

5.6. Minimālais izmērs

ES emblēmas minimālajam augstumam jābūt 1 cm.

Uz neliela izmēra priekšmetiem, piemēram, uz atslēgu piekariņiem, atmiņas kartēm, zīmuļiem, pildspalvām un citiem maza izmēra priekšmetiem, ES emblēmu ar paziņojumu par finansējumu var reproducēt mazākā izmērā. Uz maziem priekšmetiem NAP logo var neizvietot.

Izmantojot ES paziņojumu par finansējumu nelielā izmērā, iesakām izmantot horizontālo emblēmas variantu.



5.7. Ko nedrīkst darīt

5.7.1. Neizvēlieties nekādu citu fontu kā vien *Arial, Auto, Calibri, Garamond, Tahoma, Trebuchet, Ubuntu* vai *Verdana*.



5.7.2. Neizmantojiet fontu efektus.



5.7.3. Nepievienojiet citus grafiskos elementus.



5.7.4. Neveidojiet tekstu nesamērīgi lielāku vai mazāku, salīdzinot ar ES emblēmu.



5.7.5. Neizmantojiet citas krāsas kā vien *Reflex Blue*, baltu vai melnu.



5.7.6. Nemainiet teksta proporcijas.



5 ES emblēma ar paziņojumu par finansējumu, NAP logo

5.7.7. Nerakstiet “ES”. Vienmēr ir jāraksta “Eiropas”.



5.7.8. Nerakstiet visu tekstu ar lielajiem burtiem.



5.7.9. Neaizvietojiet ES emblēmu ar EK logotipu.



5.7.10. Neaizvietojiet ES emblēmu ne ar kādiem citiem grafiskiem elementiem.



5 ES emblēma ar paziņojumu par finansējumu, NAP logo

5.7.11. Nepārveidojiet ES emblēmu.



5.7.12. Nepievienojiet programmas nosaukumu paziņojumam par finansējumu.



5.7.13. Nerakstiet programmas nosaukumu kopā ar ES emblēmu.



5.7.14. Nepievienojiet grafiskus elementus ar ES programmas nosaukumu.





6

Fiziskie vizuālie
elementi

6 Fiziskie vizuālie elementi

Svarīgs elements attiecībā uz ES fondu atbalsta pārredzamību un komunikāciju ir plāksnes, informācijas stendi un plakāti vai elektroniskie displeji.

Šiem fiziskajiem komunikācijas produktiem ir jābūt skaidriem, viegli lasāmiem un sabiedrībai viegli uztveramiem, lai tie sasniegtu savu mērķi - informēt sabiedrību par konkrēto darbību, kas ir saņēmusi ES finansiālo atbalstu.

Ieteicams izmantot vienkāršu dizainu un izvairīties no informācijas sablīvēšanas un pārāk daudzu logotipu pievienošanas. [Tiešsaistes ģeneratoram](#) paredzētajās veidnēs, kas parādītas nākamajās lappusēs, ir iekļauta būtiska informācija par projektu. Uz katra produkta sniegtā informācija nedaudz atšķiras, ņemot vērā atšķirīgos lietojumus.

Uz šiem fiziskajiem komunikācijas objektiem **nav** jāizvieto projekta numurs vai cita specifiska informācija par projektu. Jāpatur prātā, ka šo objektu galvenais mērķis ir iespējami vienkāršā valodā informēt sabiedrību par projektu un tā sniegto labumu.

Ar tiešsaistes ģeneratoru finansējuma saņēmēji var izveidot drukāšanai gatavus informācijas standus, plāksnes un plakātus, vienkārši ierakstot projekta informāciju latviešu valodā. Ja vēlaties izveidot kādu no šiem komunikācijas elementiem no nulles, neizmantojot Tiešsaistes ģeneratoru, joprojām jāievēro ieteikumi, kas sniegti šajās vadlīnijās.

6 Fiziskie vizuālie elementi

6.1. Informācijas stendi un plāksnes

Kad izmantot informācijas standus un plāksnes

Darbības, attiecībā uz kurām ir pienākums uzstādīt plāksni vai informācijas stendu, atbilst šādiem nosacījumiem KNR (50. panta 1. punkta c) apakšpunkts):

- darbība ietver materiālas investīcijas vai aprīkojuma iegādi

UN

- darbības kopējās izmaksas pārsniedz

500 000 EUR no ERAF vai Kohēzijas fonda,

100 000 EUR no ESF+, TPF, EJZAF, PMIF, IDF vai RPVI,

ja projekts neietilpst iepriekš minētajā kategorijā, skatiet 6.2. punktu "Drukātie materiāli un digitālie displeji".

ELFLA atbalstam par infrastruktūras vai būvniecības darbu finansēšanas darbībām, kuru kopējie publiskie izdevumi vai kopējās izmaksas (ja runa ir par atbalstu finanšu instrumentu veidā), tostarp apgrozāmā kapitāla finansējums, pārsniedz 500 000 EUR.

Informācijas stendi vai plāksnes jānovieto darbības vietā, tiklīdz tiek uzsākta fiziskā īstenošana vai aprīkojuma iegāde. Tas ir brīdis, kad projektā ir noslēgts līgums starp finansējuma saņēmēju un pakalpojumu sniedzēju/piegādātāju/būvdarbu veicēju. Gadījumos, kad darbību veikšana ir uzsākta pirms līguma vai vienošanās ar CFLA/LAD/lekšlietu ministriju noslēgšanas, tas ir līguma vai vienošanās noslēgšanas datums ar pakalpojumu sniedzēju/piegādātāju/ būvdarbu veicēju.

Plāksnēm un informācijas stendiem jābūt izgatavotiem no izturīga materiāla, kas nodrošina ilgstošu eksponēšanu. Atšķirībā no iepriekšējām prasībām, KNR neparedz atšķirības starp informācijas stendu un plāksni. Ja finansējuma saņēmējs uzstāda informācijas stendu un, piemēram, pēc būvdarbu pabeigšanas vēlas to nomainīt pret plāksni, to var darīt, ja plāksne tiek uzstādīta, tiklīdz informācijas stends ir noņemts. Taču iespējams arī turpināt izmantot informācijas stendu.

6.1.1. Informācijas standu veidnes

Tiešsaistes ģeneratorā izmantotās informācijas standu veidnes sniedz pamatinformāciju par projektu, lai nodrošinātu pārskatāmību.

Informācijas standi tiek uzstādīti, ja darbība ir saistīta ar materiālu investīciju vai aprīkojuma iegādi un darbības kopējās izmaksas pārsniedz 41. lappusē minētos fondu limitus.

Informācijas standus novieto blakus vietai, kur notiek darbība, lai tie būtu viegli pamanāmi sabiedrībai.

6 Fiziskie vizuālie elementi



6 Fiziskie vizuālie elementi

6.1.1.1. Elementi

PAMATELEMENTI:

1 Virsraksts

"Virsrakstam" jābūt darbības nosaukumam vai tās galvenajam mērķim. Virsrakstam jābūt īsam un sabiedrībai saprotamam. Centieties nelietot akronīmus vai žargonu, ko nevar saprast, nepārzinot projektu vai konkrēto jomu.

2 ES emblēma un paziņojums par finansējumu

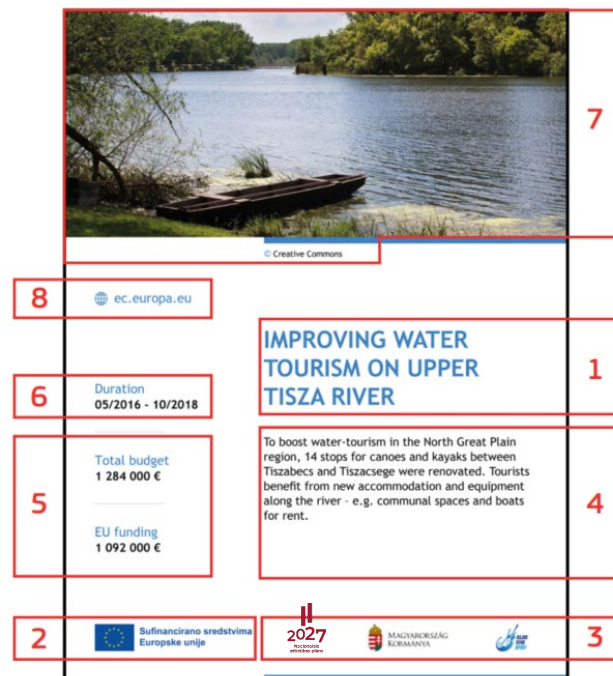
Šajās veidnēs ES emblēma ir jānovieto apakšējā kreisajā stūrī. Visai informācijai tajā skaitā paziņojumam par finansējumu vienmēr jābūt vietējā valodā.

CITI ELEMENTI:

3 Partnera(-u) logotips(-i)

Saskaņā ar KNR, ja papildus ES emblēmai tiek attēloti citi logotipi, ES emblēmai ir jābūt vismaz tāda paša izmēra kā lielākajam no citiem logotipiem.

