

Priručnik za

Komunikaciju i vidljivost

za vanjske aktivnosti EU




srpanj 2009.

A stylized map of Europe in a light yellow color, overlaid with four larger, semi-transparent gold stars arranged in a vertical line. The stars are positioned at the top, middle, and bottom of the map, with one star centered over the Balkans region.

Priručnik za komunikaciju i vidljivost za vanjske aktivnosti EU

srpanj 2009. godine



Europska komisija
EuropeAid Cooperation Office

Rue de la Loi 41, B-1049 Bruxelles
Fax: 32-2 299 64 07
E-mail: europeaid-info@ec.europa.eu
Internet
<http://ec.europa.eu>
<http://ec.europa.eu/europeaid>

izdanje iz srpnja 2009.

Izdavač za RH:

Središnji državni ured za razvojnu strategiju i koordinaciju fondova EU
Tiskano uz financijsku potporu Delegacije Europske unije u Republici Hrvatskoj

NAKLADA:
1500 komada

ISBN:
978-953-7443-13-9

CIP zapis dostupan u računalnom katalogu Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu pod brojem 752624.

SADRŽAJ

Predgovor Priručniku za komunikaciju i vidljivost	5
DODATAK PRIRUČNIKU ZA KOMUNIKACIJU I VIDLJIVOST ZA VANJSKE AKTIVNOSTI EU – PROJEKTI FINANCIRANI IZ EU FONDOVA UNUTAR DECENTRALIZIRANOG SUSTAVA PROVEDBE (ENG. DECENTRALISED IMPLEMENTATION SYSTEM – DIS)	7
1. UVOD	11
2. KOMUNIKACIJA I VIDLJIVOST: VODIČ KORAK PO KORAK	13
2.1. Prikladna vidljivost	13
2.2. Ključna publika i ciljne skupine	13
2.3. Planovi za komunikaciju i vidljivost	14
2.3.1. Predložak Plana za komunikaciju i vidljivost	14
2.3.2. Proračun za komunikaciju	15
2.3.3. Nacrt i provedba plana	16
2.3.4. Izvještavanje	16
3. MEĐUNARODNE ORGANIZACIJE	17
3.1. Uvod	17
3.2. Organizacije, fondovi i programi Ujedinjenih naroda i asimiliranih entiteta (UN AFPs)	17
3.2.1. Pozadina i postojeći okvir za suradnju	17
3.2.2. Operativni kriteriji primjenjivi na aktivnosti u svezi komunikacije i vidljivosti koje poduzimaju Ujedinjeni narodi i Europska komisija	18
3.2.3. Aktivnosti u svezi komunikacije i vidljivosti	19
3.3. Grupa Svjetske banke	20
3.3.1. Pozadina i postojeći okvir za suradnju	20
3.3.2. Financijski instrumenti i uloge	20
3.3.3. Prikladne aktivnosti komunikacije i vidljivosti	21
4. PRILAGODBA PLANA KOMUNIKACIJE I VIDLJIVOSTI PROJEKTU	25
4.1. Osnove	25
4.2. Ostale komunikacijske aktivnosti	26
4.2.1. Priopćenja za javnost	26
4.2.2. Konferencije za medije	27
4.2.3. Posjete novinara	27
4.2.4. Letci, brošure i bilteni (<i>Newsletter</i> -i)	27
4.2.5. Internetske stranice	28
4.2.6. Panoi	29
4.2.7. Spomen ploče	29
4.2.8. <i>Banner</i> -i	29
4.2.9. Vozila, materijali i oprema	29

4.2.10. Promotivni materijali	30
4.2.11. Fotografije	30
4.2.12. Audiovizualne produkcije	31
4.2.13. Javna događanja i posjete	31
4.2.14. Informativne kampanje	32
4.3. Vidljivost prikladna za pojedine tipove projekata	32
4.3.1. Pružanje usluge nabave i opremanja	32
4.3.2. Projekti u svezi infrastrukture	32
4.3.3. Tehnička pomoć i studije	33
4.3.4. Bespovratna sredstva	33
4.3.5. Potpora proračunu	33
5. IZVJEŠTAVANJE	35
6. DODATNE INFORMACIJE	37
PRILOG 1. KOMUNIKACIJSKA MATRICA: KAKO I KADA KOMUNICIRATI KOMU I ŠTO?	39
PRILOG 2. ELEMENTI VIZUALNOG IDENTITETA EU	41
1. Zastava EU	41
2. Geometrijski opis	41
3. Boje	42
4. Pozadine	42
5. Izmjene i dodaci	43
6. Isključenje odgovornosti	43
7. Internetske stranice	43
8. EU vidljivost nakon završetka projekta	43
PRILOG 3. PREDLOŠCI KOMUNIKACIJSKIH PROIZVODA	44
1. Priopćenja za javnost	44
2. Letci	45
3. Brošure	46
4. Bilteni (<i>Newsletter-i</i>)	47
5. Panoi	48
6. <i>Banner-i</i>	48
7. Spomen ploče	49
8. Natpisi za vozila	49
9. Promotivni materijali	51
PRILOG 4. DEFINICIJE I OPĆE PORUKE	52
1. Opće poruke	52
2. Definicija Europske unije i njenih institucija	52
Europska unija	53
Europska zajednica	53
Europski parlament	53
Vijeće Europske unije	53
Europska komisija	54
Europski sud pravde	54
Europski revizorski sud	54
Ostale institucije	54

Predgovor Priručniku za komunikaciju i vidljivost

Dragi čitatelji,

Zadovoljstvo mi je predstaviti drugo hrvatsko izdanje Priručnika za komunikaciju i vidljivost za vanjske aktivnosti EU, koji je izradila Europska komisija u srpnju 2009. godine, a prilagodbu s engleskog originala je pripremio Središnji državni ured za razvojnu strategiju i koordinaciju fondova EU uz potporu Delegacije Europske unije u Republici Hrvatskoj.


Sukladno zahtjevima Europske komisije, proces korištenja sredstava iz fondova EU mora biti jasan i transparentan, kao i načini obilježavanja aktivnosti vezanih za promociju određenog EU projekta. Upravo iz razloga da se korisnicima projekta olakša način promocije EU projekata, Europska komisija izradila je ovaj Priručnik koji na razumljiv način objašnjava kako troškovi i koristi od EU projekata moraju biti jasni i vidljivi onima koji za njihovu provedbu plaćaju, kao i onima koji će od tih aktivnosti imati izravne koristi. Svaki projekt financiran iz EU sredstava mora uključivati informativne i komunikacijske aktivnosti koje podižu razinu svijesti o razlozima provedbe određenog projekta.

Iako se i svako trošenje sredstava iz domene javnih financija provodi na transparentan način, to posebno vrijedi za provedbu programa i projekata financiranih iz zajedničkog proračuna Europske unije, gdje je transparentnost neizostavni koncept unutar svakog procesa. Provedba aktivnosti iz područja informiranja i vidljivosti dodatno potiče sustav s većom transparentnosti, a navedene aktivnosti, planirane kroz komunikacijske strategije, moraju biti usmjerene na potrebe krajnjih korisnika, odnosno stanovnika pojedine zemlje.

Dodatno, ovaj Priručnik uključuje Dodatak u kojem se navode odgovornosti institucija korisnica čiji se projekti u cijelosti ili djelomično financiraju sredstvima Europske unije u okviru Decentraliziranog sustava provedbe (DIS), te su stoga i odgovorne za izradu i provedbu informacijskih i komunikacijskih aktivnosti osmišljenih s ciljem promocije projekata i njihovog šireg utjecaja na hrvatsku javnost.

Nadamo se da ćete naći sve potrebne odgovore o načinima i procedurama kako što kvalitetnije informirati hrvatsku javnost o korisnosti projekata financiranih iz EU fondova.

Hrvoje Dolenc
Državni tajnik



DODATAK PRIRUČNIKU ZA KOMUNIKACIJU I VIDLJIVOST ZA VANJSKE AKTIVNOSTI EU - PROJEKTI FINANCIRANI IZ EU FONDOVA UNUTAR DECENTRALIZIRANOG SUSTAVA PROVEDBE (eng. *Decentralised Implementation System – DIS*)

I. Uvod

Ove smjernice osmišljene su kao nadopuna poglavlju 3.3.5. Praktičnog vodiča kroz procedure ugovaranja pomoći EZ trećim zemljama (eng. *Practical Guide to Contract Procedures for EC External Actions*) i Priručnika za komunikaciju i vidljivost za vanjske aktivnosti EU (eng. *Communication and Visibility Manual for EU External Actions*) odnosno kako bi se osiguralo da sve aktivnosti koje se u cijelosti ili djelomično financiraju sredstvima Europske unije (EU) u okviru Decentraliziranog sustava provedbe (DIS) uključuju informacije i komunikacijske aktivnosti osmišljene radi podizanja značaja takvih aktivnosti, njihove namjene i utjecaja u Republici Hrvatskoj.

Priručnik za vanjske aktivnosti EU koji je objavila Europska komisija dostupan je na Internetskoj stranici:

http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/documents/communication_and_visibility_manual_en.pdf

Odredbe koje se nalaze u Priručniku za komunikaciju i vidljivost za vanjske aktivnosti EU i u ovom Dodatku su **obvezatne** za sve korisnike sredstava – organizacije / institucije, ugovaratelje, javna ili privatna tijela i međunarodne organizacije koje koriste financijsku podršku EU i za svaki drugi subjekt koji provodi aktivnost financiranu u cijelosti ili djelomično sredstvima EU. Za potrebe ovog Priručnika za takve će se subjekte koristiti izraz "treća strana".

Ove smjernice se primjenjuju od 1. veljače 2011. godine.

II. Smjernice

1. Imajući na umu metodu decentralizirane provedbe koja se koristi u Republici Hrvatskoj, sve provedbene agencije započinju funkcije predviđene u Priručniku za komunikaciju i vidljivost za vanjske aktivnosti EU. Treća strana će stoga obavijestiti Ugovaratelja (eng. Contracting Authority; CA) o aktivnostima komunikacije i vidljivosti pokrenutima u okviru ugovora financiranih sredstvima EU. Službenik za odnose s javnošću i Voditelj projekta kod Ugovaratelja trebaju potvrditi usklađenost između predloženih aktivnosti vidljivosti i komunikacije i postojećih smjernica. U slučaju nejasne interpretacije, treća strana treba u prvom redu kontaktirati Ugovaratelja s ciljem potvrđivanja usklađenosti takve aktivnosti s odredbama navedenima u Priručniku za komunikaciju i vidljivost za vanjske aktivnosti EU.
2. Jedino u slučaju potrebe za daljnjim smjernicama ili tumačenjem određene odredbe, SAFU / Ugovaratelj će se savjetovati sa Delegacijom Europske unije u Republici Hrvatskoj.
3. Ugovaratelj se obvezuje razvijati, održavati i objedinjavati plan za sve aktivnosti informiranja i komunikacije koje proizlaze iz projekata financiranih sredstvima EU te redovito obavještavati i raspravljati o navedenoj tematici s Odjelom za tisak i informiranje Delegacije Europske unije u Republici Hrvatskoj. Ovo se posebno odnosi na veće informativne i medijske kampanje, audio-vizualne proizvode i sl.
4. Delegacija Europske unije u Republici Hrvatskoj može unaprijed zatražiti materijal pripremljen za aktivnosti vidljivosti kako bi dala primjedbe na predloženo ili može tražiti aktivno sudjelovanje u pripremi i provedbi događanja, posebno onih u kojima je informativna kampanja od velikog značaja ili u događanjima na kojima će prisustvovati predstavnici Europske unije. U tom će slučaju Ugovaratelj proslijediti tražene dokumente i informacije te ih uskladiti sa eventualnim zahtjevima o izmjenama. Materijal se treba dostaviti **najmanje pet (5) radnih dana unaprijed** kako bi se osiguralo dovoljno vremena za prilagođavanje materijala komentarima Delegacije Europske unije¹.
5. Određenu količinu svih projektnih materijala koji se odnose na vidljivost/informiranje treba dostaviti u Informativni centar Europske unije pri Delegaciji Europske unije u Republici Hrvatskoj.
6. Svaka komponenta IPA-e (Instrument for Pre-Accession Assistance) može detaljnije razvijati naputke za vidljivost (npr. kao u slučaju komponente IPA IV), ali u tom slučaju naputke treba uskladiti sa Delegacijom Europske unije te svaki naputak treba u potpunosti odražavati odredbe ovog Dodatka.
7. Za *twinning* projekte koriste se Smjernice i predlošci za vidljivost za *twinning* projekte (eng. *Twinning project visibility guideline and templates*) koje se nalazi na internetskoj stranici: <http://www.delhrv.ec.europa.eu/?lang=en&content=86>

¹ Delegacija Europske unije u Republici Hrvatskoj može zatražiti da joj subjekt zadužen za proizvodnju takvog materijala (npr. podugovaratelji, timovi tehničke pomoći i sl.) izravno dostavi materijal na uvid.



1. UVOD

Ovaj Priručnik je sastavljen kako bi se osiguralo da projekti koje djelomično ili u cijelosti financira Europska unija (EU) uključuju informativne i komunikacijske aktivnosti osmišljene za podizanje svijesti specifične ili opće javnosti o razlozima za određeni projekt te o potpori EU projektu u državi ili regiji u kojoj se izvodi, kao i o rezultatima i učinku ove podrške.

Priručnik uglavnom pokriva pisani i vizualni identitet EU. Definira zahtjeve i smjernice u svezi priopćenja, pisanog materijala, konferencija za medije, prezentacija, pozivnica, oznaka, spomen ploča i svih ostalih komunikacijskih alata korištenih u svrhu isticanja sudjelovanja EU. Osim toga, Priručnik nudi alate osmišljene za omogućavanje razvoja dinamične komunikacijske strategije koja će istaknuti rezultate potpore EU.

Ovaj Priručnik sadrži i obvezne zahtjeve postavljene svim izvođačima i partnerima u provedbi u okviru ugovora i sporazuma o financiranju, koji se odnose isključivo na njih, bilo da ih je potpisala Europska komisija ili koje drugo ugovaračko tijelo. U svim drugim slučajevima, Priručnik je osmišljen samo kako bi pružio smjernice, ako nije drugačije naznačeno. U svim slučajevima važeće su odredbe pojedinačnih ugovora, sporazuma o financiranju ili sporazuma o doprinosu.

Povrh i iznad osnovnih elemenata statičke vidljivosti i informacija, a imajući u vidu kontekst svakog pojedinog projekta, izvođače, partnere u provedbi i međunarodne organizacije¹ potiče se da, gdje god to raspoloživi proračun i resursi dozvoljavaju, izrade Plan vidljivosti i komunikacije koji će, na dinamičan način, naglasiti utjecaj potpore EU. Ovo može zahtijevati zapošljavanje vanjskih stručnih suradnika.

