REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA KOHEZIJO IN REGIONALNI RAZVOJ

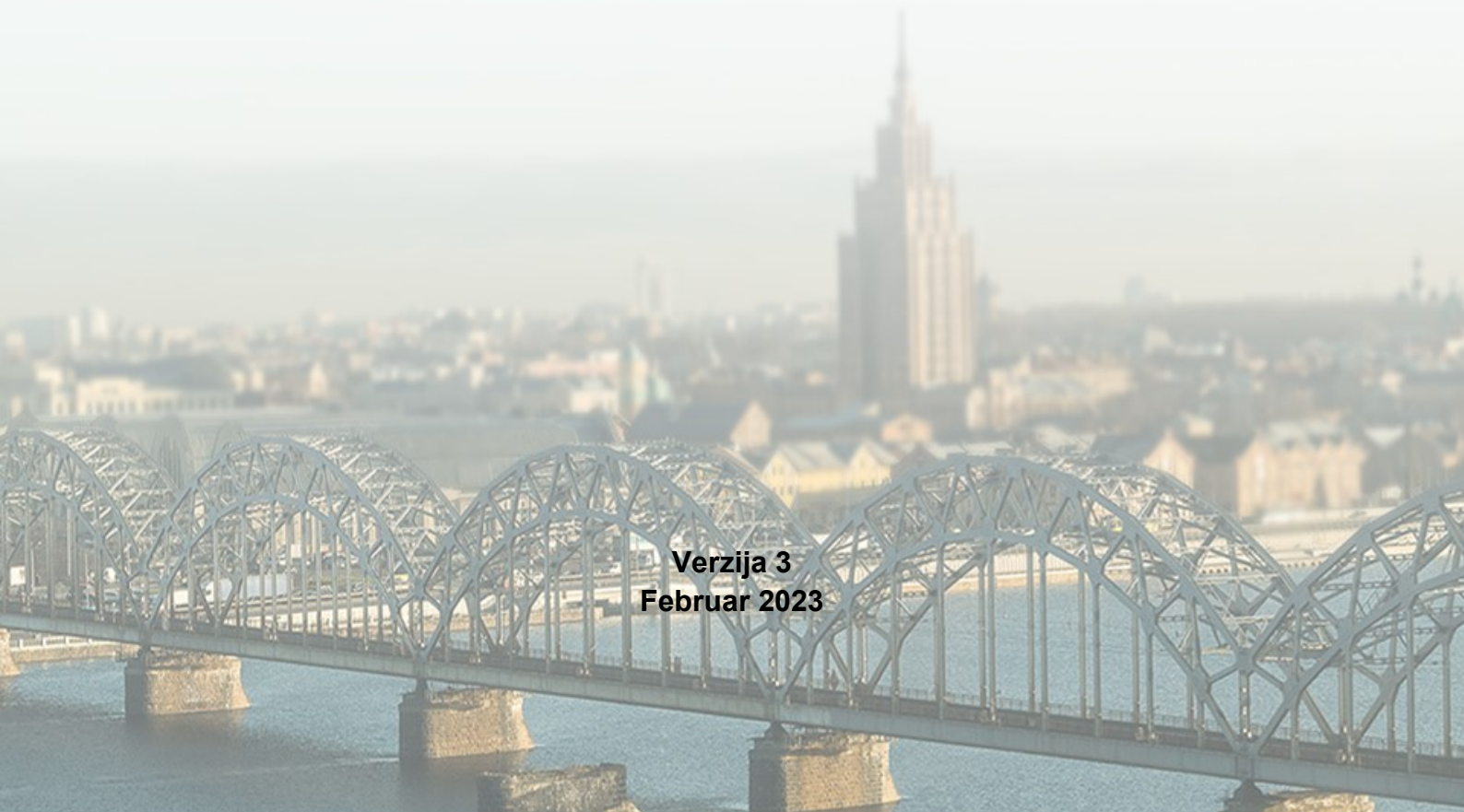
Iceland Liechtenstein Norway grants
Norway grants