Tiešsaistes ģeneratorā izmantotā veidne pieļauj ne vairāk kā trīs papildu logotipus. Tie var būt, piemēram, dalībvalsts (Latvija gadījumā obligāti NAP logo) vai reģiona logotipi. Papildu lauki logotipiem nav obligāti, un ieteicams pievienot tikai nepieciešamo logotipu.



6 Fiziskie vizuālie elementi

4 Projekta apraksts

Apraksta garums nedrīkst pārsniegt 400 rakstzīmes. Ieteicama vienkārša un skaidra valoda, tāpēc izvairieties no akronīmu, žargona un/vai atkārtojumu lietošanas. Labs projekta apraksts sabiedrībai saprotami un vienkāršos vārdos izskaidro projekta mērķi.

5 Finansiālais ieguldījums

Šī iedaļa sastāv no diviem informācijas laukiem - "Kopējais budžets" un "ES finansējums". "Kopējais budžets" attiecas uz projekta kopējo budžetu, kas ietver gan ES finansējumu, gan publisko/privāto finansējumu. "ES finansējums" attiecas uz ES atbalsta summu no kopējā budžeta.

6 Ilgums

"Ilgums" norāda projekta laikposmu. Jānorāda mēnesis un gads.

7 Attēls

Attēla kvalitāte

Izšķirtspēja datorā tiek mērīta pikseļos uz collu (*PPI*), ko tieši izsaka ar *DPI*. 300 *PPI* digitālais attēls tiks izdrukāts kā 300 *DPI*. Attēls datorā var izskatīties pietiekami kvalitatīvs, taču izdrukātā veidā tam joprojām būs maza izšķirtspēja. Digitālam attēlam var būt liels pikseļu skaits, bet ar mazu *DPI*, un tas ietekmēs attēla kvalitāti pēc izdrukāšanas (72 *DPI* tiek atzīts par zemu rādītāju).

Tā kā lielāki informācijas stendi bieži vien tiek aplūkoti no attāluma, tiem var būt zemāks *DPI* rādītājs. Taču jātiecas nodrošināt 300 *DPI*. Attēla izšķirtspēja nekad nedrīkst būt mazāka par 100 *DPI*, neatkarīgi no tā, cik liels būs informācijas stends un cik tālu to uzstādīs.

Attēla lielums atkarībā no formāta

3000 x 4000 mm - 5906 x 2661 px

2000 x 2000 mm - 1921 x 7874 px

Autortiesību turētājs

Neaizmirstiet norādīt attēla autortiesību turētāju, ja attiecināms.

8 Tīmekļa vietne

Ar atsauci uz tīmekļa vietni varat sniegt papildu informāciju par projektu. Tiešsaistes ģenerators no vietnes adreses automātiski izveido *QR* kodu. Pārliedzieties, ka tīmekļa vietnē esošā informācija ilgtermiņā tiek regulāri atjaunināta.

6.1.1.2. Ko drīkst un ko nedrīkst darīt

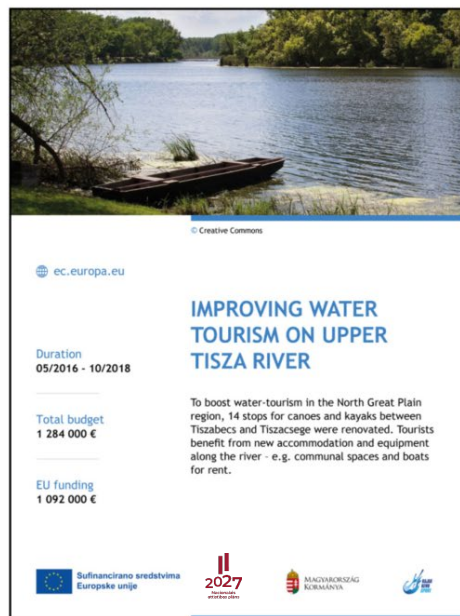
Elementu izvietojums

Visu laiku ir jā saglabā visu elementu izvietojums. Visi elementi veidnē ir rūpīgi izmērīti un izvietoti, izmantojot režģa sistēmu.

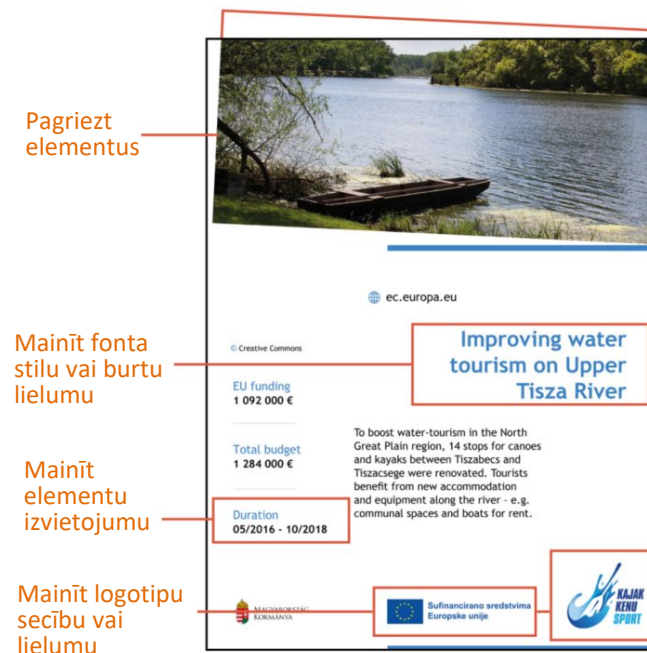
Jānodrošina, lai ilguma, finansējuma un budžeta elementu izvietojums netiktu izkropļots un gan virsraksts, gan pamatteksts būtu izlīdzināts un savietots kreisajā pusē. Virsraksts ir jā raksta ar lielajiem burtiem, kā parādīts nākamajā piemērā. Attēls nav jāpagriež, jo tam jābūt saskaņotam ar zilo līniju, kas atrodas tieši zem tā. Visbeidzot, logotipi ir skaidri jānodala, un neviens logotips nedrīkst būt lielāks par ES emblēmu ar paziņojumu par finansējumu.

6 Fiziskie vizuālie elementi

KO DRĪKST DARĪT



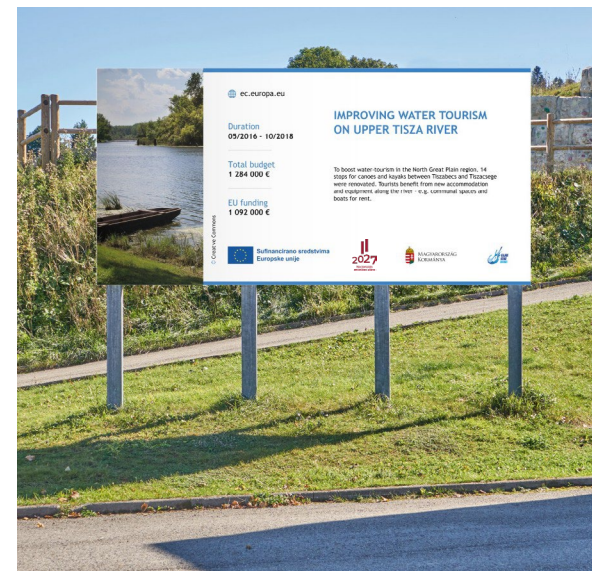
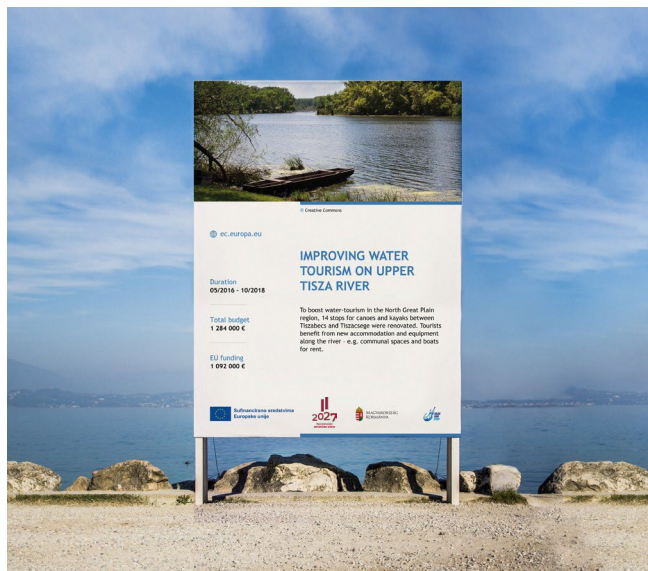
KO NEDRĪKST DARĪT



6 Fiziskie vizuālie elementi

Informācijas standu izvietojums un lielums

KNR paredz, ka plāksne vai informācijas stands ir jānovieto publiskā vietā. Projektos ir ļoti ieteicams uz infrastruktūras vai būves, vai (ja tas nav iespējams) to tuvumā uzstādīt izturīgu informācijas standu vai liela izmēra plāksni labi pamanāmā un sabiedrībai pieejamā vietā.