Nadalje, potrebno je razjasniti da se pojmovi korišteni u ovom Priručniku ne odnose na «Komunikaciju za razvoj» (koja se može definirati kao «društveni proces utemeljen na dijalogu koji koristi široki spektar alata i metoda. Taj proces također traži promjenu na različitim razinama, uključujući slušanje, izgradnju povjerenja, dijeljenje znanja i vještina, kreiranje politike, raspravu i učenje o održivoj i sadržajnoj promjeni. Ne radi se o odnosima s javnošću niti o korporativnoj komunikaciji»²). Ovi se elementi svakako moraju uzeti u obzir pri započinjanju i provedbi projekta, a mogu se financirati iz proračuna za komunikaciju i vidljivost projekta, ali ne spadaju u okvir zadataka ovog Priručnika.³

Sve aktivnosti u svezi komunikacije i vidljivosti trebaju biti provedene u suradnji s nadležnom Delegacijom Europske unije ili mjerodavnim odjelom Europske komisije.

Ovaj Priručnik zamjenjuje EU Smjernice o vidljivosti za vanjske aktivnosti (rujan 2005. godine).

1 Poglavlje 3. ovog Priručnika o međunarodnim organizacijama podrazumijeva organizacije Ujedinjenih naroda i Grupe Svjetske banke, koje su svaka zasebno sa Europskom komisijom potpisale sporazume za komunikaciju i vidljivost (vidi poglavlje 3.)

2 Definicija preuzeta iz "Rimskog konsenzusa. Komunikacija za razvoj: nositelj razvoja i promjene". Sudionici – Svjetski kongres o komunikaciji za razvoj, Rim – Italija, 27. listopada 2006. godine

3 Za više informacija, vidi (inter alia): www.devcomm-congress.org/

2. KOMUNIKACIJA I VIDLJIVOST: VODIČ KORAK PO KORAK

2.1. Prikladna vidljivost

U svim aktivnostima (projektima, programima i slično) komunikacijske aktivnosti trebaju biti ispravno isplanirane.

Komunikacija se treba usredotočiti na razvoj s EU kao partnerom te na postignuća i učinak aktivnosti, a ne na administrativne ili proceduralne prekretnice. Kako bi se maksimalno iskoristio učinak komunikacijskih napora:

- Aktivnosti se poduzimaju pravovremeno
- Korištene informacije trebaju biti točne
- Aktivnosti se trebaju usko koordinirati s Europskom komisijom
- Potrebno je odabrati pravu ciljnu skupinu(e)
- Poruke moraju biti od interesa za ciljnu skupinu(e)
- Aktivnosti moraju biti prikladne u smislu potrošenih resursa i očekivanog učinka.

Osim toga, u svakom bi planu trebalo ostaviti prostora za iskorištavanje dobre prilike. Dobar komunikacijski refleks i sposobnost iskorištavanja neočekivanih prilika za dobrobit aktivnosti često su jednako važni kao i formalniji naponi, a isto tako često mogu biti i besplatni. Tamo gdje se pojave takve prilike, one trebaju biti iskorištene. Plan komunikacije i vidljivosti za bilo koju aktivnost trebao bi težiti maksimalnoj sinergiji sa sveobuhvatnom strategijom vidljivosti Delegacije EU (ili nadležnog odjela Delegacije) i, u slučaju UN-a, nadležne organizacije UN-a.

2.2. Ključna publika i ciljne skupine

U interesu uspješne komunikacije, ciljna publika treba biti jasno definirana u planovima za komunikaciju i vidljivost. Publika treba uključivati tvorce javnog mnijenja i utjecajne osobe, kao i one, uz vladu i medije, koji su dionici aktivnosti ili su njezini korisnici.

Izvođači, partneri u provedbi i međunarodne organizacije trebali bi usmjeriti svoje planove za komunikaciju i vidljivost u državi korisnici prema onima za koje će učinak aktivnosti biti najočitiji i najizravnije relevantan.

Koliko to god financije, žurnost, narav i kontekst aktivnosti dozvoljavaju, međunarodne bi organizacije trebale u svoje Planove za komunikaciju i vidljivost uključiti publiku unutar EU, naročito tvorce javnog mnijenja i «elitnu» publiku angažiranu na polju međunarodne suradnje.

2.3. Planovi za komunikaciju i vidljivost

2.3.1. Predložak Plana za komunikaciju i vidljivost

Plan komunikacije i vidljivosti treba biti uključen u proračun radnog plana svakog projekta koji je djelomično ili u potpunosti financiran od strane EU te isticati vanjske komunikacijske aktivnosti koje se moraju dogoditi u ključnim fazama projektnog ciklusa. Razina detaljnosti trebala bi biti razmjerna značajkama, opsegu i cijeni predviđenih komunikacijskih aktivnosti.

Izvođači, partneri u provedbi ili međunarodne organizacije trebaju izraditi Plan komunikacije i vidljivosti koji se treba uskladiti sa službenicima Delegacije Europske unije koji upravljaju projektom te trebaju usko surađivati s osobljem Delegacije Europske unije odgovornim za komunikacijske aktivnosti.

U slučajevima kada se razmatra Plan za komunikaciju i vidljivost, sljedeći će predložak biti od koristi.⁴ U načelu, trebao bi se temeljiti na provedbenom odjeljku matrice vidljivosti (vidi Prilog 1.). Matrica vidljivosti je jednostavni alat osmišljen kako bi ponudio osnovne smjernice vezane uz glavne elemente komunikacijskih aktivnosti tijekom različitih faza projektnog ciklusa.

Predložak Plana za komunikaciju i vidljivost

OPĆA STRATEGIJA ZA KOMUNIKACIJU

Ciljevi

1. Sveobuhvatni komunikacijski ciljevi

2. Ciljne skupine

- Unutar zemlje/a u kojoj/ima se provodi projekt
- Unutar EU (prema potrebi)

3. Specifični komunikacijski ciljevi za svaku ciljnu skupinu, vezani uz ciljeve projekta i etape projektnog ciklusa

Primjeri komunikacijskih ciljeva:

- osigurati da je korisnička populacija svjesna uloga partnera i EU u aktivnosti
- podići svijest unutar populacije zemlje korisnice ili u Europi o ulogama partnera i EU u isporuci pomoći u određenom kontekstu
- podići svijest o tome kako EU i partner rade zajedno na potpori obrazovanja, zdravlja, očuvanja okoliša, itd.

KOMUNIKACIJSKE AKTIVNOSTI

4. Glavne aktivnosti koje će se provoditi tijekom razdoblja pokrivenog Planom za komunikaciju i vidljivost

Uključiti detalje o:

- značajkama aktivnosti
- odgovornostima za provedbu aktivnosti

⁴ Za međunarodne organizacije vidi poglavlje 3.3.

5. Odabrani komunikacijski alati

- Uključiti podatke o prednostima pojedinih alata (mediji, oglašavanje, događanja itd.) u lokalnom kontekstu

POKAZATELJI POSTIGNUĆA⁵

6. Izvršenje komunikacijskih ciljeva

- Uključiti pokazatelje postignuća za različite predložene alate

7. Zahtjevi za dobivanje povratnih informacija (prema potrebi)

- Detalji o formularima za procjenu ili o drugim sredstvima korištenim za dobivanje povratnih informacija o projektu od sudionika

RESURSI

8. Ljudski resursi

Broj osoba/dana potrebnih za provedbu komunikacijskih aktivnosti

Članovi upravljačkog tima odgovorni za komunikacijske aktivnosti

9. Financijski resursi

Proračun potreban za provedbu komunikacijskih aktivnosti (u apsolutnim iznosima i kao postotak cjelokupnog proračuna aktivnosti)

2.3.2. Proračun za komunikaciju

Novac potreban za komunikacijske aktivnosti treba biti uključen u svaki sporazum o financiranju, ugovor ili sporazum o doprinosu, i treba biti vidljiv u odgovarajućem radnom dokumentu (npr. godišnjem planu rada, «*devis programme*» i sl.).

Proračun za komunikaciju mora biti dovoljan kako bi postigao stvarni učinak te odražavao veličinu pa s tim u vezi i vjerojatni učinak aktivnosti. Točan iznos rezerviran za komunikaciju mora biti usuglašen s Komisijom na temelju kontekstualnih te ostalih faktora vezanih uz projekt.

Moguće su i situacije u kojima sporazum o financiranju ili sporazum o doprinosu ne uključuju definirani iznos unutar proračuna za aktivnosti vidljivosti. U ovakvim slučajevima, i u konzultaciji s Komisijom, trebao bi se odrediti minimalni iznos od 1.000 EUR za osnovne predmete vidljivosti (npr. naljepnice i drugi materijal vizualnog identiteta).

⁵ Dosljedni pokazatelji postignuća koji su utvrđeni u logičkoj matrici projekta.

2.3.3. Nacrt i provedba plana

Dok sâm Plan treba biti usuglašen s Komisijom, dužnosnici zemlje partnera i ostali partneri (npr. ostali donatori) možda će se trebati uključiti u proces, kako bi se osigurala komplementarnost napora. Pri osmišljavanju komunikacijskih aktivnosti, koje će se financirati u sklopu operativnog sporazuma, dužnosnici EU-a i partnerske organizacije trebaju u obzir uzeti sljedeće:

- Izabrane komunikacijske metode i prenesene poruke moraju biti kompatibilne s prevladavajućim društvenim ili vjerskim normama na području na kojem se izvodi komunikacijska aktivnost
- Aktivnosti moraju poštivati lokalno okruženje
- U svim se komunikacijskim aktivnostima mora koristiti lokalni jezik/jezici što je više moguće

Za provedbu komunikacijskih aktivnosti moguće je tražiti i vanjske stručne suradnike, čiji će se rad financirati iz proračuna projekta.

Manje programe može izvesti direktno partner uz podršku Komisije (opskrba brošurama, pomoć pri kontaktima s medijima, itd.)

U svakom slučaju, prilikom izrade Planova za komunikaciju i vidljivost trebaju se pažljivo procijeniti resursi (ljudski, financijski, itd.) potrebni za provedbu aktivnosti.

Promjene u planovima u svezi komunikacije i vidljivosti trebaju biti usuglašene s Komisijom.

2.3.4. Izvještavanje

U izvještavanju prevladavaju standardni zahtjevi za izvještavanjem predviđeni odredbama specifičnih ugovora, sporazuma o financiranju i sporazuma o doprinosu. Ovi izvještaji trebaju sadržavati podatke o tijeku aktivnosti koje se odnose na vidljivost.

3. MEĐUNARODNE ORGANIZACIJE

3.1. Uvod

Ovo poglavlje odnosi se na specifične aspekte komunikacije i vidljivosti u okviru suradnje EK s međunarodnim organizacijama, prvenstveno s Ujedinjenim narodima i Svjetskom bankom, koji su potpisali određene sporazume u ovim područjima. Ono ne odražava samo složenije okruženje multidonatorske koordinacije, već i posebnu ulogu glavnih partnerskih međunarodnih organizacija, kao i posvećenost EK multilateralizmu.

3.2. Organizacije, fondovi i programi Ujedinjenih naroda i asimiliranih entiteta (UN AFPs)

3.2.1. Pozadina i postojeći okvir za suradnju

Ujedinjeni narodi i Europska komisija razvili su snažno partnerstvo u provođenju zajedničkih humanitarnih i razvojnih ciljeva. Ovi su ciljevi definirani njihovom strateškom politikom i programskim okvirima. I UN i Komisija posvećeni su povećavanju učinkovitosti pomoći u skladu s principima Pariške deklaracije.

Značajke njihovog odnosa te njihov utjecaj na svrhu i način na koji se izvode aktivnosti u svezi komunikacije i vidljivosti, mogu se naći u Zajedničkom akcijskom planu za vidljivost (*Joint Visibility Action Plan*), kojeg su u rujnu 2006. godine potpisali povjerenica EK za vanjske poslove, Benita Ferrero-Waldner i zamjenik tajnika UN-a, general Mark Malloch Brown. Akcijski plan naglašava zajedničku predanost kako bi se rezultati partnerstva između UN-a i Komisije predstavili svim korisnicima i vanjskim dionicima u interesu transparentnosti pri korištenju javnih fondova te kao sredstvo unapređivanja globalne solidarnosti.

Veza između fondova UN-a i Europske komisije uređena je Okvirnim sporazumom za financiranje i administraciju (2003 *Financial and Administrative Framework Agreement* - FAFA). Ovaj Sporazum je primjenjiv na sve Glavne uprave Europske komisije kao i na sve organizacije UN-a koje su ga potpisale i definira pravne obveze u svezi niza aspekata, uključujući i vidljivost. Konkretno, Čl. 11. FAFA-e definira pravne obveze UN-a u svezi vidljivosti. Njegov se prošireni sadržaj ponavlja u čl. 6. Općih uvjeta primjenjivih na sporazume o doprinosu Europske Zajednice s međunarodnim organizacijama.

Čl. 11. FAFA-e i čl. 6. Općih uvjeta jasno naznačuju da organizacije UN-a moraju poduzeti sve prikladne mjere kako bi objavile činjenicu da je određena aktivnost financirana od strane

Europske unije. Ovi članci također nude osnovne smjernice u svezi ciljne publike i alata vidljivosti te definiraju ispravnu proceduru u svezi s veličinom i istaknutošću priznanja, isključenja odgovornosti na publikacijama UN-a te u svezi sa zahtjevima za vidljivost u odnosu na opremu kupljenu doprinosom EK. Ostala poglavlja ovog Priručnika sadržavaju reference na relevantne odredbe FAFA-e i sporazuma o doprinosu.

Prihvatljivi troškovi u svezi komunikacije i vidljivosti navedeni su u odjeljku 3 FAFA-e i čl. 14. Općih uvjeta.

3.2.2. Operativni kriteriji primjenjivi na aktivnosti u svezi komunikacije i vidljivosti koje poduzimaju Ujedinjeni narodi i Europska komisija

Kako je usuglašeno Zajedničkim akcijskim planom za vidljivost, glavni je cilj aktivnosti u svezi vidljivosti iznošenje «pozitivnih rezultata partnerstva». Osim na ulazne podatke, aktivnosti u svezi vidljivosti trebaju se usredotočiti na neposredne rezultate i učinak rezultata aktivnosti.

U okviru početne faze projekta, organizacija UN-a koja provodi aktivnost i Delegacija EU trebaju raspraviti i usuglasiti plan komunikacije i vidljivosti koji će naglasiti odgovarajuće komunikacijske aktivnosti (vidi poglavlje 2.). Po usuglašavanju, organizacija UN-a izvjestit će o provedbi plana u sklopu standardnih zahtjeva za izvještavanjem predviđenih u svakom pojedinom Sporazumu o doprinosu.

Pri sastavljanju sporazuma o doprinosu, i organizacija UN-a i EK trebaju usuglasiti prikladan iznos koji će se uključiti u proračun kao stavka naslovljena «Aktivnosti u svezi vidljivosti».