FINANČNI MEHANIZEM EGP 2014–2021 IN
NORVEŠKI FINANČNI MEHANIZEM 2014–2021

PRIROČNIK ZA UPRAVIČENCE

6. del: INFORMIRANJE IN KOMUNICIRANJE

PROGRAM BLAŽENJE PODNEBNIH SPREMEMB IN PRILAGAJANJE NANJE
PROGRAM IZOBRAŽEVANJE – KREPITEV ČLOVEŠKIH VIROV



Verzija 3
Februar 2023

Kazalo vsebine

1 Namen dokumenta 5

2 Informiranje in komuniciranje o Norveškem finančnem mehanizmu in Finančnem mehanizmu EGP 6

2.1 Odgovornost nosilca projekta in projektnih partnerjev 6

2.2 Obveščanje Nosilca programa 6

3 Komunikacijski načrt 7

3.1 Načrtovanje in izvajanje aktivnosti v Covid-19 razmerah 7

3.2 Priprava komunikacijskega načrta 8

3.3 Izvajanje komunikacijskega načrta 9

4 Vizualna identiteta 9

4.1 Logotipi 9

4.2 Začasni pano in stalna plošča 11

4.3 Slogan 11

4.4 Ostali grafični elementi 12

4.4.1 Tipografija 12

4.4.2 Barve 12

4.4.3 Mreža 12

4.4.4 Plakati, reklamni panoji, stojala roll-up, promocijski material, predstavitve 13

5 Standardna besedila in navedba podpore 13

5.1 Standardna besedila 13

5.2 Navedba podpore 14

5.3 Izjava o omejitvi odgovornosti 15

6 Družbena omrežja 15

7 Fotografsko gradivo, avdio-vizualni materiali in medijska knjižnica 15

Seznam kratic

BDP	Bruto domači proizvod
EGP	Evropski gospodarski prostor
eMS	Elektronski sistem spremljanja *(Electronic Monitoring System)*
MKRR	Ministrstvo za kmetijstvo in regionalni razvoj
SVRK	Služba Vlade RS za razvoj in evropsko kohezijsko politiko

1 Namen dokumenta

Dokument o informiranju in komuniciranju v okviru programov *Blaženje podnebnih sprememb in prilagajanje nanje* ter *Izobraževanje – krepitev človeških virov* (v nadaljevanju: dokument) seznanja nosilce projektov in projektne partnerje (v nadaljevanju: upravičenci) glede zahtev Norveškega finančnega mehanizma 2014–2021 in Finančnega mehanizma Evropskega gospodarskega prostora (EGP) 2014–2021 (v nadaljevanju: finančna mehanizma) o izvajanju ukrepov informiranja in komuniciranja. Dokument predstavlja osnovne smernice za vse upravičence, ob sočasni uporabi Priročnika za komuniciranje in oblikovanje (v angleškem jeziku).

Naloge upravičencev obsegajo informiranje javnosti o projektu kot tudi o rezultatih ter učinkih sofinanciranja v okviru projekta, ki se izvaja s podporo Islandije, Lihtenštajna in Norveške (v nadaljevanju: države donatorice) prek obeh finančnih mehanizmov.

Dokument izdaja Ministrstvo za kohezijo in regionalni razvoj (v nadaljevanju: MKRR) v vlogi Nosilca programov *Blaženje podnebnih sprememb in prilagajanje nanje* in *Izobraževanje – krepitev človeških virov* (v nadaljevanju: Nosilec programa).

Dokument je zavezujoč za upravičence, ki izvajajo projekte, izbrane na javnem razpisu in vnaprej opredeljene projekte v okviru obeh omenjenih programov.

Dokument se bo v času izvajanja projektov po potrebi dopolnjeval, zato je pomembno, da upravičenci vedno uporabljajo njegovo zadnjo veljavno verzijo, ki je objavljena na spletni strani finančnih mehanizmov v Republiki Sloveniji www.norwaygrants.si in www.eeagrants.si (v nadaljevanju: spletna stran finančnih mehanizmov v Republiki Sloveniji), v zavihku Dokumenti – Navodila in priročniki.

Poleg obeh uredb držav donatoric, Uredbe o izvajanju Norveškega finančnega mehanizma 2014–2021 in Uredbe o izvajanju Finančnega mehanizma Evropskega gospodarskega prostora (EGP) 2014–2021, je pravna podlaga za izvajanje vseh ukrepov informiranja in komuniciranja predvsem:

- Priloga 3 k uredbama držav donatoric – Zahteve za informiranje in komuniciranje;
- Priročnik za komuniciranje in oblikovanje, ki se ga uporablja hkrati s tem dokumentom.

Ukrepi informiranja in komuniciranja v zgoraj navedenih podlagah in v tem dokumentu predstavljajo minimalne zahteve. Upravičencem se priporoča izvajanje dodatnih aktivnosti komuniciranja. Pri komunikaciji se priporoča uporaba preprostega in jasnega jezika.

Pri načrtovanju in izvajanju aktivnosti informiranja in komuniciranja se upošteva trenutne epidemiološke razmere in veljavne nacionalne ukrepe za zajezitev širjenja okužb z novim koronavirusom. Komunikacijske aktivnosti, vključno z organizacijo dogodkov, naj že pri načrtovanju vključujejo tudi digitalno izvedbo.

V dokumentu uporabljeni izrazi, ki se nanašajo na osebe in so zapisani v moški slovnični obliki, so uporabljeni kot nevtralni za ženski in moški spol.