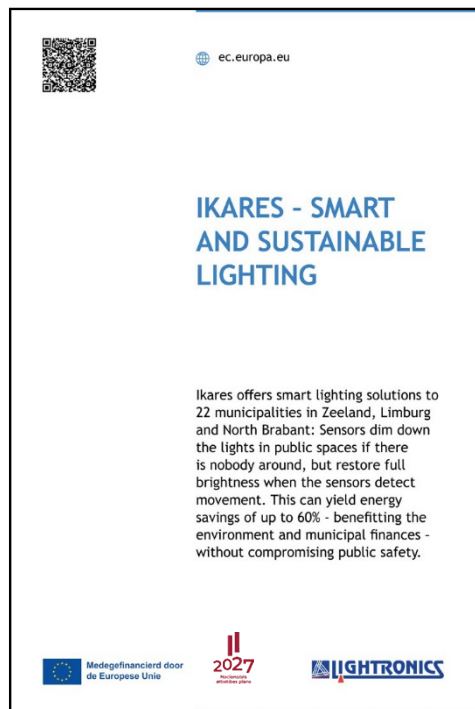
6.1.2. Plāksnes veidnes

Tāpat kā informācijas stendu veidņu gadījumā, arī tiešsaistes ģeneratorā izmantotās plāksņu veidnes sniedz pamatinformāciju par projektu, lai nodrošinātu pārskatāmību.

Gadījumā, ja darbība ir saistīta ar materiālu investīciju vai aprīkojuma iegādi un tās kopējās izmaksas pārsniedz fonda noteiktos limitus, kas minēti 41. lappusē, ir jāuzstāda plāksne.

Plāksnes jānovieto blakus tai vietai, kurā notiek darbība, jo tām ir jābūt publiski pamanāmām.

6 Fiziskie vizuālie elementi



6 Fiziskie vizuālie elementi

6.1.2.1. Elementi

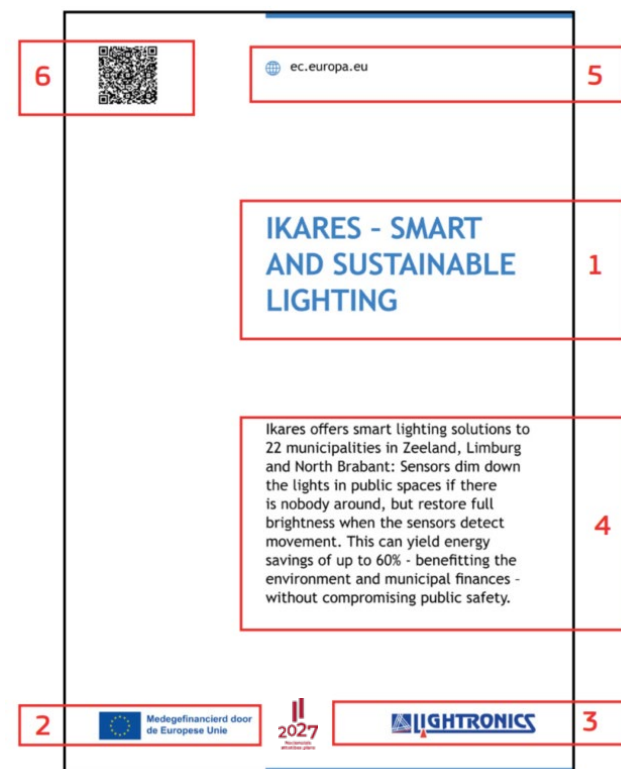
PAMATELEMENTI:

1 Virsraksts

"Virsrakstam" jābūt darbības nosaukumam vai tās galvenajam mērķim. Virsrakstam jābūt īsam un sabiedrībai saprotamam. Centieties nelietot akronīmus vai žargonu, ko nevar saprast, nepārzinot projektu vai konkrēto jomu.

2 ES emblēma un paziņojums par finansējumu

Šajās veidnēs ES emblēma ir jānovieto apakšējā kreisajā stūrī. Paziņojumam par finansējumu vienmēr jābūt vietējā valodā.



4 Fiziskie vizuālie elementi

CITI ELEMENTI:

3 Partnera(-u) logotips(-i)

Saskaņā ar KNR, ja papildus ES emblēmai tiek attēloti citi logotipi, ES emblēmai ir jābūt vismaz tāda paša izmēra kā lielākajam no citiem logotipiem.

Tiešsaistes ģeneratorā izmantotā veidne pieļauj ne vairāk kā trīs papildu logotipus. Tie var būt, piemēram, dalībvalsts (Latvijas gadījumā obligāti NAP logo) vai reģiona logotipi. Papildu lauki logotipiem nav obligāti, un ieteicams pievienot tikai nepieciešamos logotipus.

4 Projekta apraksts

Apraksta garums nedrīkst pārsniegt 400 rakstzīmes. Ieteicama vienkārša un skaidra valoda, tāpēc izvairieties no akronīmu, žargona un/vai atkārtojumu lietošanas. Labs projekta apraksts izskaidro projekta mērķi sabiedrībai saprotamā un vienkāršā veidā.

5 Tīmekļa vietne

Ar atsauci uz tīmekļa vietni varat sniegt papildu informāciju par projektu. Pārliecinieties, ka tīmekļa vietnē esošā informācija ilgtermiņā tiek regulāri atjaunināta.

6 QR kods

QR kodu automātiski izveido tiešsaistes ģenerators.

6.1.2.2. Ko drīkst un ko nedrīkst darīt

Elementu izvietojums

Izvietojot katru šajā veidnē esošo elementu, jāņem vērā dažādi faktori. Tāpēc nevienam no elementiem nedrīkst novietot nepareizā vietā, pagriezt vai apgriezt otrādi.

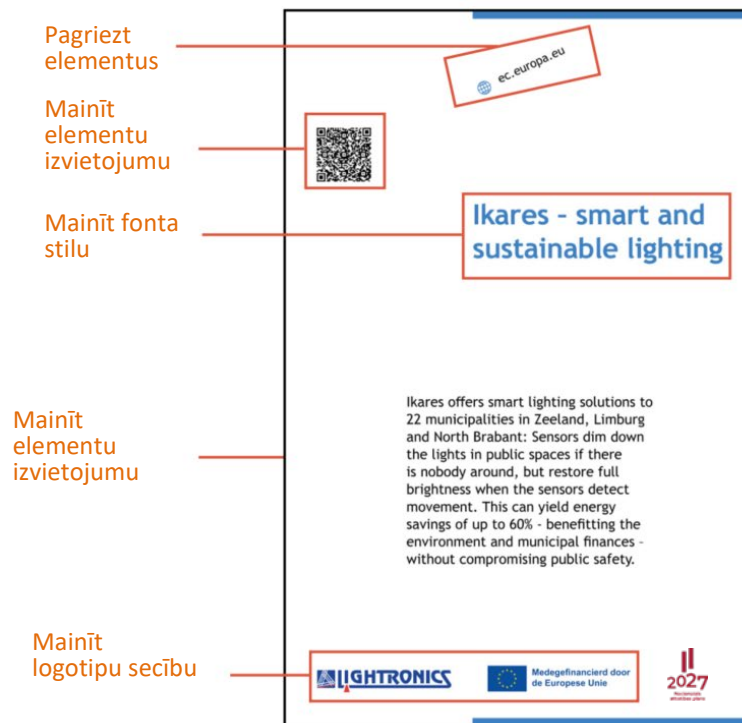
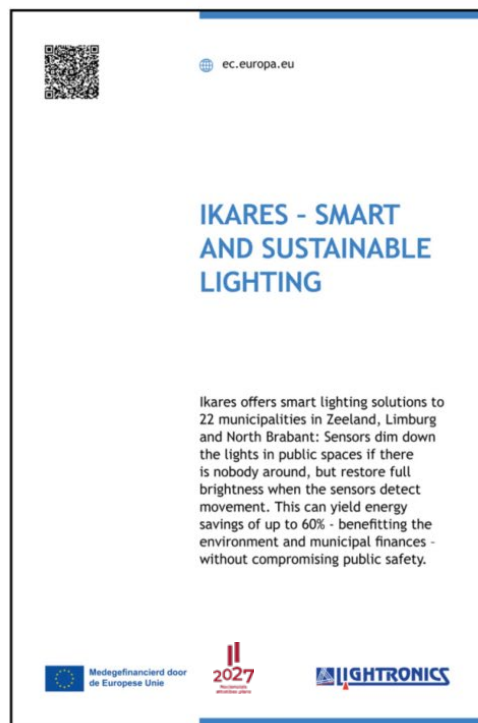
Teksts ir jāsavieto un jāizlīdzina kreisajā pusē, un virsraksts ir jāraksta ar lielajiem burtiem, kā parādīts nākamajā piemērā.

Visbeidzot, vienmēr ir jāievēro logotipu secība, un partneru logotipi nedrīkst būt lielāki par ES emblēmu ar paziņojumu par finansējumu.

