

Mogućnosti promocije i vidljivosti projekata u Višegodišnjem financijskom okviru 2021. — 2027.



Sufinancira
Europska unija



safu | SREDIŠNJA AGENCIJA ZA
FINANCIRANJE I UGOVARANJE

VIDLJIVOST EU PROJEKATA – VFO 2021.-2027.

Korisnici sredstava EU-a obvezni su:

- ✓ objaviti izvor svih financijskih sredstava EU-a koja prime
- ✓ upotrebljavati amblem EU-a u svojoj komunikaciji
- ✓ povećavati vidljivost EU-a

U slučaju neispunjavanja ugovornih obveza, financijski doprinos EU-a može se smanjiti



The image shows the cover of a guide titled "UPORABA AMBLEMA EU-a U KONTEKSTU PROGRAMA EU-a ZA RAZDOBLJE 2021.-2027." (Use of the EU Emblem in the Context of EU Programs for the Period 2021-2027). The cover features the European Commission logo at the top, the title in bold blue text, and a green box with the subtitle "Operativne smjernice za korisnike sredstava EU-a" (Operational guidelines for users of EU funds). Below the title is the date "OŽUJAK 2021." and the European Union flag. The main text on the cover explains that the European Union (EU) funds various projects and initiatives through its programs, and that users of these funds are required to use the EU emblem in their communication to confirm the support received. It also mentions that users have an obligation to communicate and increase the visibility of the EU, and that the guide provides information on the correct use of the emblem and examples of its use in communication.

VIDLJIVOST EU PROJEKATA – VFO 2021.-2027.

Pojednostavljena pravila vezana uz obvezne elemente vidljivosti:

- **amblem Europske unije**



- **izjava o (su)financiranju**
„Financira Europska unija” ili
„Sufinancira Europska unija”



VIDLJIVOST EU PROJEKATA – VFO 2021.-2027.

Amblem EU-a najvažniji je vizualni brend za osiguravanje vidljivosti financiranja EU-a:



- ✓ ne smije se mijenjati niti spajati s drugim grafičkim elementom ili tekstom
- ✓ mora biti barem iste veličine kao i najveći od drugih korištenih logotipa (minimalna veličina 1 cm – uz iznimke)
- ✓ za isticanje potpore EU-a ne smije se koristiti nijedan drugi vizualni identitet ili logotip

PLANIRANJE TROŠKOVA

- Korisnici provode aktivnosti informiranja i komunikacije u skladu s potpisanim ugovorom o dodjeli bespovratnih sredstava
- Korisnik te aktivnosti navodi u prijavnom obrascu i predviđa potreban iznos u proračunu projekta za Promidžbu i vidljivost
- U prijavnom obrascu potrebno je detaljno razraditi sve aktivnosti
- Korisnici u proračunu mogu planirati dio za uključivanje medija/suradnika (ako je moguće)

JEDNOSTAVNIJA PRAVILA



VIŠE PROSTORA ZA KREATIVNOST

OBVEZE KORISNIKA – VFO 2021.-2027.

Trajne ploče i reklamni panoi postavljaju se:

- ✓ na jasno vidljivom mjestu na početku provedbe projekta
- ✓ ako projekt uključuje fizička ulaganja ili kupovinu opreme
- ✓ kada ukupni trošak projekta premašuje 500 000 EUR (za EFRR i KF), odnosno 100 000 EUR (za ESF+, FPT, EFPRA, FAMI, FUS ili BMVI)



* Primjer trajne ploče iz prethodnog financijskog razdoblja

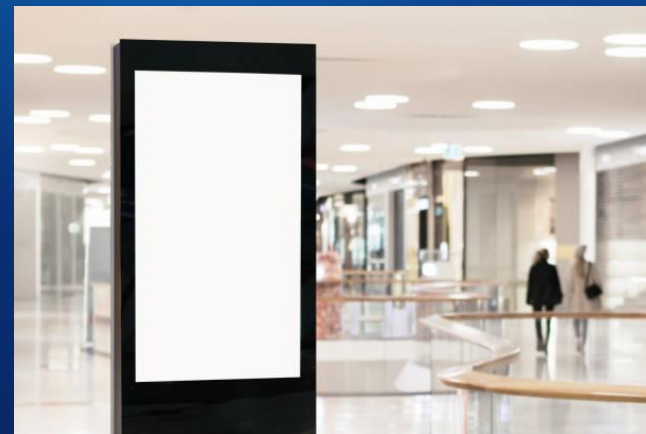
OBVEZE KORISNIKA – VFO 2021.-2027.