2 Informiranje in komuniciranje o Norveškem finančnem mehanizmu in Finančnem mehanizmu EGP

Komunikacija je pomemben del izvajanja finančnih mehanizmov. Namen ukrepov informiranja in komuniciranja, ki jih izvajajo Nacionalna kontaktna točka, Nosilec programa, nosilec projekta ali projektni partnerji, je obveščati splošno javnost na območju EGP o prispevku finančnih mehanizmov k naslednjima glavnima ciljema:

- prispevati k zmanjšanju gospodarskih in socialnih razlik v EGP in
- krepiti bilateralne odnose med državami donatoricami in državami upravičenkami.

Cilji informiranja in komuniciranja v zvezi s podporo finančnih mehanizmov so naslednji:

- ozaveščanje in informiranje splošne javnosti o finančnem prispevku in vlogi držav donatoric;
- zagotavljanje transparentnosti in legitimnosti finančnega prispevka držav donatoric;
- oblikovanje skladne podobe finančnih mehanizmov v državah upravičenkah in državah donatoricah;
- poročanje o vplivu in dosežkih finančnega prispevka držav donatoric državam upravičenkam.

2.1 Odgovornost nosilca projekta in projektnih partnerjev

Upravičenci obveščajo širšo javnost in relevantne deležnike na nacionalni, regionalni in/ali lokalni ravni, da je bil projekt izveden s podporo držav donatoric prek finančnih mehanizmov in zagotavljajo, da je ta podpora transparentna ter izpolnjuje zgoraj navedene cilje. Nosilec projekta pripravi in izvaja komunikacijski načrt skladno s temi navodili.

Nosilec projekta poroča Nosilcu programa o izpolnjevanju obveznosti v zvezi z informiranjem in komuniciranjem. Nosilec projekta v sklopu oddaje skupnega poročila projekta prek elektronskega sistema spremljanja (*electronic Monitoring System* – eMS) priloži tudi e-verzijo vsakega materiala informiranja in obveščanja, ustvarjenega v okviru projekta (v kolikor je to tehnično izvedljivo).

2.2 Obveščanje Nosilca programa

Nosilec projekta pravočasno in sprotno obvešča Nosilca programa o **načrtovanih in izvedenih dogodkih, pomembnih mejnikih pri izvajanju projekta oziroma drugih informacijskih in komunikacijskih aktivnostih,** skupaj s slikovnim in/ali video gradivom ter kratkim opisom v slovenskem in angleškem jeziku. Nosilec programa dobljene vsebine lahko objavi na spletni strani finančnih mehanizmov v Republiki Sloveniji ter na družbenih omrežjih (Facebook in Instagram)[1].

[1] S posredovanjem slikovnega in/ali video gradiva Nosilcu programa upravičenci dajo dovoljenje za njegovo uporabo.

3 Komunikacijski načrt

3.1 Načrtovanje in izvajanje aktivnosti v Covid-19 razmerah

Razmere, ki jih je povzročil novi koronavirus, vplivajo tudi na informiranje in komuniciranje, kar je v teh časih postalo poseben izziv, ki od upravičencev zahteva prilagoditev formata aktivnosti. Hkrati pa trenutna situacija predstavlja tudi priložnost, ki se kaže predvsem v premiku k digitalni komunikaciji in utrditvi spletne prisotnosti.

Ker so razmere, ki jih narekuje koronavirus, spremenljive, je načrtovanje aktivnosti informiranja in komuniciranja oteženo, zato je treba komunikacijski načrt izdelati premišljeno, z veliko mero prilagodljivosti in kreativnosti. Že pri samem načrtovanju kot tudi pri izvajanju aktivnosti upravičenci upoštevajo trenutne epidemiološke razmere in veljavne nacionalne ukrepe za zajezitev širjenja okužb s koronavirusom, da je izvedba projekta varna in odgovorna. Upravičenci aktivnosti torej načrtujejo na način, da so izvedljive tako v običajnih razmerah kot v izrednih razmerah, ko so v veljavi ukrepi za zajezitev okužb.

Ob nepredvidljivih in spreminjajočih se razmerah naj upravičenci razmislijo o naslednjih možnostih, ki ustrezajo trenutnim in dolgoročnim potrebam:

- **odprtost za nove tehnologije**: obstajajo številna orodja, ki omogočajo spletne sestanke in dogodke, deljenje datotek in interaktivno sodelovanje udeležencev. Ta orodja lahko olajšajo aktivnosti informiranja in komuniciranja kot tudi komunikacijo znotraj projekta;
- **načrtovanje digitalnih sestankov in dogodkov prek spletnih srečanj/ videokonferenc, prenosa v živo:** izvedba virtualnih dogodkov ima lahko večji doseg ciljnih skupin, usklajevanje z gosti iz držav donatoric je lažje, je trajnostno in varno, interaktivno in participativno, lažje se je osredotočiti na vsebino in kvaliteto interakcije namesto iskanje logističnih rešitev, po dogodku pa se lahko doseže še širšo publiko;
- **vzpostavitev močne spletne prisotnosti** prek spletnih strani in družbenih omrežij, ciljanih spletnih promocijskih kampanj, videov, spletne predstavitve rezultatov itd.: eden od jasnih izidov trenutnih razmer je, da uporaba družbenih omrežij narašča, za povečanje digitalnega vpliva je tako treba identificirati ključne kanale komuniciranja, vzpostaviti dobro komunikacijo vseh vključenih v komunikacijsko mrežo, identificirati priložnosti za sodelovanje, skupno oblikovati vsebine, deliti vsebine in zgodbe s skupnimi komunikacijskimi kampanjami;
- **ugodni pogodbeni dogovori:** upravičenci za organizacijo fizičnih dogodkov uporabijo prilagodljive možnosti rezervacije in pogodbene dogovore, ki omogočajo vračilo sredstev v primeru odpovedi.