KO DRĪKST DARĪT

KO NEDRĪKST DARĪT

6 Fiziskie vizuālie elementi



Plākšņu izvietojums un lielums

KNR paredz, ka plāksne ir jāuzstāda publiski pieejamā vietā. Ir ļoti ieteicams, ka projekti uz infrastruktūras vai būves, vai (ja tas nav iespējams) to tuvumā uzstāda izturīgu liela izmēra plāksni, kas ir labi pamanāma un pieejama sabiedrībai.

Vadošās iestādes var palīdzēt finansējuma saņēmējiem izvēlēties piemērotāko formātu, atļaujot tiem pietiekamu elastību attiecībā uz lielumu un izmantojamiem materiāliem. Vienlaicīgi jāatzīmē, ka šīm atkāpēm jābūt skaidri pamatotām. Kopīga problēma ir tā, kā izpildīt pienākumu izmantot pastāvīgus informācijas materiālus, ievērojot stingrus vēsturiskās rekonstrukcijas noteikumus. Ierobežojumu nenoteikšana materiāliem un minimāli ierobežojumi attiecībā uz plākšņu lielumu palīdz finansējuma saņēmējiem un samazina nepieciešamību pēc individuālām konsultācijām.

6 Fiziskie vizuālie elementi



6 Fiziskie vizuālie elementi

6.2 Plakāti vai elektroniskie displeji

Saskaņā ar KNR 50. panta 1. punkta d) apakšpunktu par darbībām, uz kurām neattiecas prasības uzstādīt informācijas stendu vai plāksni, sabiedrībai skaidri redzamā vietā jāuzstāda vismaz viens plakāts, kura minimālais izmērs ir A3, vai līdzvērtīgs elektronisks paziņojums, kurā izklāstīta informācija par darbību un uzsvērts no fondiem saņemtais atbalsts.

ELGF un ELFLA gadījumā plakāti tiek lietoti tikai par darbībām, ar kurām tiek atbalstīts LEADER, pamatpakalpojumi un infrastruktūra (bet uz kurām neattiecas c) un d) apakšpunkts) un kuru kopējais publiskais atbalsts pārsniedz 10 000 EUR, vai atbalstam finanšu instrumentu veidā, tostarp apgrozāmā kapitāla finansējumam, kura kopējās izmaksas pārsniedz 100 000 EUR.

Šeit piedāvātās veidnes ir piemērotas arī elektroniskajiem displejiem. Tomēr elektroniskie displeji ļauj izmantot dažādus efektus un pat animācijas daudz radošākā un pievilcīgākā veidā nekā drukāts plakāts.

Drukātie plakāti vai elektroniskie displeji ir jāuzstāda, tiklīdz projekts sākas.

6.2.1 Plakātu veidnes

Plakātu veidnes noder tam pašam mērķim kā informācijas stendi un plāksnes. Tās sniedz pamatinformāciju par projektu, lai nodrošinātu pārskatāmību. Lejupielādes centrā pieejamajās veidnēs lietotājs var pielāgot sniedzamo informāciju atbilstoši savam projektam.

Plakāti ir jānovieto tā, lai tie būtu pilnībā redzami sabiedrībai.

6 Fiziskie vizuālie elementi



6 Fiziskie vizuālie elementi

6.2.1.1 Elementi





PAMATELEMENTI:

1 Virsraksts

"Virsrakstam" jābūt darbības nosaukumam vai tās galvenajam mērķim. Virsrakstam jābūt īsam un sabiedrībai saprotamam. Centieties nelietot akronīmus vai žargonu, ko nevar saprast, nepārzinot projektu vai konkrēto jomu.

2 ES emblēma un paziņojums par finansējumu

Šajās veidnēs ES emblēma ir jānovieto apakšējā kreisajā stūrī. Paziņojumam par finansējumu vienmēr jābūt vietējā valodā.

	7
© Tallinn University of Technology (TalTech)/Kristian Kruuser (2018)	Responsible for publication: 10
9 	ec.europa.eu 8
6 Duration 01/2017 - 06/2019	FOSTERING HIGH-TECH MANUFACTURING IN ESTONIA 1
5 Total budget 1 679 000 € EU funding 1 595 000 €	4 The Smart Industry Centre (SmartIC) supports the digital transformation of Estonian manufacturing. In the context of the project, Tallinn University of Technology and the University of Life Sciences in Tartu have joint forces to deliver practical results for the "Industry 4.0": New and more connected laboratories boost Estonia's global competitiveness, e.g. in the area of 3D printing
2  Kaasrahaastanud Euroopa Liit	3  

6 Fiziskie vizuālie elementi

CITI ELEMENTI:

3 Partneru logotipi

Saskaņā ar KNR, ja papildus ES emblēmai tiek attēloti citi logotipi, ES emblēmai ir jābūt vismaz tāda paša izmēra kā lielākajam no citiem logotipiem.

Tiešsaistes ģeneratorā izmantotā veidne pieļauj ne vairāk kā trīs papildu logotipus. Tie var būt, piemēram, dalībvalsts (Latvijas gadījumā obligāti NAP logo) vai reģiona logotipi. Papildu lauki logotipiem nav obligāti, un ieteicams pievienot tikai nepieciešamos logotipus.

4 Projekta apraksts

Labs projekta apraksts sabiedrībai saprotami un vienkāršos vārdos izskaidro projekta mērķi. Tāpēc ir ieteicams lietot vienkāršu un skaidru valodu, izvairoties no žargona. Atbalstu no fondiem finansējuma saņēmēji var izcelt arī projekta aprakstā.

Tiešsaistes ģeneratorā projekta apraksta maksimālais rakstzīmju skaits ir 400, ieskaitot atstarpes. Nekādā gadījumā nav ieteicams pārsniegt šo ierobežojumu, jo interesenti var atrast papildu informāciju, piemēram, finansējuma saņēmēja tīmekļa vietnē.

5 Finansiālais ieguldījums

Šī iedaļa sastāv no diviem informācijas laukiem - "Kopējais budžets" un "ES finansējums". "Kopējais budžets" attiecas uz projekta kopējo budžetu, kas ietver gan ES finansējumu, gan publisko/privāto finansējumu. "ES finansējums" attiecas uz ES atbalsta summu no kopējā budžeta.

6 Ilgums

"Ilgums" norāda projekta laikposmu. Jānorāda mēnesis un gads.

6 Fiziskie vizuālie elementi

7 Attēls

Attēla kvalitāte

Izšķirtspēja datorā tiek mērīta pikseļos uz collu (*PPI*), ko tieši izsaka ar *DPI*. 300 *PPI* digitālais attēls tiks izdrukāts kā 300 *DPI*. Attēls datorā var izskatīties pietiekami kvalitatīvs, taču izdrukātā veidā tam joprojām būs maza izšķirtspēja. Digitālam attēlam var būt liels pikseļu skaits, bet ar mazu *DPI*, un tas ietekmēs attēla kvalitāti pēc izdrukāšanas (72 *DPI* tiek atzīts par zemu rādītāju)

Tā kā informācijas stendi bieži vien tiek skatīti no attāluma, lielāki stendi var būt arī ar mazāku *DPI*. Taču mērķim vajadzētu būt 300 *DPI*. Attēla izšķirtspēja nekad nedrīkst būt mazāka par 100 *DPI*, neatkarīgi no tā, cik liels būs informācijas stends un cik tālu to uzstādīs.

Attēla lielums atkarībā no formāta

A3 - 3508 x 1624 px

A0 - 4967 x 2304 px

Autortiesību turētājs

Neaizmirstiet norādīt attēla autortiesību turētāju, ja nepieciešams.

8 Tīmekļa vietne

Ar atsauci uz tīmekļa vietni varat sniegt papildu informāciju par projektu. Pārlicinieties, ka tīmekļa vietnē esošā informācija ilgtermiņā tiek regulāri atjaunināta.

9 QR kods

QR kodu automātiski izveido tiešsaistes ģenerators.

6.2.1.2 Ko drīkst un ko nedrīkst darīt

Elementu izvietojums

Plakātu veidnēs pēc iespējas efektīvāk jāizmanto pieejamā vieta. Visi elementi tiek izvietoti, ievērojot vizuālo hierarhiju, un tas padara saturu vieglāk uztveramu lasītājam. Tāpēc jāņem vērā, ka nevienu elementu nedrīkst pārvietot citur. Tāpat elementus nedrīkst arī pagriezt, atspoguļot vai apgriezt otrādi.

Attēlu nedrīkst pagriezt, un tas ir jāizlīdzina ar zilo līniju zem tā. Nedrīkst izmantot citus fontus un citas krāsas, kā tikai jau esošās. Teksts ir jāsavieto un jāizlīdzina kreisajā pusē, un virsraksts ir jāraksta ar lielajiem burtiem. Visbeidzot, neviens logotips nedrīkst būt lielāks par ES emblēmu, un paziņojums par finansējumu ir skaidri jānodala no logotipiem.