Ostali projekti:

- ✓ na jasno vidljivom mjestu postavlja se najmanje jedan tiskani plakat (veličine najmanje A3) ili elektronički zaslon
- ✓ plakat ili zaslon sadrže informacije o projektu i potpori iz fondova EU-a



* Primjer plakata iz prethodnog financijskog razdoblja



* Primjer elektroničkog zaslona

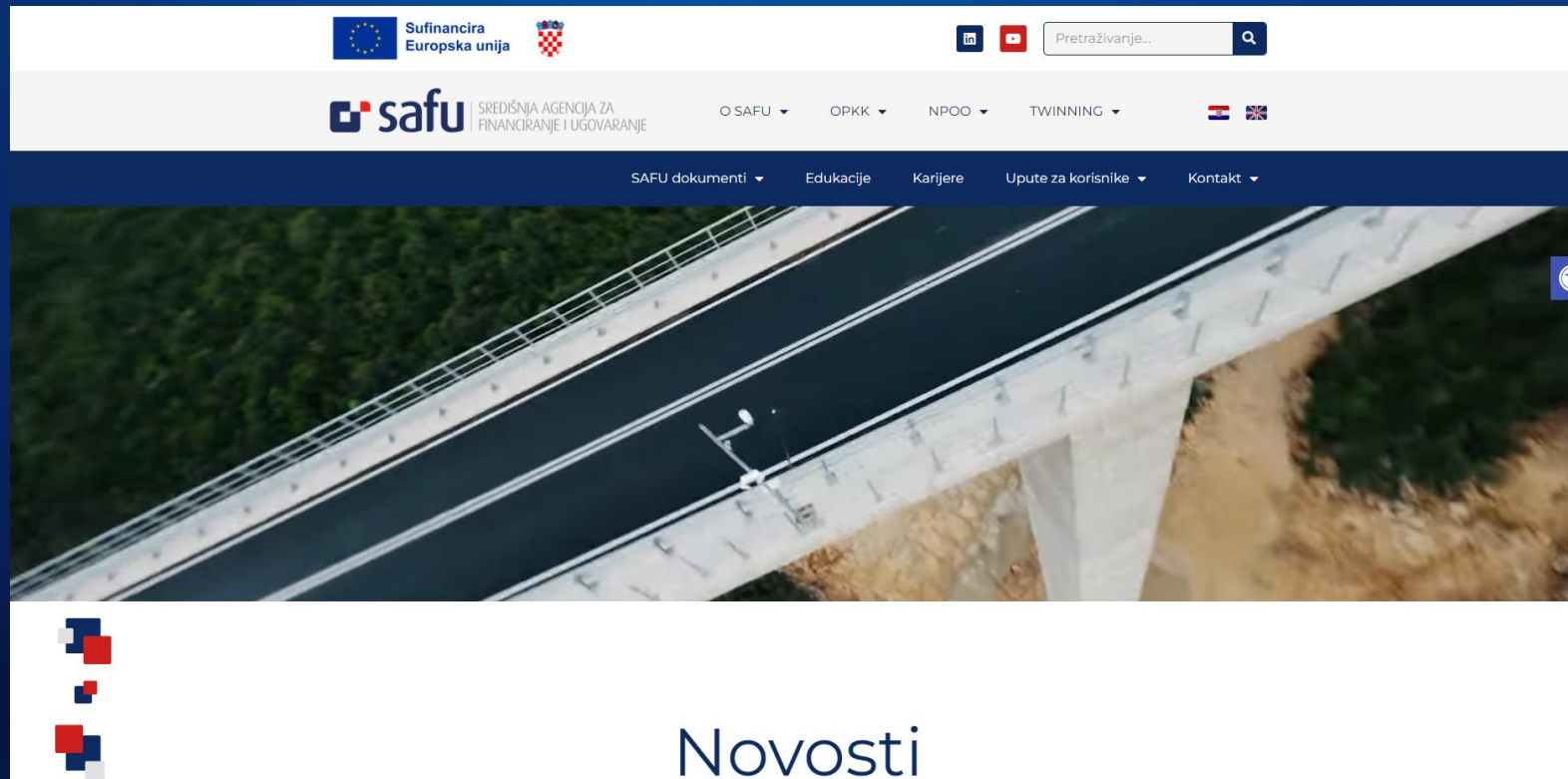
OBVEZE KORISNIKA – VFO 2021.-2027.