Upravičenci naj upoštevajo, da se kot del revizijske sledi dokumentirajo tudi procesi digitalne komunikacije.

3.2 Priprava komunikacijskega načrta

Upravičenci v elektronsko prijavnico v obvezni delovni sklop Komunikacija vključijo komunikacijski načrt z namenom ozaveščati javnost o obstoju, ciljih finančnih mehanizmov in bilateralnem sodelovanju s subjekti iz držav donatoric ter o izvajanju, dosežkih in vplivu podpore finančnih mehanizmov za projekt.

Komunikacijski načrt skladno s podpoglavjem 2.3.2 Priloge 3 k uredbama držav donatoric vključuje najmanj naslednje elemente:

a) cilje in ciljne skupine, vključno z relevantnimi deležniki na nacionalni, regionalni in/ali lokalni ravni in splošno javnost;

b) strategijo in vsebino ukrepov informiranja in komuniciranja, vključno z aktivnostmi, orodji za komuniciranje z javnostmi in zadevnim časovnim okvirom, ob upoštevanju dodane vrednosti in vpliva podpore iz finančnih mehanizmov;

c) najmanj tri informacijske aktivnosti, ki javnost obveščajo o napredku, dosežkih in rezultatih projekta, kot npr. seminar ali konferenca za relevantne deležnike, tiskovna konferenca ali dogodek za medije, vključno z uvodnim in/ali zaključnim dogodkom projekta. Za projekte, katerih višina sredstev sofinanciranja ne presega 500.000,00 EUR, zadostujeta dve manjši informacijski aktivnosti;

d) vzpostavitev namenske spletne strani projekta ali namenske spletne podstrani na že obstoječi spletni strani upravičenca, v slovenskem in angleškem jeziku s povezavami na spletno stran finančnih mehanizmov držav donatoric[2], spletno stran finančnih mehanizmov v Republiki Sloveniji in spletno stran MKRR[3], ali alternativno vzpostavitev aktivnega profila na družabnih omrežjih za projekte za katera spletna stran še ne obstaja. O obstoju spletne strani, podstrani ali profila na družabnem omrežju upravičenec nemudoma obvesti Nosilca programa. Kadar se za projekt ustvari profil na družabnih omrežjih, le-ta ostane viden in vse informacije ostanejo dostopne tudi po končnem datumu upravičenosti projekta;

e) informacije na spletni strani, ki so redno ažurirane, vključujejo informacije o projektu, njegovem napredku, dosežkih in rezultatih, o sodelovanju s subjekti iz držav donatoric, ustrezno slikovno gradivo, kontaktne podatke in sklicevanje na zadevni program in finančne mehanizme;

f) informacije o upravnih organih, odgovornih za izvajanje ukrepov informiranja in komuniciranja, vključno s kontaktno osebo;

g) načrt vrednotenja ukrepov informiranja in komuniciranja glede doseganja večje prepoznavnosti in ozaveščenosti javnosti o projektu in finančnih mehanizmih, njihovih ciljih in vplivu ter vlogi držav donatoric.

[2] www.norwaygrants.org ali www.eeagrants.org
[3] https://www.gov.si/drzavni-organi/ministrstva/ministrstvo-za-kohezijo-in-regionalni-razvoj/

3.3 Izvajanje komunikacijskega načrta

Nosilec projekta zagotavlja, da se aktivnosti informiranja in komuniciranja izvajajo v skladu s komunikacijskim načrtom in da so namenjene širši javnosti, vključno z relevantnimi deležniki na nacionalni, regionalni in/ali lokalni ravni. Organizatorji informacijskih aktivnosti, kot so konference, seminarji, sejmi ali razstave, ki so povezane z izvajanjem finančnih mehanizmov, programov in projektov v okviru finančnih mehanizmov, si prizadevajo, da ti dogodki poudarijo podporo držav donatoric prek finančnih mehanizmov in s tem izboljšujejo njihovo prepoznavnost.