KO DRĪKST DARĪT

KO NEDRĪKST DARĪT

6 Fiziskie vizuālie elementi



Pagriezt elementus

Mainīt fonta stilu

Mainīt elementu izvietojumu

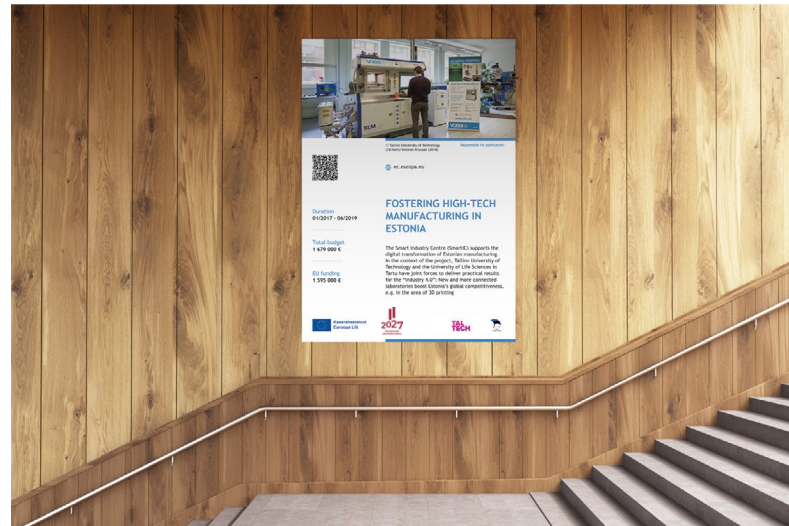
Mainīt logotipu secību vai lielumu

Plakātu un elektronisko displeju izvietojums un lielums

KNR paredz, ka plakāts vai līdzvērtīga lieluma elektroniskais displejs (vismaz A3 izmērā) jāuzstāda sabiedrībai labi redzamā vietā. Tas nozīmē, piemēram, izvietojšanu pamanāmā vietā pie ieejas objektā.

Tā kā plakātu izgatavošana, neprasa lielas izmaksas, atbalsta saņēmējiem pēc iespējas ir jānodrošina to izvietojšana projekta objektā vai objektos, jo īpaši, ja projekti tiek īstenoti dažādās vietās (piemēram, projektos, kuros tiek organizētas mācības vai cita veida publiski pasākumi). Tomēr jāatceras, ka nolūks nav pārprodukcijas veidošana. Par labu praksi uzskata arī plakātu atjaunināšanu, kad tie nolietojas. Tā ir arī iespēja sniegt aktuālu informāciju par projektu.

6 Fiziskie vizuālie elementi



6 Fiziskie vizuālie elementi

6.3 Uzlīmes

Uzlīmes ir neobligāti elementi, kas uzlabo ES atbalsta redzamību. Tā kā tiesību aktos nav noteiktas prasības uzlīmēm, tās nevar aizstāt informācijas standus, plāksnes vai plakātus. Tomēr to pareiza izmantošana var ievērojami veicināt komunikācijas centienus, konkrēti parādot objektus, kurus finansējusi ES. Uzlīmes ir arī elastīgāks līdzeklis, un tās bez pūlēm vai izvietot daudzās vietās.

Paziņojumam par līdzfinansējumu ir izveidotas uzlīmes visās ES valodās. Apakšējās lentes krāsojumā ir izmantotas 2021.–2027. gada plānošanas perioda mērķu oficiālās krāsas. Tās var atrast šo vadlīniju 73. lappusē.

Lejupielādei uzlīmes ir pieejamas mājaslapā www.esfondi.lv. Izdrukājot tās, neaizmirstiet ņemt vērā uzlīmes novietojumu, lai noteiktu pareizo uzlīmes kvalitāti un stiprību, kā arī lipīgo pusi (priekšpusē vai aizmugurē). Uzlīmēs lietojams tikai ES fondu logo ar atsauci uz finansējumu bez NAP logo.



Uzlīmes ir gan praktiski, gan daudzpusīgi elementi, kas uzlabo projektu redzamību. Tā kā informācijas stendi, plāksnes un noteiktā mērā arī plakāti bieži vien atrodas tikai vienā vietā, uzlīmes var izvietot uz dažādiem elementiem vai dažādās vietās, kuras ir saņēmušas projekta atbalstu.

6 Fiziskie vizuālie elementi





7

Komunikācijas
rīki

Tīmekļa vietnes un sociālie tīkli, visticamāk, ir galvenie finansējuma saņēmēju sniegtās informācijas avoti par projektu konkrētai mērķauditorijai, kā arī tā sauktajai "plašākai sabiedrībai". Saskaņā ar KNR 50. panta 1. punkta a) apakšpunktu un Komisijas Īstenošanas regulā (ES) 2022/129 III. pielikuma 2.punkta a) apakšpunktu finansējuma saņēmējiem ir jāsniedz īss un ar atbalsta apjomu samērīgs apraksts par darbību viņu oficiālajās tīmekļa vietnēs un sociālajos tīklos. Aprakstā jāiekļauj informācija par darbības mērķiem un rezultātiem, kā arī jāuzsver ES finansiālais atbalsts.

Ja MK noteikumos par specifisko atbalsta mērķi nav noteikts citādi, informācija tīmekļa vietnē jāaktualizē tiklīdz pieejama aktuālākā informācija. Ja MK noteikumos par specifisko atbalsta mērķi nav noteikts citādi, arī sadarbības partnerim tāpat kā finansējuma saņēmējam informācija tīmekļa vietnē jāaktualizē, tiklīdz pieejama aktuālākā informācija.

Redzamības un ES emblēmas izmantošanas principi visās platformās ir līdzīgi. Lai uzsvērtu ES atbalstu, finansējuma saņēmējiem tīmekļa vietnēs un vizuālajos materiālos ir pamanāmi jāizvieto ES emblēma ar attiecīgo paziņojumu par finansējumu un NAP logo.

7 Komunikācijas rīki

7.1. Tīmekļa vietnes

Saskaņā ar KNR IX pielikumu ES emblēmai jābūt pamanāmai tīmekļa vietnēs un sociālajos tīklos.

Lai to nodrošinātu, atbalsta saņēmēji tiek mudināti ņemt vērā dažādos KNR IX pielikumā norādītos elementus - ES emblēmas lielumu attiecībā pret citiem iespējamiem logotipiem, nodrošinot pietiekami daudz vietas emblēmai un paziņojumam par finansējumu.

Par labu praksi tiek uzskatīta ES emblēmas un norādes uz fondiem parādīšana digitālo ierīču apskates zonā, lai lietotājam nevajadzētu ritināt lapu uz leju.

7 Komunikācijas rīki

7.2. Sociālie tīkli

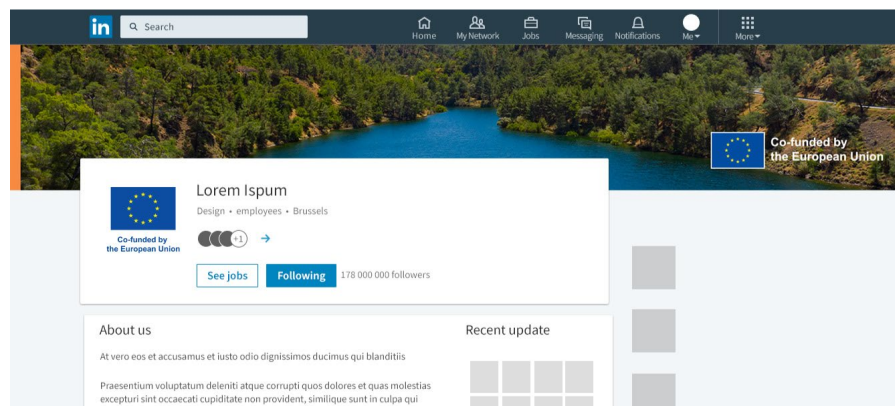
ES atbalsta izcelšanu sociālajos tīklos var īstenot ļoti dažādi. Vizuālie materiāli, tostarp videomateriāli, jāapzīmē ar ES emblēmu, paziņojumu par finansējumu un NAP logo, un informāciju par ES atbalstu var sniegt arī profila aprakstā vai atsevišķos ierakstos.

Sociālo tīklu profilos ES emblēmu un paziņojumu par finansējumu var uzklāt uz profila vai reklāmkaroga attēla – ar nosacījumu, ka sociālo tīklu platforma nodrošina reklāmkaroga iespēju.

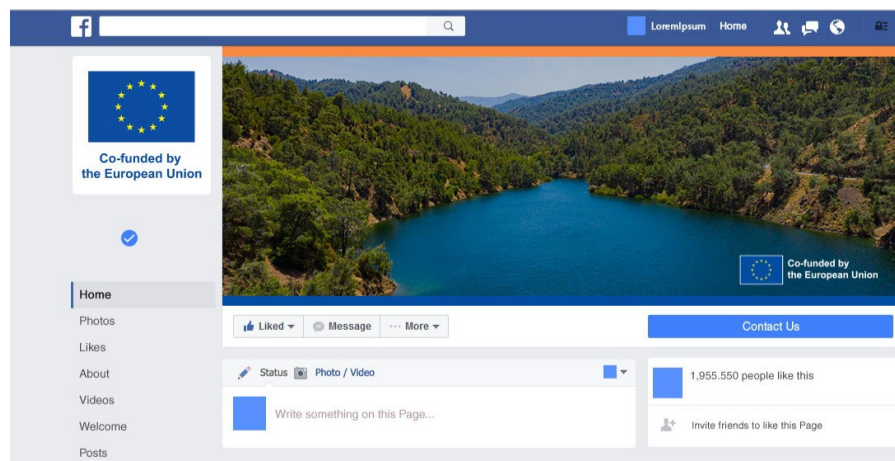
Reklāmkaroga iespēja nodrošina vairāk vietas emblēmas un paziņojuma par finansējumu integrēšanai, tāpēc tā ir ieteicama. Abos gadījumos finansējuma saņēmējam ir jāpievieno attēliem zīmola elementi, lai tie saglabātu pilnību pat tad, ja platforma attēlu apgriež.