Pri određivanju prikladnih aktivnosti u svezi komunikacije i vidljivosti, u obzir će se uzeti i sljedeći važeći kriteriji:

- **Visina i udio financijske potpore Komisije**

Europska komisija prepoznaje činjenicu da aktivnosti vidljivosti trebaju uzeti u obzir i odražavati višestranu prirodu multidonatorskih sporazuma, čak i kada naglašavaju partnerstvo s Komisijom. U slučaju kada je doprinos Komisije dio višedonatorske aktivnosti ili je usmjeren kroz UN-ovu Zakladu (*eng. Trust Fund*) osnovanu za globalne, regionalne ili inicijative široke tematike, ili tamo gdje nije, zbog razumljivih razloga, moguće ili prikladno identificirati aktivnosti financirane od strane EU, Europska komisija je suglasna da će prikladna vidljivost njezinog doprinosa biti ostvarena unutar konteksta šire vidljivosti i komunikacije osmišljene za cjelokupnu inicijativu. O ovom će pitanju raspravljati organizacija Ujedinjenih naroda i Europska komisija iz slučaja u slučaj, tijekom početne faze aktivnosti, a rezultati će biti vidljivi u Sporazumu o doprinosu.

- **Žurnost**

Ondje gdje je predviđena brza intervencija kao odgovor na nagle krize, organizacije UN-a ne moraju odmah pripremati cijeli Plan za komunikaciju i vidljivost. Agencije UN-a ipak bi trebale osigurati da se, u takvim slučajevima, potpora Komisije njihovom projektu od početka prikazuje na prikladan način za tu aktivnost. Razumije se da će se i u takvim slučajevima

nastaviti poštovati odredbe FAFA-e i Općih uvjeta, osim ako nije drugačije usuglašeno među partnerima. Treba napomenuti da, u kontekstu njihovog humanitarnog partnerstva, agencije UN-a i Komisija mogu usvojiti specifične pristupe vidljivosti i komunikaciji kako bi očuvale jasan identitet nepristranih operacija humanitarne pomoći baziranih isključivo na potrebama.

- **Značajke projekta**

Plan komunikacije i vidljivosti trebao bi biti prilagođen naravi projekta. Tematsko područje i zemljopisni opseg projekta trebaju definirati parametre aktivnosti za vidljivost. Primjerice, projekti u svezi koordinacije, sigurnosti i sl., najvjerojatnije neće zahtijevati veliku komponentu vidljivosti, ukoliko uopće bude potrebna takva aktivnost.

- **Ostale okolnosti**

Faktori kao što su nesigurnost ili lokalne političke osjetljivosti mogu ograničiti informativne aktivnosti u pojedinim kriznim zonama, a u ekstremnim slučajevima može biti potrebno potpuno izbaciti komponentu vidljivosti. Neke aktivnosti zahtijevaju visoku razinu političke neutralnosti. U ovim slučajevima, ciljne skupine i alati vidljivosti odabrati će se u skladu s onim što je prikladno, uz savjetovanje i suglasnosti s Delegacijom Europske unije. Kada standardni postupci u svezi vidljivosti nisu mogući zbog sigurnosnih razloga, zahtjevi za vidljivošću biti će zanemareni, ili će se, tamo gdje je moguće, pronaći alternativna rješenja (npr. komunikacijske aktivnosti u zemljama članicama EU).

3.2.3. Aktivnosti u svezi komunikacije i vidljivosti

Popis specifičnih aktivnosti koje se, ovisno o okolnostima, mogu provoditi, nalazi se u poglavlju 5. ovog Priručnika. U praksi, izbor najučinkovitijih i najprikladnijih modaliteta ovisit će o visini i udjelu financijske potpore EK te o žurnosti, značajkama i kontekstu aktivnosti kako je navedeno u odjeljku 3.3.

Osim komunikacijskih aktivnosti vezanih uz određene projekte, kada god je to moguće, komunikacija i vidljivost trebaju imati strateški karakter i biti izgrađene na skupinama projekata i programa šireg opsega, usredotočujući se na one projekte koji imaju veće mogućnosti privlačenja ciljne publike. Na primjer, kada u jednoj zemlji ili regiji postoji veći broj programa financiranih od strane Komisije ili programa koji pokrivaju zajedničku temu, može se predvidjeti, ovisno o prethodnom dogovoru s Komisijom, korištenje proračuna za komunikaciju i vidljivost svih pojedinih projekata kako bi se ostvario sveobuhvatniji komunikacijski program i postigao snažniji učinak. Međutim, i ovakav bi dogovor još uvijek zahtijevao izvještavanje na razini svakog pojedinog projekta.

Koliko je to moguće, agencije UN-a trebaju identificirati potencijalna područja na kojima bi se mogla tražiti šira komunikacija strateške prirode, koristeći pritom različite sporazume o strateškom partnerstvu između UN-a i EK kao smjernice. O ovim prijedlozima potrebno je informirati i nadležne dužnosnike EK i UN-a u Bruxellesu.

3.3. Grupa Svjetske banke

3.3.1. Pozadina i postojeći okvir za suradnju

U slučaju Svjetske banke (WB), naša suradnja je također poduprta snažnim političkim odredbama. *Limelette* proces, godišnja izvješća o koordinaciji i suradnja između djelatnika Europske komisije i Svjetske banke predstavljaju forum za daljnje unapređenje ovog odnosa. Zajednička zaklada Europske komisije i Svjetske banke i Okvirni sporazum o sufinanciranju (Okvirni sporazum), potpisani 20. ožujka 2009. godine, navode rokove i uvjete prema kojima surađuju Europska komisija i Svjetska banka prilikom financiranja razvojnih projekata, programa i ostalih aktivnosti putem ove zaklade i ostalih izvora. U čl. 8., stavak 4. Okvirnog sporazuma nalaze se odredbe koje se odnose na vidljivost. Europska komisija i Svjetska banka potpisale su 27. svibnja 2009. godine Zajednički priručnik za vidljivost (eng. *Joint Visibility Guidelines*) čije se odredbe trebaju primjenjivati zajedno sa odredbama o vidljivosti koje se nalaze unutar Okvirnog sporazuma, a međusobno se nadopunjuju. Radne odredbe Zajedničkog priručnika za vidljivost uključene su u ovaj Priručnik.

3.3.2. Financijski instrumenti i uloge

Okvirni sporazum predviđa da Europska komisija može osigurati sredstva za zaklade kojima upravlja Svjetska banka (vidi čl. 2.). U ostalim slučajevima, Europska komisija predviđa usporedno financiranje (eng. „*parallel to*“) koje se usmjerava direktno prema vladama zemalja u razvoju, ali je ovakvo financiranje usko vezano uz aktivnosti koje podupire Svjetska banka (eng. „*parallel co-financing*“, vidi čl. 6.).

Zaklade kojima upravlja Svjetska banka mogu se podijeliti u tri skupine: *Recipient-Executed Trust Funds (RETFs⁶)*; *Bank Executed Trust Funds (BETFs⁷)* i Zaklada za financijsko posredovanje (eng. *Financial Intermediary Funds - FIFs*), kako je definirano u čl. 1. Okvirnog sporazuma. Navedene skupine zaklada mogu financirati pojedinačni donatori (eng. *Single Donor Trust Fund*) ili više donatora (eng. *Multi-Donor Trust Fund*).

Odjeljak 3.3.3., točka d) obrađuje pojedinosti koje obje strane trebaju uzeti u obzir u slučaju Zaklada sa višestrukim donatorima.

U slučaju usporednog sufinanciranja, a za potrebe EU Priručnika, vlade imaju ulogu agencija te imaju direktnu obvezu prema Europskoj komisiji za provođenje aktivnosti komunikacije i vidljivosti na području provedbe projekta. Budući da u takvim slučajevima Svjetska banka nema formalnu ulogu ili odgovornost za aktivnosti komunikacije i vidljivosti, Svjetska banka stoga čini snažne napore kako bi se lakše prepoznalo financiranje Europske komisije, i to primjerice koristeći sredstva kao što su javna događanja, izdavanje priopćenja za javnost i sl.

6 Zaklada gdje izvršenje vrši neka druga stranka određena od banke.

7 Zaklada gdje izvršenje vrši banka.

3.3.3. Prikladne aktivnosti komunikacije i vidljivosti

(a) Usklađivanje aktivnosti komunikacije i vidljivosti sa veličinom zaklade

Europska komisija doprinosi zakladama kojima upravlja Svjetska banka, a koje se razlikuju po veličini, od dvije stotine pedeset tisuća američkih dolara u slučaju IFC-a i jednog milijuna američkih dolara u slučaju IBRD/IDA pa sve do nekoliko milijardi američkih dolara. Aktivnosti komunikacije i vidljivosti koje se primjenjuju u takvim slučajevima nužno će se razlikovati od drugih zbog razlika u dostupnim sredstvima, očekivanom učinku poduzetih aktivnosti i zbog ostalih okolnosti. Stoga Zajednički priručnik pruža različite pristupe aktivnostima za komunikaciju i vidljivost, ovisno o ukupnoj veličini zaklade:

- mnogo malih zaklada veličine ispod 10 milijuna američkih dolara nemaju značajniji proračun namijenjen komunikacijskim aktivnostima iz razloga što su takve zaklade usmjerene na programske aktivnosti (vidjeti točku c) dalje u tekstu). Ipak, kao općenito pravilo, jednostavni se planovi komunikacije trebaju pripremiti, putem medija kao što su internetske stranice, priopćenja za javnost i sl.
- zaklade ukupne veličine preko 10 milijuna američkih dolara trebaju imati određeni proračun namijenjen komunikacijskim aktivnostima koji nadalje uključuje pripremu detaljnijih planova za komunikaciju i vidljivost.

Spomenuti koncepti predstavljaju samo smjernice te se treba uzeti u obzir raspoloživi proračun i određeni sveobuhvatni kriteriji (vidi točke c) i d) dalje u tekstu).

(b) Tipovi aktivnosti i ciljne skupine

Poglavlje 5. sadržava popis pojedinačnih aktivnosti koje se mogu provoditi, ovisno o postojanju specifičnih okolnosti. Ovi elementi mogu biti korisni prilikom izrade Plana za komunikaciju i vidljivost, kao i u slučaju nepostojanja formalnog plana.

Korištenje posebno osmišljenih logotipova ovisi o odluci koju donosi Europska komisija, Svjetska banka ili drugi donatori ili partneri, primjenjivo po potrebi. Primjerice, u skladu sa načelima Pariške deklaracije, donatori češće ističu 'vlasništvo' određene države nego doprinos donatora, i unaprijed odlučuju o korištenju vlastitih logotipova. Doseg Zajednice je također na slobodnoj procjeni Europske komisije i Svjetske banke te drugih donatora i partnera, ovisno o svim relevantnim okolnostima, uključujući ciljeve i aktivnosti društvene komunikacije pojedinog programa ili projekta⁸.

Planovi za komunikaciju i vidljivost trebaju se usmjeriti na populaciju u zemlji korisnici, odnosno na onu skupinu za koju će projektne aktivnosti imati najveću važnost. Takve ciljne skupine trebaju biti jasno naznačene u planovima za komunikaciju i vidljivost. Publika treba uključivati tvorce javnog mnijenja i utjecajne osobe, kao i one, uz vladu i medije, koji su dionici aktivnosti ili su njezini korisnici.

⁸ Za primjer vidi internetsku stranicu Svjetske banke o Razvojnim komunikacijama (eng. „Development Communications“).

(c) Proračun

Sredstva za aktivnosti komunikacije i vidljivosti trebala bi biti prikazana u odgovarajućoj radnoj dokumentaciji (npr. godišnji radnji plan). Proračun za komunikacijske aktivnosti trebao bi biti u skladu sa ukupnom veličinom zaklade, a ipak dostatan za ostvarivanje ciljeva komunikacije i vidljivosti. Proračun se može prilagoditi u svjetlu važećih okolnosti sukladno sporazumu između Europske komisije, Svjetske banke ili drugih donatora, primjenjivo u konkretnom slučaju. Ugovorne strane trebaju se usuglasiti u vezi promjena u planovima za komunikaciju i vidljivost. Moguće su situacije u kojima nije usuglašen proračun namijenjen za komunikaciju i vidljivost. U takvom slučaju, Europska komisija će osigurati minimalno 1.000 EUR za aktivnosti vidljivosti. U ovakvim slučajevima, Delegacija Europske unije je možda najbolje mjesto za organizaciju i provedbu takvih skromnijih aktivnosti vidljivosti, premda se ovo treba određivati od slučaja do slučaja.

(d) Sveobuhvatni kriteriji

U utvrđivanju odgovarajućih aktivnosti komunikacije i vidljivosti, određeni sveobuhvatni kriteriji trebaju se uzeti u obzir:

- **Veličina i udio financiranja od strane Europske komisije**

Europska komisija priznaje da aktivnosti vidljivosti trebaju uzeti u obzir i odražavati osobine višedonatorskih sporazuma, čak i kada isti ističu partnerstvo sa Europskom komisijom. Ukoliko doprinos Europske komisije financira višedonatorsku aktivnost ili se takav doprinos provodi kroz zaklade utemeljene radi globalnih, regionalnih ili široko tematskih inicijativa, i gdje razumljivo nije moguće ili prikladno ukazati na aktivnosti koje financira Europska komisija, doprinos Europske komisije će biti vidljiv unutar konteksta sveobuhvatne vidljivosti i komunikacijskih aktivnosti osmišljenih za cjelokupnu inicijativu. Ugovorne strane će tijekom početne faze raspravljati o ovom pitanju i to za svaki slučaj zasebno, a ishod će biti prikazan u odgovarajućem Sporazumu.

- **Žurnost**


U slučajevima iznenadnih kriza u kojima se predviđa hitna intervencija, planovi za komunikaciju i vidljivost ne trebaju se odmah pripremiti. Ipak, i u takvim situacijama treba osigurati da podrška Europske komisije za aktivnosti financirane iz zaklade bude od početka prikazana na primjeren način.

- **Značajke aktivnosti (projekta)**

Plan za komunikaciju i vidljivost treba se prilagoditi značajkama same aktivnosti (projekta). Tematsko područje i zemljopisni opseg aktivnosti trebaju postaviti parametre za aktivnosti usko vezane uz vidljivost. Primjerice, projekt vezan uz koordinaciju, sigurnost i sl. teško da će zahtijevati veliku komponentu vidljivosti, ukoliko će uopće trebati ikakvu.

- **Ostala razmatranja**

Faktori kao što su nesigurnost, lokalna politička osjetljivost mogu ometati aktivnosti informiranja u određenim kriznim zonama i, u ekstremnim slučajevima, može biti potrebno u potpunosti izbjegavati vidljivost. Određene aktivnosti zahtijevaju visok stupanj političke neutralnosti.