4 Vizualna identiteta

Vsako informiranje in komuniciranje o projektu mora vključevati tudi eksplicitno in jasno razvidno informacijo o podpori finančnega mehanizma. Celotno gradivo, povezano z aktivnostmi informiranja in komuniciranja, ki ga pripravijo upravičenci mora biti skladno s temi navodili in z določili iz *Priročnika za komuniciranje in oblikovanje*. Priročnik določa podrobne tehnične zahteve v zvezi z uporabo logotipov, panojev, plošč, posterjev in tiskovin ter tehnične zahteve v zvezi s prisotnostjo na spletu in uporabo avdio-video gradiva.

Poleg obvezne uporabe logotipov, je na gradivih zaželena tudi navedba povezav na spletno stran finančnih mehanizmov v Republiki Sloveniji.

4.1 Logotipi

Logotip je najpomembnejši in obvezen element vizualne identitete finančnih mehanizmov, ki ga morajo upravičenci uporabljati na vseh materialih informiranja in obveščanja.

Vsako tiskano (npr. brošure, vabila, študije, priročniki, objave za javnost) ali elektronsko gradivo v okviru projekta, vključuje naslednje obvezne logotipe:

- logotip Norveškega finančnega mehanizma za projekte, sofinancirane s sredstvi tega finančnega mehanizma ali logotip Finančnega mehanizma EGP za projekte, sofinancirane s sredstvi tega finančnega mehanizma.

Logotip Norveškega finančnega mehanizma: Norway grants

Logotip Finančnega mehanizma EGP: Iceland Liechtenstein Norway grants

Višina logotipa je najmanj 10 mm; upoštevati je potrebno prostor nedotakljivosti; uporablja se le v črni ali beli barvi. Podrobnejša pravila glede uporabe logotipa in barvnih kombinacij so zapisana v *Priročniku za komuniciranje in oblikovanje*. Logotip ustreznega finančnega mehanizma se vedno postavi zgoraj desno (Slika 1 in 2). Logotipi so dostopni na spletni strani finančnih mehanizmov v Republiki Sloveniji.

– logotip Nosilca programa (MKRR) v ustreznem jeziku.

Slovensko: REPUBLIKA SLOVENIJA
MINISTRSTVO ZA KOHEZIJO IN REGIONALNI RAZVOJ

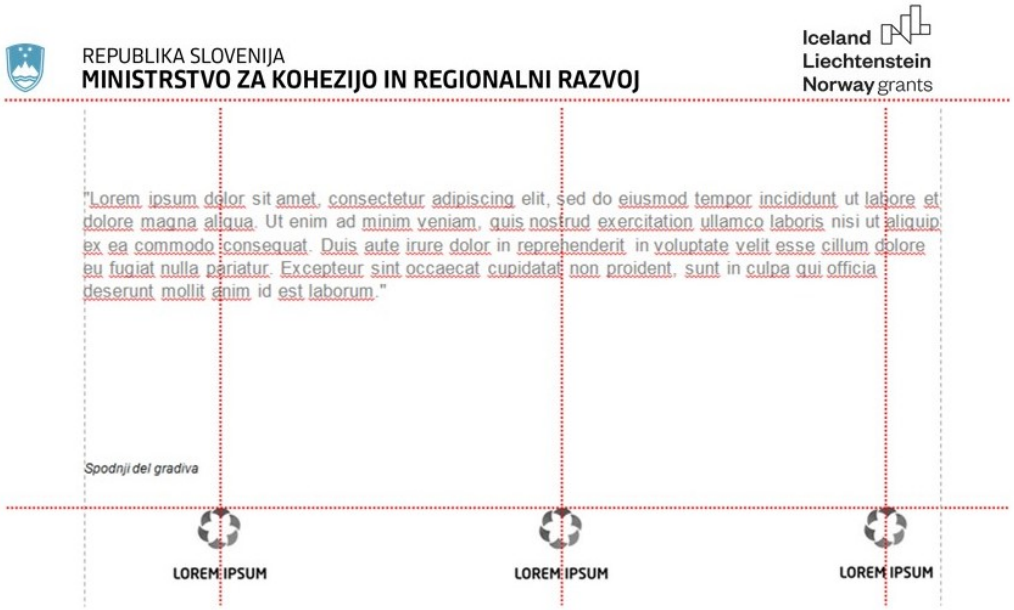
Angleško: REPUBLIC OF SLOVENIA
MINISTRY OF COHESION AND REGIONAL DEVELOPMENT

Logotip MKRR se vedno umesti zgoraj levo, pri čemer se z robom poravna besedilo logotipa (Slika 1 in 2). Obe različici logotipa sta dostopni na spletni strani finančnih mehanizmov (ang. verzija logotipa le na ang. verziji spletne strani).