Atcerieties norādīt ES atbalstu arī profila aprakstā.

Piemēri



7 Komunikācijas rīki



Sociālo tīklu ieraksti

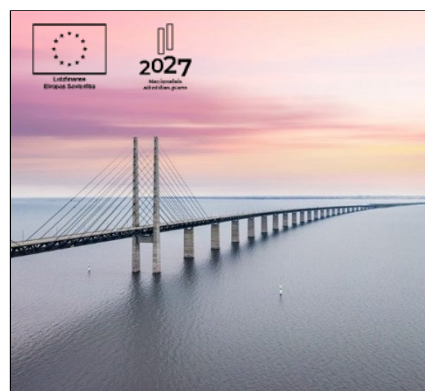
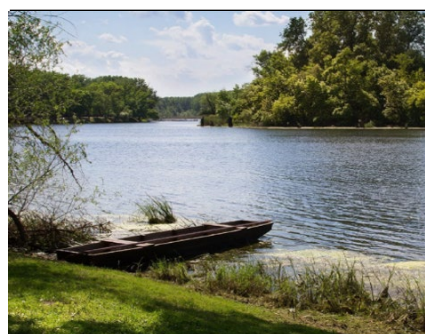
Kad finansējuma saņēmējs publicē ierakstus par projektu savos sociālo tīklu kanālos, šajos ierakstos ieteicams pieminēt ES atbalstu, vizuāli izmantojot zīmola elementus un/vai informējot par atbalstu tekstā. Finansējuma saņēmējs dažādos ierakstos var mainīt šīs metodes. Ziņas tekstos aicinām lietot mirkļbirkas:

Ja ziņa ir par ES fondiem - #ESfondi, #EUFunds #EUinmyregion, #InvestEU;

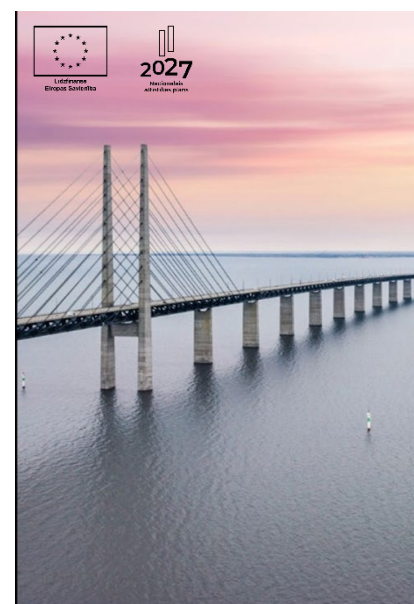
KLP SP ELFLA gadījumā papildus iepriekš minētajiem - #EJZAF, #ZRP2027, #KLP_SP;

Atveseļošanas fonda gadījumā - #Atveselosanasfonds, #NextGenerationEU vai #NextgenEU, #InvestEU.

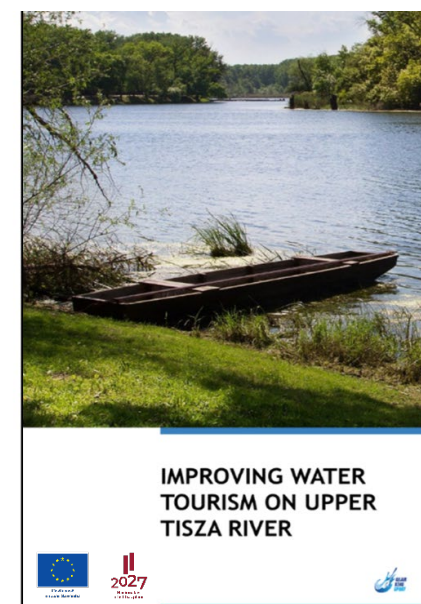
7 Komunikācijas rīki



1:1 formāts
(ieraksts *Instagram* vai *Facebook*)



1080 x 1920 formāts (stāsts *Instagram* vai *Facebook*)



7.3. Foto materiāli

Ieteikums: Fotoattēli, video un cita grafika ir jaudīgi rīki, kas atdzīvina jūsu komunikācijas darbu. Kvalitatīvi fotoattēli un videoklipi ātri piesaista cilvēku uzmanību, tāpēc tie ātrā un efektīvā veidā spēj nodot galvenos vēstījumus jūsu auditorijai.

Infografika var būt noderīga, lai vienkāršā veidā nodotu sarežģītu informāciju. Vizuālais saturs ir būtiska sociālo digitālo platformu sastāvdaļa.

Fotoattēli

Ieteikums: Projekta laikā uzņemiet daudz fotoattēlu – tas atvieglos jūsu rezultātu komunikāciju. Ņemiet vērā, ka fotoattēli no sanāksmju telpām nav labākā izvēle, lai ieinteresētu cilvēkus par jūsu projektu. Tā vietā koncentrējieties uz dinamiskiem fotoattēliem, kuros ir redzami cilvēki un vietas, kurus tieši ietekmējuši ES fondi un jūsu projekts. Tie varētu būt cilvēki, kuri saņem labumu no jauna pakalpojuma, kultūras izrādes apmeklētāji vai jauns aprīkojums, kas tiek izmantots. Arī fotoattēli „pirms un pēc” var būt labs veids, kā ilustrēt jūsu darba rezultātus.

Dažus projektus ir grūtāk nofotografēt nekā citus. Tas var būt saistīts ar projekta delikāto tematu vai tehnisko raksturu. Esiet radoši un attiecīgi pielāgojiet fotoattēlus, piemēram, lai nebūtu redzamas cilvēku sejas, ja kādu iemeslu dēļ pastāv ierobežojumi.

Fotografējot cilvēkus, vienmēr lūdziet piekrišanu. Informējiet cilvēkus par to, kā tiks izmantoti fotoattēli (tiešsaistē, publikācijās, ziņojumos, plašsaziņas līdzekļos utt.). Fotografējot cilvēkus, vienmēr ievērojiet personas datu aizsardzības normatīvo regulējumu, un ņemiet vērā, ka atsevišķos gadījumos var būt nepieciešama rakstveida piekrišana.



Zemas izšķirtspējas fotoattēlus var izmantot tiešsaistē, taču profesionāli drukātiem materiāliem, piemēram, brošūrām, ir nepieciešami augstas kvalitātes fotoattēli (300 DPI). Izšķirtspējas kvalitāti var iestatīt, lejupielādējot fotoattēlus no kameras datorā.

Izmantojot citu cilvēku vai iestāžu fotogrāfijas, pārliecinieties, ka ir saņemta attiecīga atļauja un ka esat pareizi norādījuši fotogrāfu un/vai iestādi, kurai pieder tiesības uz fotogrāfiju.

Prasība: Tīmekļa vietnēs un sociālajos medijos jāizvieto atbilstoši fotoattēli.

Lūgums dalīties ar projektu fotoattēliem, videoklipiem un aprakstiem par projektu ar Centrālās finanšu un līgumu aģentūras un Lauku atbalsta dienesta komunikācijas speciālistiem, lai šos materiālus varētu ievietot tīmekļa vietnē www.esfondi.lv!

7.4. Video

Ieteikums: Video ir lielisks rīks informācijas apmaiņai par jūsu projektu. Dažādām platformām var būt nepieciešami atšķirīgi izmēru formāti. Tāpēc ir svarīgi, lai pirms video izveidošanas būtu plāns, kur tas tiks izmantots (tīmekļa vietnē/ sociālajos medijos/ prezentācijā/ televīzijā).

- **Padariet savu videoklipu viegli iegaumējamu:** īsi un precīzi klipi (mazāk nekā 60 sekundes) var būt iedarbīgāki nekā garāki video. Apsveriet iespēju sadalīt garākas filmas mazākos, vieglāk uztveramos klipos izmantošanai sociālajos medijos.
- **Pievērsties tieši lietas būtībai:** pievērsiet skatītāja uzmanību jau pirmajās sekundēs, pretējā gadījumā uzmanība zudīs. Izmantojiet pirmās sekundes gudri – netērējiet tās pārāk garam ievadam.
- **Izmantojiet subtitrus:** lielāko daļu videoklipu sociālajos medijos cilvēki skatās ar izslēgtu skaņu. Apsveriet visas svarīgās informācijas izvietošanu ekrāna tekstā vai subtitros, lai skatītājam tā nepazustu. Ieteikums – ievietojiet subtitrus gan latviešu, gan angļu valodās.