Internetske stranice:

- ✓ na službenoj internetskoj stranici korisnika (ako postoji) navode se informacije o projektu i potpori iz fondova EU-a
- ✓ amblem se prikazuje na vidljivom mjestu na internetskim stranicama i njihovim verzijama za mobilne uređaje
- ✓ potrebno je pripaziti na veličinu osnovnih elemenata vidljivosti u odnosu na druge elemente na stranici
- ✓ preporuka je da elementi budu vidljivi unutar područja prikaza digitalnog uređaja bez potrebe pomicanja prozora

OBVEZE KORISNIKA – VFO 2021.-2027.

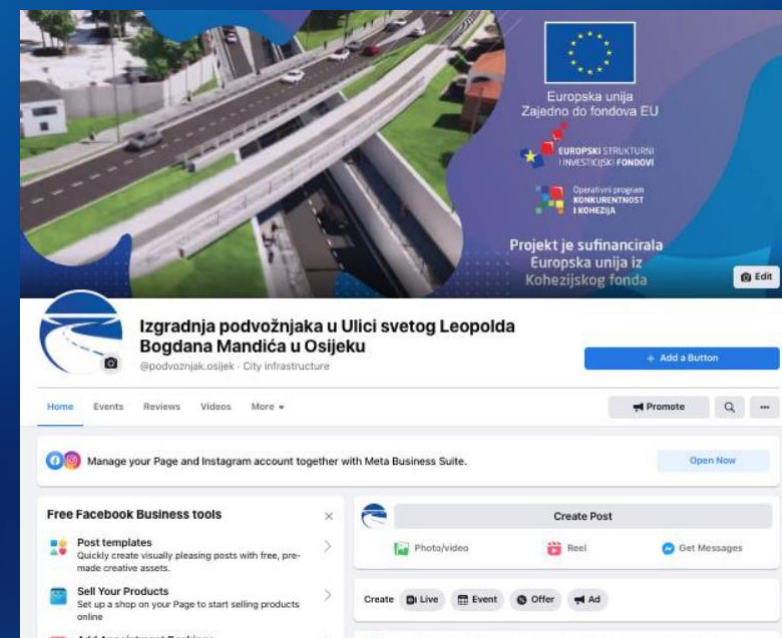
Internetske stranice:



OBVEZE KORISNIKA – VFO 2021.-2027.

Društvene mreže:

- ✓ navode se informacije o projektu i potpori iz fondova EU-a
- ✓ vizuali (fotografije, video zapisi itd.) moraju sadržavati osnovne elemente vidljivosti
- ✓ u sklopu objave o pojedinom projektu, preporuka je da se u samom tekstu objave ili kroz elemente vidljivosti spomene informacija o sufinanciranju EU-a



* Primjer Facebook profila iz prethodnog financijskog razdoblja

OBVEZE KORISNIKA – VFO 2021.-2027.

Operacije od strateške važnosti:

- ✓ ukupni trošak projekta premašuje 10 milijuna EUR
- ✓ prema potrebi, korisnik organizira komunikacijsko događanje ili aktivnosti te pravodobno uključuje Europsku komisiju i Upravljačko tijelo



PROMOCIJA EU PROJEKATA

Zašto je komunikacija važna?