Poleg zahtevanih se lahko na gradivih projekta uporabi tudi logotip nosilca projekta in projektnih partnerjev. *Oblikovanje logotipa projekta je dovoljeno le v redkih izjemah, ki so opredeljene v Priročniku za komuniciranje in oblikovanje in po predhodni odobritvi Nosilca programa*. Pri uporabi obveznih logotipov v kombinaciji z drugimi logotipi se jasno loči raven sofinanciranja od logotipov institucij vključenih v izvajanje projekta: dodatne logotipe se umesti pod logotipoma MKRR in ustreznega finančnega mehanizma (Slika 1 in 2). Logotipi morajo biti prikazani na prvi strani gradiva ali na drugem enakovredno izpostavljenem mestu. Logotipi morajo biti po velikosti uravnoteženi. Tipografija logotipov je horizontalno poravnana spodaj, vertikalno pa sredinsko (Slika 1 in 2).

Slika 1: Postavitev logotipov: samo zgornji del gradiva

Slika 2: Položaj logotipov: zgornji in spodnji del gradiva



Na manjših promocijskih predmetih (npr. svinčniki, USB ključi) je obvezen le logotip ustreznega finančnega mehanizma. Kadar so na manjših predmetih imena držav na logotipu težko berljiva, je sprejemljiva uporaba le ikone logotipa v povezavi s spletno stranjo finančnih mehanizmov v Republiki Sloveniji, kot je to predvideno v *Priročniku za komuniciranje in oblikovanje.*

4.2 Začasni pano in stalna plošča

V skladu z zahtevami *Priročnika za komuniciranje in oblikovanje* nosilec projekta med izvajanjem projekta na kraj izvajanja postavi začasni pano, če izpolnjuje naslednja pogoja:

- sredstva financiranja projekta presegajo 50.000,00 EUR in
- projekt obsega nakup nepremičnine (tudi obnovo) ali zemljišča in gradnjo.

Najkasneje šest mesecev po zaključku projekta nosilec projekta pano nadomesti z dovolj veliko (vsaj 200 x 300 mm) stalno ploščo, ki stoji na vidnem mestu in je skladna z zahtevami *Priročnika za komuniciranje in oblikovanje*.

4.3 Slogan

Slogan **»Sodelujemo skupaj za zeleno, konkurenčno in vključujočo Evropo«** *(»Working together for a green, competitive and inclusive Europe«)* je temeljno sporočilo finančnih mehanizmov, ki ga uporabljajo vsi vpeti v komuniciranje in obveščanje o finančnih mehanizmih.

Slogan se lahko uporablja skupaj z logotipi, na spletu, družbenih omrežjih, video posnetkih, publikacijah itd. Uporablja se tudi v ustni komunikaciji, kot na primer v govorih in na predstavitvah ter v komunikaciji z novinarji. Slogan se vključi tudi v komunikacijski načrt.

Slogan je fleksibilen in se ga lahko glede na naravo projekta prilagodi:

- Sodelujemo skupaj za zeleno Evropo
- Sodelujemo skupaj za konkurenčno Evropo
- Sodelujemo skupaj za vključujočo Evropo
- Sodelujemo skupaj za zeleno in konkurenčno Evropo
- podobne variacije.

Slogan se uporablja v črni ali beli barvi ali v kombinacijah z zeleno, rdečo in modro barvo kot jih določa podpoglavje 4.4.2 tega dokumenta oz. *Priročnik za komuniciranje in oblikovanje*.

4.4 Ostali grafični elementi

4.4.1 Tipografija

Za zagotavljanje konsistentne vizualne identitete finančnih mehanizmov je določena uporaba pisave Founders Grotesk.

V kolikor ta pisava ni na voljo, se uporablja Arial. Podrobnejša pravila glede pisave so določena v *Priročniku za komuniciranje in oblikovanje*.

4.4.2 Barve

Barve pripomorejo k bolj prepoznavni in igrivi vizualni identiteti. Rdeča in modra predstavljata barve zastav držav donatoric in se uporabljata za označevanje pomembnejših informacij in pomembnejših delov komunikacijskega materiala.

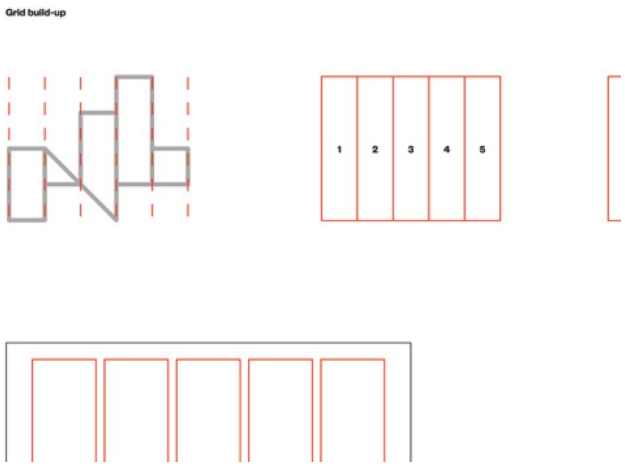
CMYK 0/0/0/0	PMS Hvit	RGB 255/255/255	LAB 100/-0/-0
CMYK 0/0/0/100	PMS Black	RGB 29/29/27	LAB 11/-1/-1
CMYK 100/75/0/20	PMS 287 C	RGB 0/48/150	LAB 26/6/-45
CMYK 0/100/97/70	PMS 485 C	RGB 255/0/22	LAB 49/73/55

Čeprav sta rdeča in modra osrednji barvi v vizualni identiteti pa se lahko pri pripravi brošur, publikacij, videoposnetkov itd. kot tudi na spletni strani, družbenih omrežjih in predstavitvi projektov uporabljajo tudi druge barve.