Ieteikums: Tiešsaistes resursi un bezmaksas programmatūra

Labas kvalitātes vizuālo materiālu izveidošanai nav jābūt dārgai. Tiešsaistē ir pieejami daudz resursu, kas var jums palīdzēt darbā – bezmaksas fotoattēli, videoklipi un skaņu celiņi, mācības, kā arī tiešsaistes fotoattēlu un video rediģēšanas programmatūra.

Ieteikums: Padomi par fotoattēliem un audiovizuālajiem materiāliem

- **Dalieties ar izveidotajiem materiāliem:** projekta īstenotājiem ir jānosūta fotoattēli un video nozaru ministrijām, valsts vadošajai iestādei vai EK. Labas kvalitātes fotoattēli un video palīdzēs izcelt jūsu projekta sasniegumus.
- **Saņemiet rakstveida atļauju:** pārliecinieties, ka ir saņemta atļauja izmantot citu personu iesniegtos fotoattēlus, video un citus materiālus. Neaizmirstiet arī identificēt, kam pieder materiāls, un norādiet to, publicējot fotoattēlu/video.
- **Paraksta teksts:** pievienojiet detalizētu paraksta tekstu. Vai fotoattēlā ir redzams cilvēks? Kādā veidā šī persona ir saistīta ar projektu? Vai ir zināms viņa/viņas vārds? Vecums? Detalizēts paraksta teksts ir labs veids, kā pasniegt interesantus informācijas fragmentus par jūsu projektu. Vaicājiet paraksta teksta ieteikumus fotoattēlu nosūtītājiem.

- ! Video materiālos vienmēr iekļaujiet ES fondu un NAP logo (pēdējā kadrā vai visa video laikā ūdenszīmes veidā).
- ! Video materiālos tāpat kā citos publicitātes materiālos nav jāiekļauj projekta numurs.

7.5. Radio reklāmas

- Radio reklāmu beigās un citos audio materiālos iekļaujiet paziņojumu: “Projektu finansē Eiropas Savienība.” Atkarībā no materiāla rakstura šo paziņojumu var izvērst plašāk, papildinot ar citu informāciju par projektu.

7.6. Publikācijas

Ieteikums: Tāpat kā jebkuru citu komunikācijas materiālu gadījumā, pirmais jautājums, kas jums ir jāuzdod sev: kādu mērķauditoriju jūs vēlaties sasniegt, un ko jūs vēlaties paziņot šai auditorijai? Tiklīdz mērķauditorija un vēstījums ir skaidrs, uzmanīgi apsveriet, kurš informatīvā materiāla veids vislabāk atbilst jūsu vajadzībām.

Izveidojiet publikācijas, lai izplatītu vēstījumu un plānojiet kā tās tiks izmantotas. Tas neietver tikai skaidri noteiktu auditoriju un mērķa grupu, bet arī izplatīšanas plānu un redzējumu par to, kā publikācija tiks izmantota kopā ar citiem jūsu komunikācijas pasākumiem.

Īsas skrejlapas un faktu lapas var būt labs risinājums, ja vēlaties sniegt īsu informāciju izvēlētajai mērķauditorijai. Nesarežģījiet tās, izceliet galveno domu. Apsveriet izdevuma izgatavošanu saliekamā kabatas formātā, ko var izdrukāt birojā. Tas var samazināt ražošanas izmaksas, un mazais formāts uzrunās cilvēkus paņemt publikāciju.

Lielākas publikācijas ir piemērotas, ja vēlaties padziļināti atspoguļot savu darbu. Tā varētu būt galīgā brošūra vai grāmata, kurā ir apkopota informācija par projektu.

Neaizmirstiet padarīt pieejamu tiešsaistē publikācijas digitālo versiju (piemēram, PDF).

Ieteikums: Padomi par publikācijām

- Izvairieties no profesionālā žargona. Tā vietā izmantojiet vienkāršu un precīzu valodu. Lieciet uzsvāru uz projekta sniegtajiem labumiem sabiedrībai.
- Izvairieties no teksta pārblīvēšanas, informācija būs vieglāk lasāma.
- Lai parādītu skaitļus un galvenos faktus, izmantojiet citātus un vizuālas ilustrācijas, piemēram, infografiku.
- Kad vien iespējams, izmantojiet augstas kvalitātes fotoattēlus.

Prasība: Atcerieties visās preses relīzēs iekļaut attiecīgo informāciju par ES fondu finansiālo atbalstu.

! Preses relīzēs **nav** jāievieto ES emblēma un NAP logo vai specifiska projekta informācija (piem. projekta numurs).

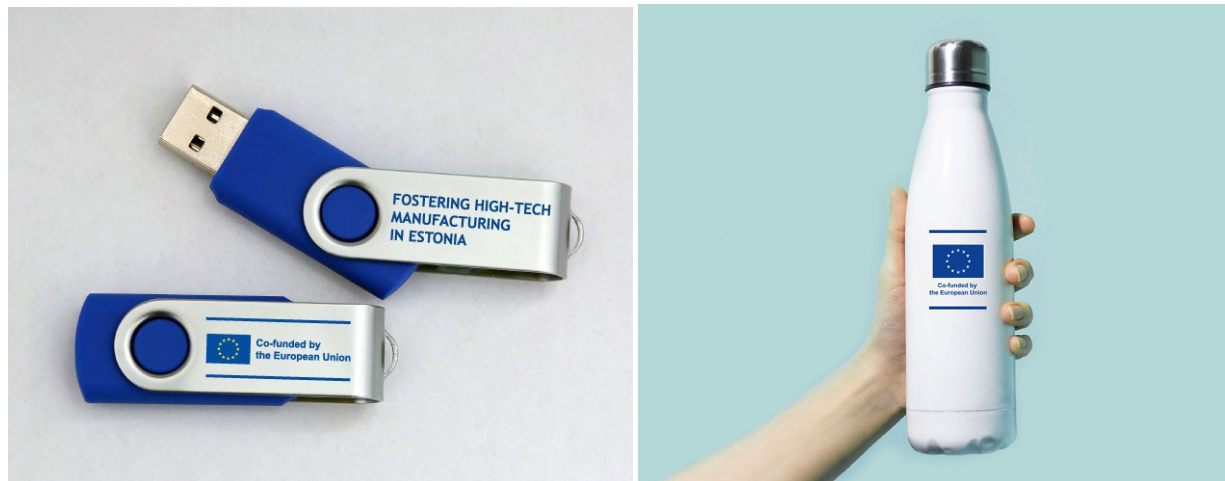
! Ja publicējat apmaksātu rakstu, tādā gadījumā ir jāizvieto ES emblēma un NAP logo.

7.7. Informatīvi priekšmeti

Izpratnes veicināšana par programmu vai projektu ir visizplatītākais iemesls informatīvu priekšmetu iegādei. Tos var izmantot kā dāvanas pasākumos, konferencēs, izstādēs vai citās izpratnes veicināšanas kampaņās. Arī šajos komunikācijas materiālos jāiekļauj ES emblēma ar paziņojumu par finansējumu un NAP logo. Informatīvu priekšmetu izgatavošanas izmaksu attiecināšanu nosaka katras programmas normatīvie akti.

7 Komunikācijas rīki





7 Komunikācijas rīki

Kas jāņem vērā

Izgatavojot publiskus un informatīvus priekšmetus, piemēram, iepriekš norādītos, ir vērts veltīt nedaudz laika, lai apsvērtu to ietekmi uz vidi un sociālekonomisko dzīvi.

- ✓ Dodiet priekšroku dzīvē nepieciešamiem priekšmetiem ar augstu lietošanas vērtību!
- ✓ Dodiet priekšroku Eiropas un vietējiem produktiem un tuvāk izvietotām ražotnēm!
- ✓ Dodiet priekšroku izturīgiem un videi nekaitīgiem materiāliem!
- ✓ Dodiet priekšroku ilglaicīgiem, atkārtoti lietojamiem priekšmetiem un dizainparaugiem; izvairieties no vienreizlietojamības, piemēram, reklāmkarogos nenorādiet datumus!



8

Tipogrāfija un
ikonogrāfija

8 Tipogrāfija un ikonogrāfija

8.1 Tipogrāfijas veidnes

Trebuchet

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Àà Ââ Éé Èè Êê Ëë Îî Ïï Ôô Ùù Úú Çç

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Trebuchet ir galvenais fonts, ko izmanto visās veidnēs (informācijas stendos, plāksnēs un plakātos). Virsraksti, apakšvirsraksti, nosaukumi un pamatteksts tiek rakstīts, izmantojot *Trebuchet*.

Arial

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss
Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz Àà Ââ Éé Èè Êê Ëë Îî Ïï Ôô Ùù Úú Çç

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Tomēr paziņojumus par finansējumu raksta *Arial* fontā, ievērojot norādījumus.