U ovim slučajevima ciljna skupina i alati za vidljivost će biti odabrani u skladu sa onim što je prikladno, uz savjetovanje i suglasnost Delegacije Europske unije. Tamo gdje standardne procedure vidljivosti nisu moguće iz sigurnosnih razloga, o zahtjevima za vidljivost odlučiti će se unaprijed ili će se dogovoriti moguće alternative tamo gdje je prikladno (npr. komunikacijske aktivnosti u zemljama članicama Europske unije). U slučajevima kada standardne procedure vidljivosti nije moguće provesti zbog nesigurnosti ili političke osjetljivosti, postupci koji će se poduzimati na nacionalnoj razini trebaju se usuglasiti sa Europskom komisijom ili središnjicom Svjetske banke.

(e) Izrada Plana za komunikaciju i vidljivost

U slučajevima gdje je predviđen i usuglašen Plan za komunikaciju i vidljivost, odabrani tipovi aktivnosti za komunikaciju i vidljivost prije svega bi trebali biti usmjereni na postignuća i rezultate financirane aktivnosti (projekta), prije nego na administrativne ili proceduralne bitne točke. U cilju postizanja što boljeg učinka komunikacijskih napora:

- Aktivnosti se poduzimaju pravovremeno
- Korištene informacije trebaju biti točne
- Aktivnosti se trebaju usko koordinirati s Europskom komisijom i Svjetskom bankom
- Potrebno je odabrati pravu ciljnu skupinu(e)
- Poruke trebaju biti od interesa za ciljnu skupinu(e)
- Aktivnosti trebaju biti prikladne u smislu potrošenih sredstava i očekivanog učinka

Ipak, prilikom svakog planiranja treba uvijek ostaviti prostora za iskorištavanje dobre prilike. Dobar komunikacijski refleks i sposobnost iskorištavanja neočekivanih prilika radi dobrobiti određene aktivnosti često su jednako važni kao i formalniji napori. Plan komunikacije i vidljivosti za bilo koju aktivnost trebao bi težiti maksimalnoj sinergiji sa sveobuhvatnom strategijom vidljivosti koju primjenjuje Europska komisija, Svjetska banka, drugi donatori ili partneri.

Prilog 2. odnosi se na elemente vizualnog identiteta Europske unije dok se Prilog 4. odnosi na opće definicije o Europskoj uniji, a zajedno predstavljaju vodič za ispravnu upotrebu vizualnog identiteta Europske unije i općih definicija koje koriste međunarodne organizacije i partneri u provedbi.

4. PRILAGODBA PLANA KOMUNIKACIJE I VIDLJIVOSTI PROJEKTU

Izvođači, partneri u provedbi i međunarodne organizacije odgovorni su za davanje odgovarajućeg publiciteta projektima koje provode, kao i EU potpori koju primaju.

Različite aktivnosti mogu biti prikladne u različitim fazama projektnog ciklusa. U svakom slučaju, komunikacijske bi se aktivnosti trebale usredotočiti na postignuća i učinak aktivnosti, a ne na administrativne i proceduralne prekretnice. Potpisivanje dokumenta, čak i ako se on odnosi na velike svote novca, neće nužno privući veliku pažnju medija, naročito unutar EU.

Sljedeći odjeljci sadrže pregled mogućih komunikacijskih aktivnosti. Ovi elementi mogu biti korisni pri izradi nacрта Planova za komunikaciju i vidljivost kao i u slučaju izostanka formalnog plana.

4.1. Osnove

Prije započinjanja bilo kakve aktivnosti vezane za informiranje, komunikaciju ili vidljivost, izvođači, partneri u provedbi i međunarodne organizacije trebaju kontaktirati službenika za odnose s javnošću Delegacije Europske unije akreditirane u njihovoj zemlji. Službenik za odnose s javnošću odgovoran je za koordinaciju sveukupne komunikacijske strategije EU u državi ili državama u kojima je akreditirana njegova/njezina Delegacija Europske unije. Službenik za odnose s javnošću može također pružiti informaciju o pitanjima prava intelektualnog vlasništva (autorska prava itd.). Voditelj projekta uvijek bi trebao biti uključen u kontakte sa službenikom za odnose s javnošću.

Izvođači, partneri u provedbi ili međunarodne organizacije trebali bi koristiti svoj uobičajeni listovni papir s memorandumima ili uvodnim faks porukama, no moraju dodati rečenicu «Ovaj projekt/program financira EU», kao i logo EU, u slučajevima kada pišu o temama u svezi projekta (vidi Prilog 2.). Grafički identitet EU-a mora biti jednako vidljiv glede smještaja i veličine kao i onaj izvođača ili partnera u provedbi. Na međunarodne organizacije primjenjuju se specifična pravila (vidi Standardni sporazum o doprinosu, čl. 6.2. Općih uvjeta).

Isključenje odgovornosti (vidi odjeljak 2.6.) mora biti uključeno u sve publikacije.

4.2. Ostale komunikacijske aktivnosti

Ostali elementi plana za komunikaciju i vidljivost mogu uključivati:

- Priopćenja za javnost (vidi odjeljak 4.2.1.)
- Konferencije za medije (vidi odjeljak 4.2.2.)
- Posjete novinara (vidi odjeljak 4.2.3.)
- Letke, brošure i biltene (*Newsletter-e*) (vidi odjeljak 4.2.4.)
- Internetske stranice (vidi odjeljak 4.2.5.)
- Panoe (vidi odjeljak 4.2.6.)
- Spomen ploče (vidi odjeljak 4.2.7.)
- *Banner-i* (vidi odjeljak 4.2.8.)
- Vozila, materijale i opremu (vidi odjeljak 4.2.9.)
- Promotivne predmete (vidi odjeljak 4.2.10.)
- Fotografije (vidi odjeljak 4.2.11.)
- Audiovizualne produkcije (vidi odjeljak 4.2.12.)
- Javna događanja i posjete (vidi odjeljak 4.2.13.)
- Informativne kampanje (vidi odjeljak 4.2.14.)

Osnovne smjernice o ovim elementima navedene su u daljnjem tekstu. Predlošci različitih komunikacijskih proizvoda nalaze se u Prilogu 3.

4.2.1. Priopćenja za javnost

Priopćenja za javnost mogu biti vrlo koristan doprinos komunikacijskim aktivnostima vezanima uz projekte. Općeprihvaćeno je pravilo da se priopćenje za javnost izdaje početkom svakog projekta.

Partner u provedbi ili međunarodna organizacija koja objavljuje priopćenje za javnost u kontekstu projekta, trebali bi se prije njegove objave povezati sa službenikom za odnose s javnošću Delegacije Europske unije te mjerodavnim odjelom Komisije. Kada pak Komisija objavljuje priopćenje za javnost, izvođač mora pružiti sve potrebne tehničke informacije koje će Delegaciji ili Komisiji omogućiti objavu. Opće je pravilo da izvođači ne objavljuju priopćenje niti izjave za javnost ukoliko to nije odobreno od strane Komisije. U slučaju aktivnosti provedenih u suradnji s međunarodnim organizacijama, kada EU planira objaviti priopćenje za javnost koje se tiče aktivnosti, treba kontaktirati nadležnu međunarodnu organizaciju za slično odobrenje.

Priopćenje mora sadržavati logo EU, napomenu da je EU osigurala financiranje te naveden iznos financijske potpore EU u eurima i lokalnoj valuti. Ukoliko je planirana konferencija za medije, priopćenje za javnost mora sadržavati ime osobe iz EU koja će biti prisutna na konferenciji za medije, ukoliko je to prikladno.

Priopćenje mora imati datum na vrhu, a treba se i naznačiti kada se može priopćiti informacija. Općenito, novinari daju prednost priopćenjima koja se mogu odmah koristiti pa u tom slučaju napomena «za trenutnu objavu» ('For immediate release') treba biti napisana na vrhu dokumenta. No, ponekad je prikladno odgoditi priopćenje do, npr. objave financijskih podataka. U tom se

slučaju jednostavni izraz, poput npr. «Ne koristiti prije 10:00, 15. listopada» mora navesti na vrhu dokumenta ('Not to be used before 10:00 hours, 15 October').

Priopćenje za javnost prikladno za objavu novosti treba sadržavati: naslov, snažni uvodni odlomak kao sažetak važnih činjenica, glavni dio priče, citate, popratne informacije te podatke o kontaktima za daljnje informacije.

Objava mora biti na jednoj A4 stranici kada god je to moguće; ako je duža, «nastavak slijedi» mora biti vidljivo napisano u dnu svake sljedeće stranice. Na kraju dokumenta obvezatno treba pisati «kraj» (end).

Nakon «kraja», priopćenje za javnost mora sadržavati ime najmanje jedne osobe koju novinari mogu kontaktirati za daljnje informacije. Ukoliko je moguće, ova osoba treba dati svoj broj telefona na poslu i kod kuće.

4.2.2. Konferencije za medije

Konferencije za medije koje se organiziraju u okviru plana za vidljivost i komunikaciju, uvijek se trebaju organizirati u suradnji s Europskom komisijom. Pozivnice moraju sadržavati logo EU u skladu s primjenom općih pravila (vidi odjeljak 3.1.).

Na samoj konferenciji za medije, ukoliko se izlažu druge zastave i simboli, treba biti izložena i zastava EU.

4.2.3. Posjete novinara

Grupne posjete novinara mjestima na kojima se provodi projekt nude dodatne mogućnosti za vidljivost. Takve bi posjete trebale biti pravovremeno organizirane i usredotočene na vidljiva postignuća. Kada je to prikladno, novinari posjetitelji trebali bi biti u pratnji predstavnika EK.

4.2.4. Letci, brošure i bilteni (Newsletter-i)

Publikacije poput letaka, brošura i biltena (*newsletter-a*) mogu biti korisne pri prenošenju rezultata projekta specifičnoj publici.

- Letci moraju sadržavati osnovne činjenične informacije kao i adrese (kao što su poštanske adrese ili internetske stranice) na kojima se mogu dobiti daljnje informacije;
- Brošure mogu sadržavati detaljnije informacije, naglašavajući kontekst, uključujući i razgovore s dionicima, korisnicima itd;
- *Newsletter-e* karakterizira periodičnost objavljivanja, a objavljuju se kako bi informirali o napretku projekta. Ovo je naročito korisno za projekte u svezi infrastrukture, programe obuke i slično gdje se učinak aktivnosti najbolje vidi tijekom vremena.

Publikacije uvijek trebaju imati u vidu njihove krajnje korisnike te se usredotočiti na naznačene rezultate projekta, a ne na financijske ili administrativne detalje. Tekstovi trebaju biti kratki i jednostavni, a gdje je to moguće, za ilustraciju aktivnosti i njezin kontekst trebaju se koristiti i

fotografije. Ako je moguće, na fotografijama trebaju biti osobe koje sudjeluju u projektu, a ne dužnosnici odgovorni za upravljanje istim.

Općenito, sav pisani materijal trebao bi biti dostupan i u elektronskom obliku, tako da se može poslati e-mailom ili postaviti na internetsku stranicu. Ukoliko se radi o materijalu u papirnatom obliku, treba razmotriti način distribucije (popis poštanskih adresa za dostavu).

Svi letci i brošure trebaju sadržavati osnovne elemente vizualnog identiteta EU, odnosno logo EU (vidi Prilog 2.) i isključenje odgovornosti (Prilog 2.) te detalje o projektu, kao i ime, adresu, telefon, fax i e-mail osobe za kontakt.

Letci i brošure, koje će izraditi izvođač i/ili partner u provedbi, moraju također uključivati definiciju EU (vidi Prilog 4.). Nadalje, u ovakvim slučajevima, naslovna stranica mora jasno identificirati aktivnost kao dio projekta financiranog od strane EU. U donjem dijelu naslovne stranice mora biti vidljivo isključenje odgovornosti iz Priloga 2. Gornji naslovni dio biltena mora biti dizajniran kako je prikazano u Prilogu 3. (odjekljak 4.).

Komisija treba imati pristup kopijama publikacija, uključujući i elektronske kopije.

4.2.5. Internetske stranice

Internetske stranice se sve češće smatraju osnovnim sredstvom komunikacije, ali zasebne Internetske stranice za svaki projekt nisu uvijek neophodne, budući da se informacija može jednostavno učiniti dostupnom preko, primjerice, Internetske stranice Delegacije Europske unije ili Internetske stranice partnera u provedbi.

U slučaju kada će aktivnost biti dugog vijeka te će uključivati velike količine materijala koji se može prenositi putem Internetskih stranica (fotografije razvoja aktivnosti, kratki intervjui, materijali za medije itd.), u planu za komunikaciju i vidljivost može se predvidjeti uspostava neovisne Internetske stranice u svezi s projektom.

Internetska stranica treba se postaviti u suradnji s Delegacijom Europske unije ili odgovornim službenicima Informacijsko-komunikacijske jedinice za kontakte s javnošću (*EuropeAid Co-operation Office*), koji će osigurati koherentnost i omogućiti poveznice (linkove) prema relevantnim stranicama Komisije.

Kao minimum, trebaju se uspostaviti poveznice (linkovi) prema Internetskim stranicama lokalne Delegacije Europske unije i Ureda za suradnju Europe Aid-a na sljedeći način:

- http://ec.europa.eu/index_en.htm

Po završetku aktivnosti, Internetske stranice trebaju biti kopirane na CD-rom i dostavljene Delegaciji za moguću daljnju uporabu u njezinim općenitim komunikacijskim aktivnostima te u svrhu arhiviranja.

4.2.6. Panoi

Projekti vezani uz infrastrukturu koje financira EU trebaju biti jasno identificirani kao takvi pomoću panoa koji opisuju projekt. Panoi trebaju biti jasno vidljivi kako bi prolaznici mogli pročitati i razumijeti značajke projekta. Panoi se trebaju postaviti uz prilazne pravce mjestu gdje se projekt provodi te tu trebaju ostati od početka projekta do šest mjeseci nakon završetka projekta.

Izvođači, partneri u provedbi ili međunarodne organizacije trebaju također izraditi pano koji će promicati njihov projekt EU na izložbama ili događanjima, na ulazu u centar za obuku ili prijemni ured. Oblik, veličina i dimenzije panoa razlikuju se ovisno o količini informacija koje se moraju prenijeti te o tome je li pano prijenosan ili učvršćen. Jeftini panoi mogu se izraditi od samoljepljivih slova i dobro smještenog loga EU u gornjem lijevom uglu. Ukoliko izvođači ili partneri u provedbi smatraju prikladnim dodati logo partnerske organizacije na pano, taj logo mora biti smješten u gornjem desnom uglu. S međunarodnim organizacijama treba se dogovoriti poseban postupak.