4.4.3 Mreža

Pri oblikovanju komunikacijskih materialov se upošteva mreža, ki temelji na 5 stolpcih simbola logotipa Finančnega mehanizma EGP (Slika 3). Elementi (slike ali besedilo) lahko prehajajo prek več stolpcev, da se ustvari bolj zanimivo razporeditev. Več o tem je navedeno v *Priročniku za komuniciranje in oblikovanje*.

Slika 3: Mreža stolpcev



4.4.4 Plakati, reklamni panoji, stojala *roll-up*, promocijski material, predstavitve

V *Priročniku za komuniciranje in oblikovanje* so predstavljene osnovne usmeritve pri oblikovanju plakatov, reklamnih panojev in stojal *roll-up*. Predstavljeni so tudi različni primeri promocijskega materiala in primer e-novic.

Power Point predloga predstavitve je dostopna na spletni strani finančnih mehanizmov držav donatoric.

5 Standardna besedila in navedba podpore

Spodnja standardna besedila se lahko uporablja na spletni strani projekta, podstrani ali na profilu na družabnih omrežjih, v različnih publikacijah ali drugem informacijskem gradivu, na zadnji platnici, na koncu sporočil za javnost v delu »Opomba za urednike« ali kjerkoli drugje, kjer je naveden prispevek držav donatoric prek finančnih mehanizmov.

Uporablja se ustrezno standardno besedilo oziroma navedba podpore, glede na to ali je projekt sofinanciran s sredstvi Norveškega finančnega mehanizma ali s sredstvi Finančnega mehanizma EGP. Možno je uporabiti tudi samo del standardnega besedila.

5.1 Standardna besedila

Standardno besedilo 1: Finančni mehanizem EGP

Finančni mehanizem EGP predstavlja prispevek Islandije, Lihtenštajna in Norveške k zeleni, konkurenčni in vključujoči Evropi.

Glavna cilja Finančnega mehanizma EGP sta zmanjšanje gospodarskih in socialnih razlik v Evropi ter krepitev bilateralnih odnosov med državami donatoricami in 15 državami članicami EU v srednji in južni Evropi ter ob Baltiku.

Države donatorice tesno sodelujejo z Evropsko unijo na podlagi Sporazuma o Evropskem gospodarskem prostoru (EGP). V petih zaporednih obdobjih financiranja med letoma 1994 in 2014 so prek finančnih mehanizmov zagotovile sredstva v višini 3,3 milijarde EUR. Skupna višina sredstev v okviru Finančnega mehanizma EGP za obdobje 2014–2021 znaša 1,55 milijarde EUR. Prednostna področja v tem obdobju so naslednja:

#1 inovacije, raziskave, izobraževanje in konkurenčnost;
#2 socialno vključevanje, zaposlovanje mladih in zmanjševanje revščine;
#3 okolje, energija, podnebne spremembe in nizkoogljično gospodarstvo;
#4 kultura, civilna družba, dobro upravljanje ter temeljne pravice in svoboščine;
#5 pravosodje in notranje zadeve.

Finančni mehanizem EGP skupaj financirajo Islandija, Lihtenštajn in Norveška, prispevek vsake od treh držav pa se določi na podlagi njenega BDP.

Upravičenost do sredstev finančnih mehanizmov se določa na podlagi meril, sprejetih za Kohezijski sklad, ki je namenjen državam članicam EU, v katerih bruto nacionalni dohodek na prebivalca znaša manj kot 90 % povprečja EU.

Standardno besedilo 2 – Norveški finančni mehanizem

Norveški finančni mehanizem in Finančni mehanizem EGP predstavljata prispevek Norveške k zeleni, konkurenčni in vključujoči Evropi.

Norveška prek Norveškega finančnega mehanizma in Finančnega mehanizma EGP prispeva k zmanjšanju socialnih in gospodarskih razlik v Evropi ter h krepitvi bilateralnih odnosov z državami upravičenkami v srednji in južni Evropi ter ob Baltiku. Norveška tesno sodeluje z Evropsko unijo na podlagi Sporazuma o Evropskem gospodarskem prostoru (EGP). Skupaj z drugima dvema državama donatoricama je v petih zaporednih obdobjih financiranja med letoma 1994 in 2014 prek finančnih mehanizmov zagotovila sredstva v višini 3,3 milijarde EUR.