- pokazat će **aktivnosti** vašeg projekta i njegov **učinak** na društvo
- omogućit će **suradnju** s dionicima
- pomoći u **širenju** rezultata vašeg projekta
- **upoznati** javnost s načinom na koji se troše EU/javna sredstva
- pokazat će **uspjeh** europske suradnje i programa

Kako komunicirati?

Razmišljajte o svom projektu kao o...

- *Putovanju na koje se možete uputiti*
- *Priči koju možete ispričati*
- *Uspomeni koju možete podijeliti*



VIDEO: Šest razloga za komunikaciju o vašem projektu kojeg financira EU

Osmislite komunikacijsku strategiju – što želite postići



Komunikacijskom strategijom definiramo:

1. **komunikacijske ciljeve** (zašto nešto želite učiniti?)
2. **ciljanu publiku** (za koga?)
3. **ključne poruke** (što želite reći?)
4. **kanale** (kako to želite reći?)
5. **aktivnosti** (što želite učiniti?)
6. **komunikacijske pokazatelje** (što smo postigli?)

- ODABERITE KLJUČNE PORUKE

- definirajte ključne poruke koje u svakom trenu želite komunicirati – poruke mogu objašnjavati zašto radite to što radite i zašto je vaš proizvod jedinstven
- **neka budu kratke, jasne i pamtljive** i implementirajte ih u sve što radite te ih učestalo ponavljajte

- DEFINIRAJTE SVOJE AKTIVNOSTI I KOMUNIKACIJSKE KANALE

- razmijenite ideje sa svojim projektnim partnerima o najboljim i najisplativijim komunikacijskim aktivnostima i kanalima koje možete upotrijebiti
- lokalni mediji vs. nacionalni mediji – **lokalni mediji kao snažan suradnik** i dobar početak medijske vidljivosti projekta
- društvene mreže – brz, efikasan i profitabilan način da proširite svoju priču i dođete do novih korisnika ili kupaca

- **SAVJETI**

- **razradite plan** komunikacijskih aktivnosti, budžet i vrijeme za svaku aktivnost
- osmislite svoj **vizualni identitet** – neka budu usklađeni i uravnoteženi (**promotivni materijali**, internetske stranice, računi na društvenim mrežama)
- pratite komunikacijske rezultate i na kraju **mjerite uspjeh** (npr. anketa o vidljivosti projekta, broj klikova na vašim internetskim stranicama ili analitika društvenih mreža...)
- **neki od komunikacijskih alata:**
 - objava za medije – pišite u obliku novinarske vijesti
 - objava za društvene mreže – sadržaj prilagodite publici, budite kreativni
 - planiranje događanja – cilj privući pozornost medija i publike
 - **fotografije** – slika govori više od tisuću riječi
 - video materijali – prilagodite svojoj publici, komunikacijskim kanalima i budžetu

PROMOTIVNI MATERIJALI:

✓ raznolikost, inovativnost



Poboljšanje posjetiteljskog kapaciteta u svrhu održivog upravljanja Parkom prirode Medvednica

PROMOTIVNI MATERIJALI:


✓ atraktivnost, kreativnost



Geo priče UNESCO Geoparka Papuk


IDEJNA RJEŠENJA SUVENIRA

Park Maksimir
Ostala zaštićena područja
Zagreb, 26. 01. 2022.



#4 KUTIJICA ZA BOMBONE


- Kutijice brendirane novim vizualnim identitetom Parka Maksimir



Kutijice mogu biti limene s otvorom na gornjoj strani poklopca ili u obliku privjeska s različitim motivima obilježja Parka Maksimir i/ili ostalih zaštićenih područja.


#5 VISILICA

Kombinacija drvenih ptičica



#6 SET ZA IZRADU KUĆICE ZA PTIČICE

- Od prirodnih materijala
- Dimenzijama prilagođen vrstama ptica koje obitavaju u parku
- Set s bojama prirodnih tonova




KONCEPT #8 Dajem ti dio sebe...

EMOTIVAN PRISTUP - Pristup iz šare i boje, od toga da nekome damo dio sebe nam? BIODIVERSITET
BIOLOŠKI PRISTUP - Pristup iz načina da nekako očuvamo prirodni resurs, ali čuvajući utjecaj na drugi dio prirode?