4.2.7. Spomen ploče

Trajne spomen ploče učinkovit su način priznavanja uključenja EU u gradnju ili planiranje trajnih građevina kao što su kuće, klinike, tvornice, institucije, centri za obuku, ceste, mostovi itd. Kao dio svečanosti otvorenja trajnih građevina podignutih financiranjem ili sufinanciranjem EU-a, izvođači, partneri u provedbi i međunarodne organizacije moraju postaviti trajnu spomen ploču na najvidljivijem dijelu građevine, kao što je glavni ulaz ili pročelje zgrade. Kada je to prikladno, spomen plača može sadržavati sljedeću rečenicu: «Ovu (ime građevine) financirala je Europska unija» te logo EU smješten ispod nje.

Ukoliko izvođači ili partneri u provedbi smatraju prikladnim dodati logo partnerske organizacije na ploču, on treba biti smješten u donjem desnom uglu, a logo EU treba biti smješten u donjem lijevom uglu.

4.2.8. Banner-i

Plastični ili platneni *banner*-i slične primjeru pokazanom u Prilogu 3.6. trebaju se izraditi kada je to naznačeno u Komunikacijskoj strategiji projekta. Njihova svrha jest da služe kao pozadinska kulisa tijekom posebnih priredbi kao što su svečana otvorenja ili konferencije.

4.2.9. Vozila, materijali i oprema

Sva vozila koja se koriste u projektima koje financira EU trebaju biti jasno identificirana i nositi vidljivi logo EU i rečenicu «Osigurano potporom EU» na radnom jeziku programa EU te na lokalnom jeziku. Logo poduzeća izvođača, partnera u provedbi i drugih donatora može se staviti na vozila, no logo EU treba biti smješten na barem jednako vidljivom mjestu kao logo ostalih sudionika u projektu.

Ako nije drugačije usuglašeno s Komisijom, svi materijali i oprema dostavljeni u okviru projekta financiranog od strane EU trebaju biti jasno identificirani te imati istaknut logo EU i rečenicu «Osigurano potporom EU» na radnom jeziku EU programa i na lokalnom jeziku. Sva vozila korištena u projektima s potporom EU moraju nositi natpise za vozila (Prilog 3.).

Na međunarodne organizacije odnose se zasebna pravila (vidi Standardni sporazum o doprinosu, čl. 6.1. Općih uvjeta).

4.2.10. Promotivni materijali

Promotivni materijali moraju se dijeliti kada je to naznačeno u Strategiji komunikacije projekta. Sve vrste promotivnih predmeta (kao npr. majice, kape i kemijske olovke) mogu izraditi partneri u provedbi, izvođači ili međunarodne organizacije kao pomoćni materijal za informativne i komunikacijske aktivnosti u okviru njihovog projekta. Prije donošenja bilo kakve odluke o proizvodnji takvih predmeta, treba se posavjetovati sa službenikom za tisak i informiranje pri Delegaciji EU.

Na proizvedenim promotivnim predmetima treba biti jasno naznačen logo EU, te po mogućnosti navedene riječi «Europska unija», opće poruke ili opće izjave. Službenik za odnose s javnošću može osigurati ogledne primjerke takvih predmeta.

Na određenim promotivnim predmetima (npr. kemijskim olovkama i *banneri*-ma) gdje nije moguće uključiti opće poruke u cjelosti, treba se pojavljivati barem logo EU te jedna od općih poruka usuglašena s Delegacijom Europske unije (vidi također Prilog 3.).

4.2.11. Fotografije

Kada je to prikladno, trebaju se snimiti fotografije koje će dokumentirati napredak projekta i događaje u svezi s njim (početak projekta, posjet EU dužnosnika itd.), kako bi se mogle koristiti u komunikacijskim materijalima.

Sljedeći odjeljci trebali bi pomoći izvođačima, partnerima u provedbi i međunarodnim organizacijama u njihovoj potrazi za fotografijama za ilustraciju komunikacijskog materijala.

4.2.11.1. Odabir fotografija

Gdje je to moguće, Plan za komunikaciju i vidljivost treba osigurati sredstva za redovito korištenje usluga profesionalnog fotografa, kako bi se ilustrirale razvojne faze projekta.

Potrebno je odabrati fotografije koje najbolje ilustriraju rezultate i učinak projekta te bi trebale biti u skladu s pisanim informacijama o projektu. Kao i s pisanim materijalom, korisnici projektnih aktivnosti trebaju biti u središtu pažnje, a ne službenici koji upravljaju projektom, koji održavaju sastanke na kojima se raspravlja o problemima projekta i sl.

4.2.11.2. Arhivi fotografija

U načelu, treba koristiti digitalnu fotografiju kako bi se omogućilo reproduciranje na Internet stranice i ostali informativni materijal (za tiskani materijal treba se koristiti minimalna rezolucija od 300 dpi). Kopije fotografija trebaju se poslati sljedećim institucijama:

- službeniku za odnose s javnošću pri Delegaciji EU;
- Informacijsko-komunikacijskoj jedinici za odnose s javnošću (*EuropeAid Information Communication and Front Office Unit* – vidi odjeljak 7. za adresu).

Na pozadini kopija fotografija potrebno je naznačiti:

- ime i kontakt podaci osobe koja šalje fotografiju
- ime organizacije ili osobe koja ima autorsko pravo na fotografiju
- naziv projekta na koji se fotografija odnosi, njegovo trajanje (npr. 2004.-2008.) i ime zemlje u kojoj je snimljena

Europska komisija ima pravo koristiti i reproducirati fotografije dostavljene u gore navedene arhive (urede) bez plaćanja autorskih naknada.

4.2.12. Audiovizualne produkcije

Audiovizualni materijal može biti prikladan, ali budući da je njegova proizvodnja skupa, priprema se samo onda kada postoji realna šansa da će biti iskorišten u medijima. Međutim, produkcija kratkih video uradaka može biti vrlo jednostavna, i to u svrhu korištenja na Internet stranicama, ili kao dio promidžbenog materijala.

Kao i sav drugi materijal, tako i produkcije moraju naglasiti potporu EU, uključivanjem loga EU na početak i/ili kraj. Kao i s fotografijama, izvođač, partner u provedbi ili međunarodna organizacija trebaju odaslati kopije u konačnom distribucijskom formatu te u profesionalnom formatu, na sljedeće adrese:

- službeniku za odnose s javnošću pri Delegaciji EU;
- Informacijsko-komunikacijskoj jedinici za odnose s javnošću (*EuropeAid Information, Communication and Front Office Unit*) (vidi odjeljak 6. za adresu)

Ukoliko nije drugačije naznačeno u odgovarajućem ugovoru/sporazumu, izbor za objavu neobrađenog filmskog materijala mora se poslati u Informacijsko-komunikacijsku jedinicu za odnose s javnošću (*Europe Aid Information, Communication and Front Office Unit*).

4.2.13. Javna događanja i posjete

Organizacija javnog događanja (ili sudjelovanje u događanju organiziranom neovisno o projektu, od strane primjerice, Delegacije EU) može predstavljati izvrsnu mogućnost za poticanje zanimanja za postignuća projekta. Takva događanja uključuju konferencije, radionice, seminare, sajmove i izložbe.

Sudionici tečajeva, konferencija, seminara, sajмова, izložbi i radionica koje financira EU trebaju biti svjesni da EU financira ta događanja. Logo EU treba biti prisutan na svim materijalima.

Ovisno o okolnostima, treba iskoristiti priliku i izvjesiti zastavu EU i/ili *banner*-e (vidi Prilog 3.) u sobama za sastanke.

Posjete visokih dužnosnika Komisije ili političara predstavljaju potencijal za komunikaciju – kroz priopćenja za javnost, konferencije za medije, događanja i kroz javnu diplomaciju poput prilika za fotografiranje prilikom posjete mjestu na kojem se izvodi projekt.

Delegacija EU akreditirana u zemlji korisnici treba biti uključena u pripremu i provedbu takvih događanja, uključujući i kontakt s medijima.

4.2.14. Informativne kampanje

Veliki projekti mogu uključivati i organizaciju informativne kampanje tijekom trajanja projekta. Takve kampanje mogu podići vidljivost projekta i EU promičući raspravu o temama vezanim uz projekt, kao što su javno zdravlje, sigurnost na cestama, okoliš i sl.

Takva kampanja zahtijeva odgovarajuće resurse u smislu upravljanja i uvijek treba biti usklađena s Komisijom.

4.3. Vidljivost prikladna za pojedine tipove projekata

Određene aktivnosti mogu biti prikladnije za neke vrste projekata od drugih.


4.3.1. Pružanje usluge nabave i opremanja

Ova vrsta projekta naročito je pogodna za različite aktivnosti komunikacije, s obzirom na jasnu povezanost sadržaja projekta i vidljivog poboljšanja u funkcioniranju, primjerice, građevine ili dijela infrastrukture.

Tamo gdje je učinak projekta značajan u području koje će izazvati interes javnosti, mediji trebaju biti obaviješteni o mogućnosti fotografiranja kada oprema stigne u zemlju korisnicu. Pojaviti će se brojne prilike o kojima mediji mogu biti obaviješteni, primjerice, ugradnja opreme, puštanje u rad itd.

4.3.2. Projekti u svezi infrastrukture

Fizički infrastrukturni projekti (ceste, mostovi, građevine itd.) ili drugi projekti opipljive naravi (u svezi poljoprivrede, šumarstva, vodnog gospodarstva i sl.) nude izvanredne prilike za značajne komunikacijske aktivnosti s obzirom na direktni učinak koji će projekt imati na živote ljudi. Ovo je slučaj bez obzira da li EU financira izradu, obnovu ili tijek projekta.



Osim statičkih aktivnosti za vidljivost, kao što su znakovi i ostale vidljive oznake, aktivnosti za komunikaciju mogu imati za cilj objašnjavanje učinka projekta u poboljšavanju svakodnevnog života ljudi – sigurniji prijevoz, toplija kućanstva, bolje obrazovanje, čišća voda itd.

4.3.3. Tehnička pomoć i studije

Budući da ova vrsta projekta može biti izrazito tehničke naravi te uključivati savjete o politikama ili pak može zahtijevati određenu dozu povjerljivosti, treba s posebnom pažnjom izabrati komunikacijske aktivnosti.

4.3.4. Bepovratna sredstva

Uzimajući u obzir mali opseg mnogih projekata financiranih bespovratnim sredstvima (u usporedbi s, primjerice, infrastrukturnim projektima) i komunikacijske aktivnosti mogu biti manjeg opsega i/ili usredotočene na ograničenu skupinu ljudi. Ipak, zbog svoje bliskosti korisničkoj populaciji, mogu biti od izrazite pomoći u demonstriranju dodatne vrijednosti potpore EU.

4.3.5. Potpora proračunu

Ovaj Priručnik nije osmišljen za operacije potpore proračunu. Ipak, mjere informiranja i komunikacije trebaju biti predviđene kao dio popratnih mjera. Preporuča se da izvođač ili partner u provedbi koji sudjeluju u ovim popratnim mjerama blisko surađuju s Komisijom kako bi definirali prikladnu komunikacijsku strategiju.

5. IZVJEŠTAVANJE⁹

Izvođači i/ili partneri u provedbi dužni su izraditi administrativne izvještaje u svrhu ažuriranja i informiranja Europske komisije o napretku i rezultatima projekata EU. Oni moraju imati naslovnu stranicu u stilu EU te nositi ime projekta i datum podnošenja izvještaja. Posljedna stranica izvještaja mora sadržavati sljedeće isključenje odgovornosti:

«Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost [ime autora/izvođača/ partnera u provedbi] i ni na koji način se ne može smatrati da odražava gledišta Europske unije» (The contents of this publication are the sole responsibility of <name of the author/contractor/implementing partner> and can in no way be taken to reflect the views of the European Union”).

Europska komisija koristi te izvještaje radi olakšavanja nadgledanja i vrednovanja projekata. Ona ih također koristi u svrhu informiranja vlada u zemljama partnerima o napretku projekata EU.

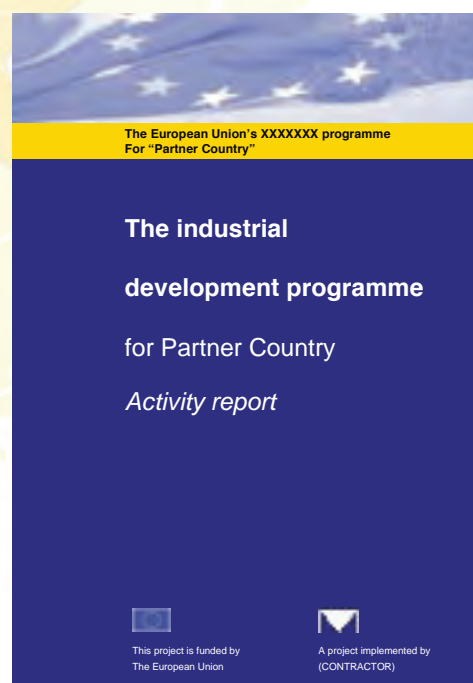
Postoje tri vrste administrativnih izvještaja koji pokrivaju različite faze projektnog ciklusa:

- Početni izvještaj koji definira plan aktivnosti ili radni plan projekta
- Periodični izvještaji o napretku koji pokrivaju aktivnosti projekta
- Izvještaj o završetku projekta.

Zahtjevi izvještavanja razlikuju se od projekta do projekta. Pojednosti u svezi konteksta, učestalosti i postupka podnošenja izvještaja određeni su općim uvjetima svih ugovora.

Izvođači i partneri u provedbi trebaju osigurati da najmanje jedan dio njihovog izvještaja (periodičnog i završnog) sadrži iscrpan opis i vrednovanje njihovih komunikacijskih aktivnosti (navodeći konkretne primjere) i njihov učinak (ilustrirajući to isječcima iz novina i audiovizualnim transkriptima kad god je to moguće).

Ukoliko se izvještaj daje u javnost, prednja strana mora koristiti predložak prezentacije izvještaja:



⁹ Ovo se poglavlje ne odnosi na međunarodne organizacije.

6. DODATNE INFORMACIJE

Ovaj Priručnik sastavila je Informacijsko-komunikacijska jedinica za odnose s javnošću (Information, Communication and Front Office Unit of the EuropeAid Co-operation Office). Priručnik sadrži i zajedničke Smjernice smjernice usuglašene s Ujedinjenim narodima.

Dodatne pojedinosti i/ili pojašnjenja mogu se dobiti od Delegacije EU akreditirane u zemlji u kojoj djeluje izvođač, partner u provedbi ili međunarodna organizacija, ili od Informacijsko-komunikacijske jedinice za odnose s javnošću (EuropeAid Co-operation Office Information, Communication and Front Office Unit) na sljedećoj adresi:

European Commission
EuropeAid Co-operation Office
Information, Communication and Front Office Unit – 04

L-41, Office 06/84
B - 1049 Brussels
Tel: + 32 (0)2 296 94 97
Fax: + 32 (0)2 299 64 07
E-mail: europeaid-info@ec.europa.eu
Internet stranica: <http://ec.europa.eu/euro>

PRILOG 1. KOMUNIKACIJSKA MATRICA: KAKO I KADA KOMUNICIRATI KOMU I ŠTO?