Norveški finančni mehanizem, ki ga financira samo Norveška, je namenjen državam, ki so pristopile k Evropski uniji po letu 2003. Skupna višina sredstev v okviru Norveškega finančnega mehanizma v obdobju 2014–2021 znaša 1,25 milijarde EUR. Prednostna področja v tem obdobju so naslednja:

#1 inovacije, raziskave, izobraževanje in konkurenčnost;
#2 socialno vključevanje, zaposlovanje mladih in zmanjševanje revščine;
#3 okolje, energija, podnebne spremembe in nizkoogljično gospodarstvo;
#4 kultura, civilna družba, dobro upravljanje ter temeljne pravice in svoboščine;
#5 pravosodje in notranje zadeve.

5.2 Navedba podpore

Finančni mehanizem EGP

Projekt [naslov projekta] sofinancirajo Islandija, Lihtenštajn in Norveška s sredstvi Finančnega mehanizma EGP v višini [znesek – zaokroženo število]. Namen projekta je [navedite cilj].

Norveški finančni mehanizem

Projekt [naslov projekta] sofinancira Norveška s sredstvi Norveškega finančnega mehanizma v višini [znesek – zaokroženo število]. Namen projekta je [navedite cilj].

5.3 Izjava o omejitvi odgovornosti

Dokumenti/gradiva morajo imeti navedeno tudi izjavo o omejitvi odgovornosti, ki pravi, da vsebina dokumenta/spletne strani ne odraža nujno stališča Nosilca programa:

»Ta [dokument/spletna stran/itd.] je nastal s finančno podporo [Norveškega finančnega mehanizma/Finančnega mehanizma EGP]. Za vsebino tega [dokumenta/spletne strani/itd.] je odgovoren izključno [ime upravičenca] in zanj v nobenem primeru ne velja, da odraža stališča Nosilca programa [Blaženje podnebnih sprememb in prilagajanje nanje/Izobraževanje – krepitev človeških virov].«

6 Družbena omrežja

Zelo priporočljiva je uporaba družbenih omrežij kot so Facebook, Instagram, Twitter ipd. saj gre za zelo dostopno in primerno orodje za doseganje ljudi na spletu. Uporablja se jih lahko za ozaveščanje o projektu, za ustvarjanje razprave ali usmerjanje spletnega prometa na spletno stran projekta.

V kolikor upravičenec kreira projektno stran na družbenih omrežjih, o tem obvesti Nosilca programa. Pri objavah na družbenih omrežjih, v okviru lastne projektne strani ali na že obstoječih profilih institucij naj označi:

- **@EEANorwayGrantsSlovenia**,
- **@EEANorwayGrants**

ter uporablja ustrezne oznake:

#EEANorwayGrantsSlovenia
#EEANorwayGrants
#EEAGrants
#NorwayGrants
#EEAGrantsSlovenia
#NorwayGrantsSlovenia
#ClimateProgramme
#EducationProgramme

7 Fotografsko gradivo, avdio-vizualni materiali in medijska knjižnica

Fotografije, videoposnetki in druga grafika so prodorna orodja, ki poživijo komunikacijo. Dobre fotografije in videoposnetki pritegnejo pozornost ljudi, zato lahko občinstvu na hiter in učinkovit način posredujejo ključna sporočila. Infografika je lahko uporabna za preprost prenos kompleksnih informacij. Vizualna vsebina pa je tudi bistveni del socialnih digitalnih platform.

Upravičence se zato spodbuja k fotodokumentiranju izvajanja projekta in njegovih rezultatov. Zaradi občutljive tematike ali posebnosti tehnične narave je nekatere projekte težje fotografirati kot druge. Upravičenec naj bo kreativen in temu prilagodi fotografije, na primer tako, da ne prikazuje obrazov posameznikov iz ranljivih skupin.

Upravičenec mora upoštevati ustrezno pravno podlago **varstva osebnih podatkov**. Pri fotografiranju ljudi je potrebno pridobiti njihovo **soglasje** in jih informirati o načinu uporabe

fotografij (na spletu, v publikacijah, poročilih, medijih itd.). Posebna previdnost mora biti pri fotografiranje otrok in ranljivih skupin ljudi, pri čemer je morda potrebna pisna privolitev.

Ustrezne fotografije je treba vključiti na spletna mesta in/ali na profilu na družbenih omrežjih. Poleg tega je zelo zaželeno, da se relevantne fotografije naloži[4] tudi v **medijsko knjižnico finančni mehanizmov**.

Priporočeno je tudi, da upravičenec ustrezno poskrbi za dostopnost gradiva za ranljive skupine (uporaba alternativnega besedila na spletu, podnapisi na avdio-vizualnem materialu itd.).

[4] Za kreiranje računa naj upravičenec pošlje e-pošto na info-fmo@efta.int. Več informacij je dostopnih v Priročniku za medijsko knjižnico.