UMJERENA DIVERZITETA PRISTUP - KAKO I KLIMATSKA PROMJENA - KOLIKO JE PROMJENA - KOLIKO JE PROMJENA - KOLIKO JE PROMJENA

ZRAK DRVO ZEMLJA VODA




TAKE A PIECE OF ME, AND KEEP IT FOR ETERNITY.

KONCEPT #9 MAXPERIENCE - Puno više od običnog suvenira!

Unikatna, zabavna i edukativna suveniri za sve target skupine. Navršite za čašu obitelji koja posjećuje park.


SUVENIR I MAPA PARKA
AVANTURA/GAMIFIKACIJA
IGRA/ISTRAŽIVANJE
UPREZNAVANJE MAKSIMIRA
UČENJE O PRIRODI
NAGRAĐA

BENEFIT ZA Klijenta: NABAVNO, APLIKACIJA, SUVENIRI KOJI SE MOŽE UČUVATI, PREGLEDNA NA STANOVANJE




#10 DRVENA TACNA I PODLOŠCI ZA ČAŠE

- Odvojivi podlošci za čaše
- Bez podloška služi kao tacna
- Ukraseni dizajnom lišća koje se nalazi u parku
- Na zadnjoj strani sadrži informacije o vrsti drveta



#11 Kocke za slaganje

Ljetnikovac



Gradski prozori u prirodu

FOTOGRAFIJE:



FOTOGRAFIJE:

➤ tisak



➤ društvene mreže

SAFU
3,085 followers
2mo

Bez kojeg EU projekta ne možete zamisliti Hrvatsku? EUHR

Jačanje turističkog i kulturnog potencijala Virovitice 🇭🇷 :

➔ Integrirani razvojni program Virovitica "5 do 12 za Dvorac" - projekt iz kulturne baštine u okviru kojeg je obnovljen Dvorac Pejačević, revitaliziran i uređen Gradski park kojemu je vraćen perivoini izgled (uređene su šetnice, postavljeni dizajnerski drveni mostovi od kojih svaki ima svoju priču vezanu za Viroviticu) te šetnica ispred Gimnazije Petra Preradovića.

Glasuj na: <https://lnkd.in/dkja3Qyz>

#OPKK #EUFONDOVI



Bez kojeg EU projekta ne možete zamisliti Hrvatsku?

Glasuj na www.safu.hr

SAFU

➤ mediji

24 PLUS+ NEWS SHOW SPORT LIFE&STYLE SCI/TECH VIRAL VIDEO

PROMO

Bez kojeg EU projekta ne možete zamisliti Hrvatsku?

Sponzorirani članak, nedjelja, 12.11.2023. u 9:00

Foto: PROMO

Više od šest milijardi eura iz EU fondova za nove projekte u obrazovanju, poduzetništvu, prometnoj infrastrukturi, zdravstvu, kulturnoj i prirodnoj baštini

Facebook, Messenger, X, WhatsApp, Link

OGLAS

Bez kojeg EU projekta ne možete zamisliti Hrvatsku?

Više od šest milijardi eura iz EU fondova za nove projekte u obrazovanju, poduzetništvu, prometnoj infrastrukturi, zdravstvu, kulturnoj i prirodnoj baštini.

File: OGLAS_07_vizuelni_2023_9_16_51

VIDEO: EU projekt i komunikacijska strategija



IZVORI

- [Vidljivost i informiranje - nova pravila 2021.-2027.](#)
- [Vodič za uspješnu komunikaciju o projektu](#)
- [Uredba \(EU\) 2021/1060 Europskog parlamenta i vijeća od 24. lipnja 2021.](#)
- [Uporaba amblema EU-a u kontekstu programa EU-a za razdoblje 2021.-2027.](#)
- [Centar za preuzimanje vizualnih elemenata Europske komisije](#)
- <https://eufondovi.gov.hr/komunikacija-informiranje-i-vidljivost-eu-projekata-u-razdoblju-2021-2027/>
- [Upute za korisnike sredstava - Informiranje, komunikacija i vidljivost](#)

**Hvala
na pažnji!**



www.safu.hr