PRILOG 2. ELEMENTI VIZUALNOG IDENTITETA EU

1. Zastava EU
2. Geometrijski opis
3. Boje
4. Pozadine
5. Izmjene i dodaci
6. Isključenje odgovornosti
7. Internetske stranice
8. EU vidljivost po završetku projekta

PRILOG 3. PREDLOŠCI KOMUNIKACIJSKIH PROIZVODA

1. Priopćenja za javnost
2. Letci
3. Brošure
4. Bilteni (*Newsletter-i*)
5. Panoi
6. *Banner-i*
7. Spomen ploče
8. Natpisi za vozila
9. Promotivni materijali

PRILOG 4. DEFINICIJE I OPĆE PORUKE

1. Opće poruke
2. Definicija Europske unije i njenih institucija
 - Europska unija
 - Europska zajednica
 - Europski parlament
 - Vijeće Europske unije
 - Europska komisija
 - Europski sud pravde
 - Europski revizorski sud
 - Ostale institucije

PRILOG 1. KOMUNIKACIJSKA MATRICA: KAKO I KADA KOMUNICIRATI KOMU I ŠTO?

Komunikacija bi se trebala pravovremeno poduzimati tijekom svih faza projektnog ciklusa. Aktivnosti komunikacije i vidljivosti koriste se kako bi najavile i popratile bitne točke projekta.

Kako bi se aktivnosti za vidljivost prilagodile i pojedinačnim fazama projekta (odnosno 'projektnog ciklusa') i ciljnoj populaciji, može se koristiti dolje prikazana matrica. Ova matrica naznačuje tipove aktivnosti za vidljivost koji su prikladni za različite faze projektnog ciklusa.

Treba napomenuti da su faze projektnog ciklusa prikazane u matrici predložene samo u svrhu planiranja, te im nije namjena biti u središtu komunikacijskih aktivnosti (u središtu trebaju biti postignuća i učinak). Namjena matrice jest da bude fleksibilno sredstvo koje se može, po potrebi, nadopunjavati i prilagođavati u svakoj fazi projekta.

Opseg matrice za vidljivost nadmašuje opseg pojedinačnih ugovora, sporazuma o doprinosu ili sporazuma o financiranju (također pokriva programiranje, identifikaciju, procjenu, financiranje, vrednovanje i reviziju). Iako je korisna u kontekstu izrade nacrtu Planova za komunikaciju i vidljivost (vidi odjeljak 2.3.), jasno je da se ne mogu sve aktivnosti predložene u matrici za vidljivost financirati u kontekstu pojedinih ugovora, sporazuma o doprinosu ili sporazuma o financiranju.

Faza projektnog ciklusa / komunikacijska aktivnost & ciljne skupine	Programiranje	Identifikacija	Procjena	Financiranje	Provedba	Vrednovanje&Revizija
Cilj komunikacije	Najaviti potporu EU	Informirati o statusu projekta	Informirati o statusu projekta	Naglasiti iznos potpore EK i kontekst	Podizanje svijesti	Prikaz učinka
Odgovornost	Komisija	Komisija	Komisija	Komisija/Partner	Partner	Komisija/Partner
Vrsta opće poruke	„Najveći svjetski donator u službi milenijskih ciljeva“	„Više, bolje, brže – Europa brine“	„EU i <partner> zajedno pomažu više i bolje“	„Najveći svjetski donator u službi milenijskih ciljeva“	„Suradnja koja vrijedi“	„EU djeluje“
Najprikladniji alati	Konferencije za medije, događanja, intervjui	Informativna kampanja	Informativna kampanja	Konferencija za medije	Događanja, posjete mjestima na kojima se izvodi projekt, TV i radio spotovi, posjete visokih dužnosnika	Video produkcije, izvještaji
Korisnička populacija	Konferencija za medije nakon obećanja financijske potpore	Informativna kampanja u službi misije identifikacije	Informirati putem medija o izboru partnera	Informirati putem medija o potvrdi financiranja Javna ceremonija potpisivanja sporazuma	Informativna kampanja / Prilike za fotografiranje, (zajednički) posjeti visokih dužnosnika u svrhu obilježavanja ključnih točki u provedbi projekta / Formiranje Upravljačkih odbora multidonatorskih projekata	Učiniti ključne rezultate javno dostupnima Suradivati s medijima kako bi se prikazao učinak na terenu
Institucije EU i međunarodna donatorska zajednica	Konferencija za medije nakon obećanja financijske potpore	-	-	-	Informativna kampanja / Prilike za fotografiranje, (zajednički) posjeti visokih dužnosnika u svrhu obilježavanja ključnih točki u provedbi projekta / Zajedničko predstavljanje u Saboru / Tematska događanja	Učiniti ključne rezultate javno dostupnima & proširiti ih kako bi uključivali ključne strateške poruke
Europski građani	Konferencija za medije nakon obećanja financijske potpore			Informiranje putem medija, ako je prikladno Suradnja sa specijaliziranim tiskovinama Tematska događanja	Prilike za fotografiranje, (zajednički) posjeti visokih dužnosnika u svrhu obilježavanja ključnih točki u provedbi projekta / Kampanje za podizanje svijesti, na osnovu određenog programa / Tematske priredbe	Informiranje putem medija, ako je prikladno Učiniti ključne rezultate javno dostupnima & proširiti ih kako bi uključivali ključne strateške poruke

PRILOG 2. ELEMENTI VIZUALNOG IDENTITETA EU

1. Zastava EU

Zajednički zaštitni znak svih projekata financiranih od strane EU jest logo EU.

Bez obzira na veličinu, opseg ili ciljeve projekta, logo EU treba biti vidljivo prikazan kako je naznačeno ovim priručnikom na svim materijalima koje će proizvesti izvođač, partner u provedbi ili međunarodna organizacija.

Za svaku vrstu komunikacijskog proizvoda izrađen je i elektronski predložak koji se može preuzeti sa sljedeće Internet stranice:

http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index_en.htm

Zastava EU predstavlja osnovni element europskog vizualnog identiteta. Iz tog su razloga sastavljene posebne smjernice kako bi se osigurala njezina ispravna uporaba i reprodukcija.

Dok je većina elemenata u svezi standardnih boja koje se trebaju koristiti u zastavi EU i kreiranja zastave EU uključena u ovaj dokument, detaljnije se upute mogu pronaći u Prilogu A1 Međuinstitucionalnog vodiča za izradu na sljedećoj Internet stranici:

<http://publications.europa.eu/code/en/en-000100.htm>

2. Geometrijski opis

Zastava EU u obliku je plavog pravokutnika, a dio koji vijori iznosi jedan i pol puta dužinu kopljenog dijela zastave. 12 zlatnih zvijezda smješteno je na jednakim razmacima u nedefiniranom krugu čije središte predstavlja točku presjeka dijagonala pravokutnika. Radijus kruga jednak je jednoj trećini visine kopljenog dijela. Svaka zvijezda ima pet krakova smještenih na obodnici nedefiniranog kruga čiji je radijus jednak jednoj osamnaestini kopljenog dijela zastave. Sve su zvijezde uspravne – tj. s jednim okomitim krakom okrenutim prema gore, i dva kraka u ravnoj liniji pod pravim kutem s kopljem.

Krug je tako postavljen da se zvijezde pojavljuju na mjestima brojeva sati na brojčaniku sata. Njihov je broj nepromjenjiv.



3. Boje

Zastava ima sljedeće službene boje:

- Tamnija plava (*Pantone Reflex Blue*) za površinu pravokutnika
- Žuta (*Pantone Process Yellow*) za zvijezde

Izvođači, partneri u provedbi i međunarodne organizacije moraju, do daljnjega, koristiti boje "Pantone Process Yellow" i "Pantone Reflex Blue".

Međunarodna Pantone paleta boja, lako je i široko dostupna i neprofesionalcima.

4. Pozadine

Zastava bi se, po mogućnosti, trebala tiskati na bijeloj pozadini. Višebojne pozadine poželjno je izbjegavati, osobito one u bojama koje se ne podudaraju s plavom bojom. Ondje gdje se pozadina u boji ne može izbjeći, mora se staviti bijeli rub debljine jednake 1/25 visine pravokutnika.

Zastava EU može se preuzeti sa sljedeće Internet stranice:

http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index_en.htm



5. Izmjene i dodaci

Izvođači, partneri u provedbi i međunarodne organizacije trebaju prilikom reproduciranja zastave EU u biltenima i drugim grafičkim prezentacijama, istu prikazati u cijelosti, bez ikakvih izmjena i dodataka. Zastava EU ne smije sadržavati bilo koju drugu zastavu ili simbol druge države, donatora ili institucije. Svako se obilježje mora prikazati zasebno.

6. Isključenje odgovornosti

EU nije odgovorna za sadržaj komunikacijskog materijala pripremljenog od strane izvođača, partnera u provedbi ili međunarodnih organizacija. Stoga se u publikacijama navodi sljedeće isključenje odgovornosti:

«Ova publikacija izrađena je uz pomoć Europske unije. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost (ime autora/partnera u provedbi/međunarodne organizacije) i ni na koji se način ne može smatrati da odražava gledišta Europske unije.» (*"This publication has been produced with the assistance of the European Union. The contents of this publication are the sole responsibility of <name of the author/contractor/implementing partner/ international organisation> and can in no way be taken to reflect the views of the European Union."*)

7. Internetske stranice

Sve publikacije pripremljene od strane izvođača ili partnera u provedbi trebaju se koristiti službenim izvorima EU za detaljnije informacije, a naročito Internetskom stranicom Europa (vidi Prilog 3.) i/ili Internetskom stranicom Delegacije Europske unije. Osim toga, mogu se referirati na Europsku uniju na Internetskom portalu, koji se može pronaći na <http://ec.europa.eu>. Ovaj portal sadržava poveznice (linkove) prema specijaliziranim Internetskim stranicama koje se bave vanjskim odnosima Europske unije.

8. EU vidljivost nakon završetka projekta

Nakon završetka projektne faze financirane od strane EU, upravljanje projektom mogu nastaviti korisnik ili partner. U ovakvim slučajevima, šest mjeseci po završetku faze projekta financirane od strane EU, ni u kakvim se projektnim komunikacijskim materijalima ne smiju više koristiti simboli EU, s izuzetkom spomen ploča.

Međutim, sljedeća rečenica mora biti uključena u sav materijal, na jednako istaknutom mjestu koje je bilo predviđeno za logo EU: «Početnu fazu <datumi> ovog projekta/programa podržala je Europska unija» (*"The initial phase <dates> of this project/programme was supported by the European Union"*).

S međunarodnim organizacijama treba dogovoriti zasebna rješenja.

PRILOG 3. PREDLOŠCI KOMUNIKACIJSKIH PROIZVODA

Dolje prikazani predlošci obvezatni su za izvođače i partnere u provedbi.

Elektroničke verzije ovih predložaka dostupne su na sljedećoj adresi:

http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index_en.htm

1. Priopćenja za javnost



Sarajevo, 31.04.2000

All media are invited to the inauguration of the Laboratory for Quality Control of drugs on May 15 2000 at 11.00 in Sarajevo. The reconstruction and equipment of the laboratory have been financed by the European Commission to the tune of 2 million Euro. The works have been performed by the NGO Lab Help.

Quality control of drugs is vital for the development of BiHs domestic production and will ensure that it conforms to European standards.

For more information, please contact:
Mr Frane Maroevic, EC press and information adviser
Mr Ivan Ivanic, project manager NGO Lab Help



A project implemented
by the contractor
Marsala Tita 14
71 000 Sarajevo
Bosnia and Herzegovina
Tel:
Fax:



This project is funded
by the European Union
Delegation of
the European Commission
in Bosnia and Herzegovina
Dubrovačka 6
71000 Sarajevo
Bosnia and Herzegovina
Tel: +387 71 666 044
Fax: +387 71 666 037

The European Commission is the EU's executive body.

"The European Union is made up of 27 Member States who have decided to gradually link together their know-how, resources and destinies. Together, during a period of enlargement of 50 years, they have built a zone of stability, democracy and sustainable development whilst maintaining cultural diversity, tolerance and individual freedoms. The European Union is committed to sharing its achievements and its values with countries and peoples beyond its borders".

2. Letci

For more information

The European Union is made up of 27 Member States who have decided to gradually link together their know-how, resources and destinies. Together, during a period of enlargement of 50 years, they have built a zone of stability, democracy and sustainable development whilst maintaining cultural diversity, tolerance and individual freedoms.

The European Union is committed to sharing its achievements and its values with countries and peoples beyond its borders.

The European Commission is the EU's executive body.

 This project is funded by The European Union



The European Union's XXXXXXX programme for "Partner Country"

Industrial Development programme

 A project implemented by (CONTRACTOR)

The industrial Development Programme for "Partner Country"

The concept

The concept of the programme is to support the industrial development of the partner country through a series of projects and activities. The programme will focus on the following areas:

- Improving the quality of the industrial sector
- Supporting the development of small and medium-sized enterprises
- Enhancing the competitiveness of the industrial sector
- Supporting the development of the industrial sector

The objectives

The objectives of the programme are to:

- Improve the quality of the industrial sector
- Support the development of small and medium-sized enterprises
- Enhance the competitiveness of the industrial sector
- Support the development of the industrial sector

Target groups

The target groups of the programme are:

- Small and medium-sized enterprises
- Industrial sector
- Industrial sector

Programme Components

The programme components are:

- Improving the quality of the industrial sector
- Supporting the development of small and medium-sized enterprises
- Enhancing the competitiveness of the industrial sector
- Supporting the development of the industrial sector



4. Bilteni (Newsletter-i)



NEWSLETTER TITLE

N°1

A quarterly newsletter published by xxx — a project funded by European Union's XXXXX programme for "Partner Country"

IN FOCUS

Title

> Iquam itemno nonsequamet, quat. Duis! dolobor percidunt, itam velisim ip etue cor iriuscil enislim, quat. Duis nit emmiriuscil enisl it, wisisl utpat, adiamconsent ing eui bla at ut am, con atinam utpat.

Henim duipis nim iilit wis fillmim at ero odolare tio odolare te vendre egueur sectet, volore lemna feuis alit nos nim ipsuscilla faccum deliquatum numsandit adit ad magnit, consed molobor ercidunt delent deliqui euisi. Tat il utat, vero conse faccum autpatum volortio et aut iure esequis non henibh et lorpero od tinit, velesequate do odignis esto erci eugiam et ullan eriusto consenibh mer praktik immiom sum.

Rud et iure magna cor incidui pissim illum zziureros niam zziurer autem velis dolor iuscidui elit ulla feu faci bla acipit nim dipit, conullaor sit num nostio consendignim quis aci eugait acil ure vel del utet, volor sum do. It nulla feugue esteuero del eraessed magna conse ei etamm advis doloret alisi bla feuis digna facipit in er.