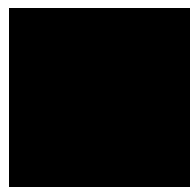
8 Tipogrāfija un ikonogrāfija

8.2 Krāsas

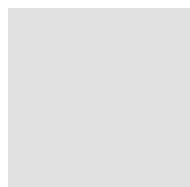
Veidņu pamatkrāsas ir trīs - zila, melna un pelēka. Zilo krāsu izmanto līnijās, lai akcentētu izmantoto attēlu un veidnes saturu kopumā. Projekta informācija, izņemot virsrakstu, tiek rakstīta melnā krāsā. Visbeidzot, pelēko krāsu izmanto, ja veidnei nav pievienots attēls. Tomēr jāņem vērā, ka ir ļoti ieteicams veidnei pievienot attēlu.



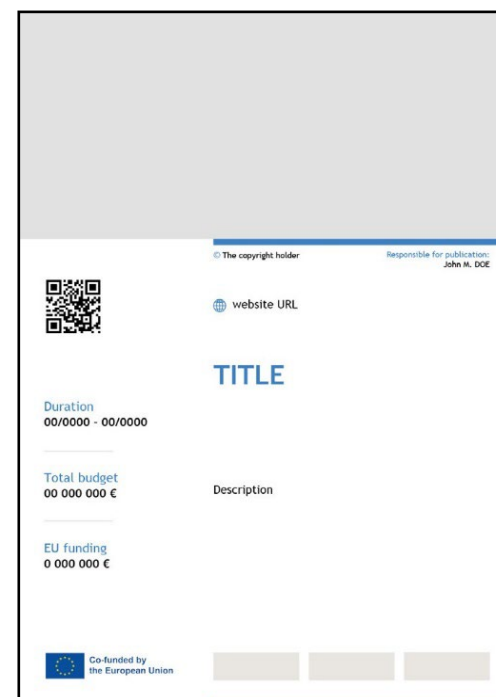
R 63 G 129 B 195
C 100 M 73 Y 37 K 31
#3f81c3



R 0 G 0 B 0
C 0 M 0 Y 0 K 100
#000000



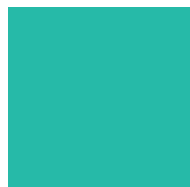
R 225 G 225 B 225
C 14 M 10 Y 11 K 0
#e1e1e1



8 Tipogrāfija un ikonogrāfija

Ikviens kohēzijas politikas mērķis ir saistīts ar īpašu ikonu un krāsu. Vadošās iestādes tiek aicinātas tās izmantot, informējot par konkrētiem politikas mērķiem. Arī saņēmēji var tās izmantot savā saziņā, lai izceltu mērķi, kuru viņu projekts veicina. Piemēram, saņēmēji var izvēlēties atbilstošu krāsu uzlīmēm, kuras viņi izplata.

Viedāka Eiropa



R 38 G 186 B 168
C 72 M 0 Y 43 K 0
#26BAA8



Zaļāka bezoglekļa Eiropa



R 152 G 202 B 61
C 46 M 0 Y 99 K 0
#98CA3D



Savienota Eiropa



R 246 G 138 B 66
C 0 M 56 Y 81 K 0
#F68A42



Sociāla Eiropa



R 216 G 93 B 88
C 11 M 78 Y 64 K 1
#D85D58



Iedzīvotājiem tuvāka Eiropa



R 0 G 172 B 219
C 73 M 12 Y 5 K 0
#00ACDB



Klimatneitrāla Eiropa



R 217 G 184 B 40
C 17 M 24 Y 64 K 1
#D85D58



Kad vadošās iestādes vēlas informēt par kādu konkrētu politikas mērķi saistībā ar *Interreg* programmu, tās var izmantot šādas ikonas:

Drošāka Eiropa



R 216 G 93 B 88
C 11 M 78 Y 64 K 1
#D85D58



Labāka sadarbības pārvaldība



R 0 G 99 B 175
C 92 M 63 Y 1 K 0
#33508A



Attēlu saraksts

Nodaļas

Uz vāka: Latvijas Universitātes Akadēmiskais centrs Torņkalnā

1. lpp.: Dundagas pils

3. lpp.: Liepājas dzintars

6.lpp.: Ķemeru vēsturiskais parks

18.lpp.: “Grindeks” pētniecības projekti

23.lpp.: Krustpils pils lielās zāles kamīns

38.lpp.: Pelēkās kāpas infrastruktūra Ventspilī

60.lpp.: Dobeles pils

71.lpp.: Aeronas - pasaulē pirmais multirotoru lidaparāts ar celbspēju līdz 100 kg

Maketi

41.lpp. Zemkopības ministrijas stenda makets

42.,44.,45. lpp.:ūdenstūrisma attīstīšana Tisas upes augštecē, Ungārijā

© Creative Commons.

52., 53., 56. lpp.:augsto tehnoloģiju ražošanas veicināšana Igaunijā

© Tallinas Tehnoloģiju universitāte (TalTech)/Kristian Kruuser (2018)

63. lpp.:Šo attēlu sociālo tīklu reklāmkarogos izmanto Sabina Berezina/ Shutterstock.com.

65.lpp.: “Grindex” pētniecības projekti

Ilustrācijas ir izveidotas, izmantojot Shutterstock.com un Pexels.com krājumā esošos attēlus.

34.lpp. JÉSHOOTS

48. lpp.: Popovphoto, Macondo

57. lpp.: ImageFlow

59. lpp.: Maria Sbytova

64. lpp.: Ingus Kruklitis, findus27

69. lpp.: Dima Moroz

70. lpp.: Temo Sukhitashvili

55. lpp.: Lalandrew

57. un 55. lappusē ir izmantoti arī Graphic Burger krājumā esošie attēli.

Pielikums

Komunikācijas plāna veidne

1. Stratēģiskais apskats

Sniedziet īsu apskatu (aptuveni divas rindkopas) par komunikācijas plāna galvenajiem elementiem, ieskicējot, piemēram:

- situācijas analīzi;
- komunikācijas mērķus;
- mērķauditorijas.

2. Situācijas analīze

Izvērtējiet pašreizējo situāciju, izstrādājot SVID analīzi (uzskaitot savas stiprās un vājās puses, iespējas un draudus) tam, kā veicat komunikāciju un informējat par ES fondu atbalstu. Padomājiet par to, kā jūsu galvenās auditorijas uztver ES fondus/projektu, kādi komunikācijas līdzekļi strādā un/vai kādi – nē, ko varētu pilnveidot, lai veiksmīgāk nodotu savu vēstījumu.

Stiprās puses:

Vājās puses:

Iespējas:

Draudi:

3. Mērķi

Definējiet mērķus (ko vēlaties sasniegt stratēģiskā līmenī), nosakot **ne vairāk** kā sešus mērķus, katram no tiem piesaistot atbilstošu mērķauditoriju (-as) un iecerēto taktiku.

Pārliedzieties par izvirzīto mērķu sasaisti ar ES fondu komunikācijas stratēģijā noteiktajiem mērķiem un uzdevumiem!

4. Mērķauditorijas

Definējiet konkrētas mērķauditorijas, izvērtējot dažādu mērķauditoriju vajadzības, gaidas un intereses. Mērķauditoriju vajadzības un intereses var palīdzēt noskaidrot arī tādas izpētes metodes kā sabiedriskās domas aptaujas, fokusa grupu diskusijas, konsultācijas ar mērķauditoriju pārstāvjiem vai organizācijām, dizaina domāšana u.c.

5. Vēstījumi

Atspoguļojiet galvenos vēstījumus, kas paredzēti dažādām mērķauditorijām, pārliecinoties par vēstījuma sasaisti ar ES fondu komunikācijas stratēģijā noteiktajiem konkrēto fondu komunikācijas mērķiem.

6. Taktika

Sniedziet īsu ieskatu **galvenajos komunikācijas pasākumos**, ko plānojat organizēt dažādām mērķauditorijām, iekļaujot arī informācijas izvietošanu tīmekļa vietnē. Mēģiniet aprakstīt arī tādas komunikācijas iespējas, ko varētu radīt sadarbībā ar citām ES fondu komunikācijā iesaistītajām pusēm, piemēram, plānošanas reģioniem, EDIC, NVO, CFLA, citām ministrijām u.tml.

7. Mediji

Identificējiet projektam atbilstošos medijus, piemēram, vietējos medijus (atkarībā no projektu īstenošanas vietas) vai nozares medijus (piemēram, izdevumi kādā konkrētā jomā).

--

8. Rezultātu novērtējums

Norādiet novērtēšanas kritērijus (kāda veidā izvērtēsiet, vai esat sasnieguši savus komunikācijas mērķus) un pierādījumus tam, kas ticis sasniegts publicitātes jomā.

--

9. Atbildīgās personas

Norādiet par komunikācijas plāna īstenošanu atbildīgo personu kontaktinformāciju.

--

10. Plānoto aktivitāšu laika grafiks un budžets

2023. gads							
Komunikācijas aktivitāte	Metode/taktika	Komunikācijas kanāli	Laiks	Dalībnieki/ mērķgrupa	Plānotās izmaksas (EUR)	Piezīmes	Atbildīgais