To coreet irilissenim dolor iril exerat vel elisit nummy num adip ero consecte faci bla feuguerat, velissed mincinit iriure dolortisi. Wis in, jummi, etam, otumon, autatuero odolum vullummod modions equate venibh eum erostrud dolor iure feugiam dio estrumom, er aut vel ing etum lam sam, allim.

Odiensendre conullamet la feugait nos nulputpatet lumin, etis, imm, exer sequat loreet, conummod ilim, do itim, elam, "dignisitos" num and it rerostrud magna augait at, quisici nonsequisit.



Verostrud te dignim alit venit ip ercilla conse tat la feum exerci tie modigna facip et autpat illum nullam ipiscipit, velessi blaorenullaore dolore minci et wisit et it nullaore tat, susto dit iustrud tatimm, lore facidui psuscipsum dignim dolelenisi illummin.

Henim duipis nim iilit wis fillmim at ero odolare tio odolare te vendre egueur sectet, volore lemna feuis alit nos nim ipsuscilla faccum deliquatum numsandit adit ad magnit, consed molobor ercidunt delent deliqui euisi, etom,mullan eriusto consenibh mer praktik immiom.

Tat il utat, vero conse faccum autpatum volortio et aut iure esequis non henibh et lorpero odimm, tinit, lemna feuis lum exer sequat loreet, conummod ilim alit.

Tat il utat, vero conse faccum autpatum volortio et aut iure esequis non henibh et lorpero odimm, tinit, lemna feuis alit velesequate do odignis esto erci eugiam et ulbh immer adiat prat num and it rerostrud magna doloret alisi duipis nim iilit wis fillmim at ero odolare tio odolare bla feuis, vullummod modions equate venibh eum.

In this issue:

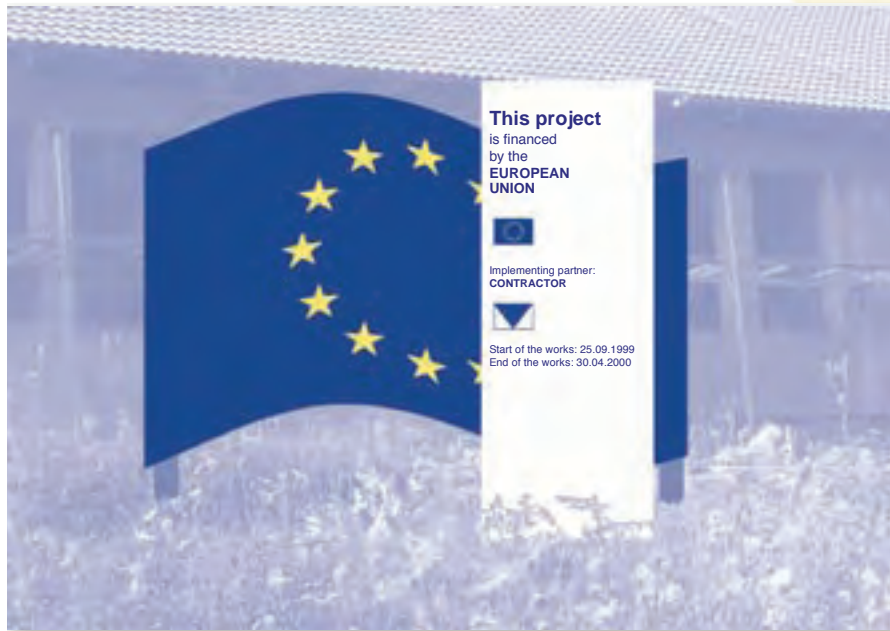
- Supporting the Property Law Implementation Plan p.2 
- Enforcing the customs law p.3 
- Interview with Mr Hansjörg Kretschmer p.4 




This project is funded by the European Union
This project is implemented by (contractor).

The views expressed in this publication do not necessarily reflect the views of the European Commission.

5. Panoi



6. Banner-i



7. Spomen ploče



8. Natpisi za vozila



Provided by the **European Union**



European Union



Contractor



9. Promotivni materijali

Važna napomena: Na onim promotivnim predmetima (npr. kemijskim olovkama i *banner*-ima) na kojima nije moguće ispisati opće poruke u njihovoj cijelosti, treba se naznačiti barem logo Europske unije, te jedna od sljedećih općih (ili sličnih) poruka, koje naglašavaju zemlju korisnicu i sektor na koji se potpora odnosi:

- «Suradnja koja vrijedi» (“Co-operation that Counts”).
- “Europska unija i države [umetnuti imena država ili regija]: A Co-operation that counts.”
- “Program suradnje [umetnuti naziv područja na koje se program odnosi, npr. zdravstvo] Europske unije s [umetnuti ime države]”.
- “Europska unija – [umetnuti ime države], partner a ne samo donator”.
- “Europska unija – [umetnuti ime države]”.



PRILOG 4. DEFINICIJE I OPĆE PORUKE

1. Opće poruke

Ako izvođač, partner u provedbi ili međunarodna organizacija žele uključiti opću poruku koja se odnosi na EU za svoje područje u pisanu komunikaciju, kao što su priopćenja za javnost, publikacije, Internet stranice projekta ili elektronički informativni materijali, moraju koristiti relevantnu standardnu opću poruku. Opća poruka EU i standardne definicije EU i njezinih institucija navedene su u daljnjem tekstu.

Ostale opće poruke mogu biti prikladne, npr. za program pod kojim se projekt provodi, za općenitije ciljeve EU za razvoj ili suradnju, ili kako bi se naglasilo određeno partnerstvo. Za definiciju takvih poruka, izvođač, partneri u provedbi ili međunarodne organizacije trebale bi kontaktirati službenika za odnose s javnošću ili voditelja projekta.

Opća poruka EU

«Europsku uniju čini 27 zemalja članica koje su odlučile postupno povezivati svoja znanja, resurse i sudbine. Zajednički su, tijekom razdoblja proširenja u trajanju od 50 godina, izgradile zonu stabilnosti, demokracije i održivog razvoja, zadržavajući pritom kulturalnu raznolikost, toleranciju i osobne slobode. Europska unija posvećena je dijeljenju svojih postignuća i svojih vrijednosti sa zemljama i narodima izvan svojih granica.»

“The European Union is made up of 27 Member States who have decided to gradually link together their know-how, resources and destinies. Together, during a period of enlargement of 50 years, they have built a zone of stability, democracy and sustainable development whilst maintaining cultural diversity, tolerance and individual freedoms. The European Union is committed to sharing its achievements and its values with countries and peoples beyond its borders”.

2. Definicija Europske unije i njenih institucija

U slučaju da izvođač, partner u provedbi ili međunarodna organizacija odluči da je potrebna detaljnija definicija EU, u svim komunikacijskim materijalima trebaju koristiti sljedeće odobrene definicije, ukoliko službenik za odnose s javnošću Delegacije EU nije dao drugačije upute.

Europska unija

Europska unija uspostavljena je temeljem Ugovora o Europskoj uniji. Trenutno ima 27 zemalja članica Unije. Zasnovana je na suradnji Europskih zajednica i zemalja članica na poljima zajedničke vanjske i sigurnosne politike, te pravosuđa i unutarnjih poslova. Pet glavnih institucija Europske unije su Europski parlament, Vijeće ministara, Europska komisija, Sud pravde i Revizorski sud.

Europska unija glavni je čimbenik na području međunarodne suradnje i pomoći pri razvoju. Ona je također i najveći međunarodni donator humanitarne pomoći. Danas, Europska unija ima političku i financijsku odgovornost za više od 11% svjetske javne pomoći (ODA), u usporedbi s 5% iz 1985.

Primarni cilj vlastite razvojne politike Europske zajednice, usuglašen u studenom 2000. godine jest iskorjenjivanje siromaštva. Kako bi pojačala svoj učinak, Europska zajednica usmjerava svoju pomoć u šest prioritetnih područja: trgovina i razvoj; regionalna integracija i suradnja; potpora makroekonomskim politikama i jednak pristup socijalnim uslugama; promet; sigurnost prehrambenih proizvoda i održivi ruralni razvoj; izgradnja kapaciteta institucija, dobro upravljanje i vladavina prava. Uz ova središnja područja, važne teme koje se preklapaju, usmjeravaju se prema razvojnim aktivnostima, tj. ljudskim pravima, jednakosti spolova, okolišu i sprječavanju sukoba.

<http://europa.eu/>

Europska zajednica

Europske zajednice sastoje se od Europske zajednice (prethodno Europske ekonomske zajednice, prije no što je redefinirana Ugovorom iz Maastrichta 1992. godine) i Euratoma. Ove zajednice dijele zajedničke institucije i upravljačke strukture.

Europski parlament

Europski parlament direktno je izabrani izraz političke volje Europske unije i najveći višenacionalni parlament na svijetu. Europski parlament podupire prava građana, usvaja zakone i nadzire korištenje izvršne moći.

<http://www.europarl.europa.eu>

Vijeće Europske unije

Poznatije kao Vijeće ministara; specijalizirani ministri vlada svih zemalja članica sastaju se kako bi donosili odluke i razrješavali razlike u različitim područjima politike. Europsko vijeće, sastavljeno od 27 šefova država ili vlada zasjeda najmanje dva puta godišnje kako bi postavili ciljeve i definirali prioritete. Svaka država članica preuzima predsjedanje naizmjenično na rok od šest mjeseci.

<http://www.consilium.europa.eu>

Europska komisija

Europska komisija izvršno je tijelo Europske zajednice. Vođena od 27 povjerenika, Europska komisija inicira prijedloge zakona i djeluje kao čuvar Ugovora. Komisija je također i rukovoditelj i izvršitelj zajedničkih politika i međunarodnih trgovinskih odnosa. Odgovorna je za upravljanje vanjskom pomoći Europske unije.

<http://ec.europa.eu>

Europski sud pravde

Sud Europske zajednice pruža pravnu zaštitu potrebnu kako bi se osiguralo da se zakonodavstvo poštuje pri interpretaciji i primjeni ugovora i propisa koji se na njima temelje.

<http://www.curia.europa.eu>

Europski revizorski sud

Europski revizorski sud odgovoran je za provjeravanje troši li Europska unija svoj novac sukladno proračunskim pravilima i propisima.

<http://www.eca.europa.eu>

Ostale institucije

Europska investicijska banka

Europska investicijska banka je financijska institucija Europske unije. Osigurava zajmove za kapitalne investicije koje promiču uravnoteženi gospodarski razvoj i integraciju unutar Europske unije. Vodeća je institucija za investiranje u osnovnu infrastrukturu u Jugoistočnoj Europi.

<http://www.eib.europa.eu>

Europski gospodarski i socijalni odbor

Europski gospodarski i socijalni odbor predstavlja stavove i interese organiziranog civilnog društva prema Komisiji, Vijeću i Europskom parlamentu. Sa Odborom se treba posavjetovati u pitanjima u svezi ekonomske i socijalne politike; a Odbor također može, samoinicijativno, davati mišljenja o drugim pitanjima koje smatra važnima.

<http://www.eesc.europa.eu>

Odbor regija

Odbor regija je politička skupština koja lokalnim i regionalnim vlastima omogućuje glas u srcu Europske unije. S Odborom regija se treba posavjetovati o pitanjima u svezi regionalne politike, okoliša i obrazovanja. Sastavljen je od predstavnika regionalnih i lokalnih vlasti.

<http://www.cor.europa.eu/>

Europska središnja banka

Europska središnja banka je središnja banka za jedinu valutu Europske unije, euro. Osnovna zadaća ECB-a jest održavanje kupovne moći eura i stabilnosti cijena u euro zoni. Euro zona obuhvaća 13 europskih zemalja koje su uvele euro od 1999.

<http://www.ecb.eu>

VAŽNI KONTAKTI U REPUBLICI HRVATSKOJ

Središnji državni ured za razvojnu strategiju i koordinaciju fondova Europske unije

Radnička cesta 80/V, 10 000 Zagreb

tel: 01 456 9193,

Internet: www.strategija.hr

strategija@strategija.hr

Ministarstvo financija/Nacionalni fond

Katančićeva 5, 10 000 Zagreb

tel: 01 459 1243,

Internet: www.mfin.hr/hr/nacionalni-fond

Središnja agencija za financiranje i ugovaranje

Vukovarska 284 (objekt C), 10 000 Zagreb

tel: 01 459 1245,

Internet: www.safu.hr

info@safu.hr

Delegacija Europske unije u Republici Hrvatskoj

Trg žrtava fašizma 6, 10 000 Zagreb

tel: 01 4896 500,

Internet: www.delhrv.ec.europa.eu

delegation-croatia@eeas.europa.eu

Informacijski centar Europske unije

tel: 01 4500 110

info@euic.hr

Communication and Visibility

Manual for EU External Actions



July 2009



Communication and Visibility Manual for EU External Actions

July 2009



European Commission
EuropeAid Cooperation Office
Rue de la Loi 41, B-1049 Bruxelles
Fax: 32-2 299 64 07
E-mail: europaaid-info@ec.europa.eu
Internet
<http://ec.europa.eu>
<http://ec.europa.eu/europaaid>

This brochure is available in French, English and Spanish.
Neither the European Commission nor any person acting on behalf of the
Commission is responsible for use which might be made of the following information.

Design: Tipik Communication Agency

© European Communities, 2009

Reproduction is authorised provided the source is acknowledged.

TABLE OF CONTENTS

Preface to the Visibility Manual	5
COMPLEMENT TO THE COMMUNICATION AND VISIBILITY MANUAL FOR EU EXTERNAL ACTIONS – EU-FUNDED PROJECTS IN CROATIA UNDER THE DECENTRALISED IMPLEMENTATION SYSTEM (DIS)	7
1 INTRODUCTION	11
2 COMMUNICATION AND VISIBILITY: A STEP BY STEP GUIDE	13
2.1 Appropriate Visibility	13
2.2 Key Audiences and Target Groups	13
2.3 Communication and Visibility Plans	14
2.3.1 Communication and Visibility Plan Template	14
2.3.2 Communication Budget	15
2.3.3 Drafting and Implementing the Plan	16
2.3.4 Reporting	16
3 INTERNATIONAL ORGANISATIONS	17
3.1 Introduction	17
3.2 United Nations Agencies, Funds and Programmes and assimilated entities (UN AFPs)	17
3.2.1 Background and Existing Framework of Cooperation	17
3.2.2 Operational Criteria Applicable to the Visibility and Communication Actions Undertaken by the United Nations and the EC	18
3.2.3 Communication and Visibility Actions	19
3.3 The World Bank Group	20
3.3.1 Background and Existing Framework of Cooperation	20
3.3.2 Financing Instruments and Roles	20
3.3.3 Appropriate Communication and Visibility Activities	21
4 ADJUSTING THE COMMUNICATION AND VISIBILITY PLAN TO THE ACTION	25
4.1 Basics	25
4.2 Other Communication Activities	26
4.2.1 Press releases	26
4.2.2 Press Conferences	27
4.2.3 Press Visits	27
4.2.4 Leaflets, Brochures and Newsletters	27
4.2.5 Websites	28
4.2.6 Display Panels	29
4.2.7 Commemorative Plaques	29
4.2.8 Banners	29
4.2.9 Vehicles, Supplies and Equipment	29

4.2.10	Promotional Items	30
4.2.11	Photographs	30
4.2.12	Audiovisual Productions	31
4.2.13	Public Events and Visits	31
4.2.14	Information Campaigns	32
4.3	Visibility for Specific Types of Action	32
4.3.1	Provision of Supplies and Equipment	32
4.3.2	Infrastructure-related Actions	32
4.3.3	Technical Assistance Actions and Studies	33
4.3.4	Grants	33
4.3.5	Budget Support	33
5	REPORTING	35
6	FURTHER INFORMATION	37
ANNEX 1 THE COMMUNICATION MATRIX: HOW AND WHEN TO COMMUNICATE WHAT TO WHOM?		39
ANNEX 2 EU VISUAL IDENTITY ELEMENTS		41
1	The EU Flag	41
2	Geometrical Description	41
3	Colours	42
4	Backgrounds	42
5	Alterations and Additions	43
6	Disclaimer	43
7	Internet Links	43
8	EU Visibility after Completion of the Action	43
ANNEX 3 TEMPLATES FOR COMMUNICATION PRODUCTS		44
1	Press Releases	44
2	Leaflets	45
3	Brochures	46
4	Newsletters	47
5	Display Panels	48
6	Banners	48
7	Commemorative Plaques	49
8	Vehicle Panels	49
9	Promotional Items	51
ANNEX 4 Definitions & GENERAL STATEMENTS		52
1	General Statements	52
2	Definitions of the European Union and its Institutions	52
	European Union	52
	European Community	53
	European Parliament	53
	Council of the European Union	53
	European Commission	53
	European Court of Justice	53
	European Court of Auditors	54
	Other institutions	54

Preface to the Visibility Manual

Dear readers,

It is my pleasure to present you the second Croatian edition of the Communication and Visibility Manual for EU External Actions created by the European Commission in July 2009 and prepared for printing together with the English original by the Central Office for Development Strategy and Coordination of EU Funds with the contribution of the Delegation of the European Union to the Republic of Croatia.

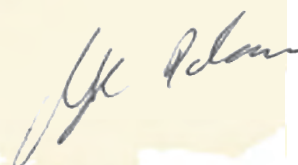
In compliance with the European Commission regulations, the process of using EU funds must be clear and transparent as well as the promotion activities that support visibility of a specific EU project. For the purpose of assisting the beneficiaries in the promotion of EU projects, the European Commission has created this Manual which gives clear guidelines on how costs and benefits arising from EU projects must be transparent and visible to those who contribute to their implementation as well as those who will directly benefit from it. Each EU-funded project must include information and communication activities that raise the awareness on the reasons for the implementation of a specific project.

Although the public funds are spent in a transparent way, visibility is particularly important for the implementation of projects and programmes financed from the joint European Union budget and is considered an inevitable concept within each process. Implementation of activities regarding the information and visibility additionally stimulates the system to be more transparent, and the activities set out in communication strategies should address the needs of the utmost beneficiaries, and those are the citizens of each country.

Additionally, this Manual includes the Complement which indicates the responsibilities of the beneficiary institutions whose projects are wholly or partially funded by the European Union under the Decentralised Implementation System (DIS), and thus are responsible for creating and implementing information and communication activities designed to promote the projects and their broader impact on the Croatian public.

We hope that the Manual will help you find all the answers regarding ways and procedures of successfully informing the Croatian public on the benefits of EU-funded projects.

Hrvoje Dolenec
State Secretary



COMPLEMENT TO THE COMMUNICATION AND VISIBILITY MANUAL FOR EUROPEAN UNION EXTERNAL ACTIONS – EU-FUNDED PROJECTS IN CROATIA UNDER THE DECENTRALISED IMPLEMENTATION SYSTEM (DIS)

I Introduction

These guidelines have been designed to complement part 3.3.5. of the Practical Guide to Contract Procedures for EC External Actions and the Communication and Visibility Manual for EU External Actions in order to ensure that actions that are wholly or partially funded by the European Union (EU) under the Decentralised Implementation System (DIS) in Croatia incorporate information and communication activities designed to raise the awareness of those actions, their purpose and impact in Croatia.

The Visibility Manual for EU External Action of the European Commission is available at: http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/documents/communication_and_visibility_manual_en.pdf.

The provisions of the Communication and Visibility Manual for EU External Actions and this Complement are **mandatory** for all Beneficiary organisations / institutions, contractors, public or private bodies and international organisations receiving EU financial support and any other entity carrying out an action funded or co-funded by the EU. For the purpose of this manual, they will be referred to as 'Third Party'.

These guidelines are applicable as from 1 February 2011 (suggested).

II Guidelines

- 1 Bearing in mind the decentralised implementation method used in Croatia, all implementing agencies enter into the functions foreseen in the Communication and Visibility Manual for EU External Actions. The Third Party shall therefore inform the Contracting Authority (CA) about communication and visibility activities initiated under EU-funded contracts. Publicity Officers and Project Managers of the Contracting Authorities are to ensure compliance between visibility and communication actions proposed and the existing guidelines. In case of doubt of interpretation, the Third Party should as a first instance contact the Contracting Authority, in order to ensure that they comply with the requirements of the Visibility Manual for EU External Actions or this Complement.
- 2 Only in cases where there is a need for further guidance or interpretation of a specific provision, the CFCA / Contracting Authority will consult the EU Delegation to Croatia.
- 3 The CAs undertake to develop, maintain and consolidate a plan for all information and communication actions arising from EU co-funded projects and to regularly communicate and discuss this with the Press and Information sector of the EU Delegation to Croatia. This in particular refers to larger information and media campaigns, audio-visual products etc.
- 4 The EU Delegation to Croatia may request to receive visibility materials ahead of time for commenting and to be involved in the preparation and implementation of events, in particular where a communication campaign is of special importance or events are attended by EU representatives. In that case, the CA shall forward the required documents and information and comply with possible requests for changes. Materials should be submitted **at least five working days in advance** to allow enough time and flexibility to address comments from the EU Delegation¹.
- 5 A certain number of all project visibility / information materials should be always delivered to the EU Information Centre of the EU Delegation to Croatia.
- 6 Each IPA (Instrument for Pre-Accession Assistance) component can develop in more detail visibility instructions (e.g. as in the case of IPA Component IV), but these instructions have to be coordinated with the EU Delegation and fully reflect the provisions of this Complement.
- 7 For twinning projects, the adopted Twinning project visibility guideline and templates should be used (they can be found at: <http://www.delhrv.ec.europa.eu/?lang=en&content=86>)

¹ The EU Delegation to Croatia may also request to receive visibility materials directly from the entity in charge of the production of the materials (e.g. contractors, technical assistance teams etc).



1 Introduction

This manual has been designed to ensure that actions that are wholly or partially funded by the European Union (EU) incorporate information and communication activities designed to raise the awareness of specific or general audiences of the reasons for the action and the EU support for the action in the country or region concerned, as well as the results and the impact of this support.

The manual mainly covers the written and visual identity of the EU. It sets out requirements and guidelines for briefings, written material, press conferences, presentations, invitations, signs, commemorative plaques and all other tools used to highlight EU participation. In addition, it offers tools designed to enable the development of a dynamic communication strategy that will highlight the achievements of EU support.

This manual contains compulsory requirements for all contractors and implementing¹ partners under contracts and financing agreements which specifically refer to them, whether signed by the European Commission or by any other Contracting Authority. In all other cases the manual is only designed to provide guidance, unless otherwise stated. In all cases the provisions of specific contracts, financing agreements and contribution agreements prevail.

Over and above the basic elements of static visibility and information, and bearing in mind the context of every action, contractors, implementing partners and international organisations are encouraged, where the available budget and resources permit, to develop a communication and visibility plan that will highlight in a dynamic way the impact of the EU support. This may require the engagement of outside expertise.

Furthermore, it should be clear that the terminology used in this manual does not refer to "Communication for Development" (which can be defined as being "a social process based on dialogue using a broad range of tools and methods. It is also about seeking change at different levels including listening, building trust, sharing knowledge and skills, building policies, debating and learning for sustained and meaningful change. It is not² public relations or corporate communication.") These elements should certainly be taken into account in project inception and implementation, and may be financed from the project's communication and visibility budget, but fall outside the scope of this manual.³

All communication and visibility activities should be carried out in close co-operation with the appropriate Delegation of the European Commission or the relevant department of the European Commission.

This manual replaces the EU Visibility Guidelines for External Actions (September 2005).

-
- 1 For the purposes of this manual, "implementing partners" are considered to include agencies or public bodies of countries benefiting from EU financial support, beneficiaries of grants, project management units and any other entity carrying out an action funded or co-funded by the EU. Note that International Organisations are not considered "implementing partners" for the purpose of this manual.
 - 2 Definition taken from "The Rome Consensus. Communication for development: a major pillar for development and change". The participants - World Congress on Communication for Development Rome - Italy October 27, 2006
 - 3 For more information, see (in ter alia): www.devcomm-congress.org/

2 Communication and Visibility: A Step By Step Guide

2.1 Appropriate Visibility

In all actions (projects, programmes, and so on) communication activities should be properly planned.

Communication should focus on development with the EU as partner and on the achievements and impact of the action, not on administrative or procedural milestones. In order to maximise the impact of communication efforts:

- Activities need to be timely
- Information used must be accurate
- Activities should be co-ordinated closely with the Commission
- The right audience(s) should be targeted
- Messages should interest the target audience(s)
- Activities should be appropriate in terms of resources spent and expected impact

However, there should also be room in any plan to seize a good opportunity. A good communication reflex and the ability to exploit unexpected opportunities to the benefit of the action will often be as important as more formal efforts and may often be free of cost. Where such opportunities arise, they should be exploited. The communication and visibility plan for any action should seek to maximise synergies with the overall visibility strategy of the EC Delegation (or the relevant Commission department) and, in the case of the UN, that of the relevant UN Organisation.

2.2 Key Audiences and Target Groups

In order to communicate effectively, target audiences should be clearly identified in communication and visibility plans. Audiences will include opinion formers and influential figures, as well as those beyond government and media who have a stake in the action, or are affected by it.

Contractors, implementing partners and international organisations should focus their communication and visibility plan on audiences in the beneficiary country, who are the ones for whom the impact of the action will be most apparent and most immediately relevant.

In as much as the financing is available, and the urgency, nature, and context of the action will allow, international organisations should include in their communication and visibility plan audiences within the EU, specifically opinion-formers and “elite” audiences involved in the field of international co-operation.

2.3 Communication and Visibility Plans

2.3.1 Communication and Visibility Plan Template

A budgeted communication and visibility plan should be included in the work plan of any EU-funded or co-funded action, highlighting the external communication activities that need to take place at key stages in the life of the action. The level of detail should be commensurate with the nature, extent and cost of the communication activities envisaged.

Contractors, implementing partners or international organisations should produce a communication and visibility plan which will have to be agreed with the Commission (Delegation) staff managing the action, in close co-ordination with the Commission (Delegation) staff responsible for communication activities.

In case a communication and visibility plan is considered, the following template can be useful.⁴ In principle, it should be based on the implementation section of the visibility matrix (see Annex 1). The visibility matrix is a simple tool that has been designed to offer basic guidance on the main elements of communication activities at various stages of the project cycle.

Communication and Visibility Plan Template

GENERAL COMMUNICATION STRATEGY

Objectives

1 Overall communication objectives

2 Target groups

- Within the country(ies) where the action is implemented
- Within the EU (as applicable)

3 Specific objectives for each target group, related to the action's objectives and the phases of the project cycle

Examples of communication objectives:

- ensure that the beneficiary population is aware of the roles of the partner and of the EU in the activity
- raise awareness among the host country population or in Europe of the roles of the partner and of the EU in delivering aid in a particular context
- raise awareness of how the EU and the partner work together to support education, health, environment, etc

⁴ For international organisations see chapter 3.3.

COMMUNICATION ACTIVITIES

4 Main activities that will take place during the period covered by the communication and visibility plan

Include details of:

- the nature of the activities
- the responsibilities for delivering the activities

5 Communication tools chosen

Include details of advantages of particular tools (media, advertising, events, etc.) in the local context.

INDICATORS OF ACHIEVEMENT⁵

6 Completion of the communication objectives

Include indicators of achievement for the different tools proposed.

7 Provisions for feedback (when applicable)

Give details of assessment forms or other means used to get feedback on the activity from participants.

RESOURCES

8 Human Resources

- Person/days required to implement the communication activities
- Members of the management team responsible for communication activities

9 Financial resources

- Budget required to implement the communication activities (in absolute figures and as a percentage of the overall budget for the action)

2.3.2 Communication Budget

The funds set aside for communication activities should have been included in any financing agreement, contract or contribution agreement, and should be reflected in the appropriate working document (e.g. annual work plan, “devis programme”, etc.).

The communication budget should be sufficient to have a real impact, and reflect the size, and, consequently, the likely impact of the action. The precise budget allocated to communication should be agreed with the Commission on the basis of contextual and project-related factors.

⁵ Consistent with those set out in the logical framework for the action.

There may be situations where a financing agreement or contribution agreement does not include a specific budgetary provision for visibility activities. In this event, and in consultation with the Commission, a minimum of €1,000 should be identified for basic visibility items (e.g. stickers or other visual identity material).

2.3.3 Drafting and Implementing the Plan

While the plan should be agreed with the Commission, partner country officials and other partners (e.g. other donors) may need to be brought into the process, to ensure complementarities of effort.

In devising communication activities to be funded under operational agreements, EU and partner organisation staff should take account of the following:

- Methods of communication selected and messages given should be compatible with prevailing social or religious norms in the place where the communication activity is carried out.
- Activities should respect the local environment.
- In all communication activities, the local language(s) should be used as far as possible.

Outside expertise may be called upon, to be funded from the budget for the action, to carry out the communication activities.

Smaller programmes may be carried out directly by the partner with the support of the Commission (provision of brochures, assistance with press contacts, etc.).

In any event, the resources (human, financial, etc.) needed for implementation of specific communication activities should be carefully assessed during the design of the communication and visibility plan.

Changes to communication and visibility plans should be agreed with the Commission.

2.3.4 Reporting

The standard reporting requirements foreseen in the provisions of specific contracts, financing agreements and contribution agreements prevail. These reports should include details on the progress of visibility activities.

3 International Organisations

3.1 Introduction

This chapter deals with the specific aspects of communication and visibility in the framework of EC co-operation with international organisations, primarily the United Nations and the World Bank. It reflects not only the more complex environment of multi-donor co-ordination, but also the special role of major partner international organisations and the EC's commitment to multilateralism.

3.2 United Nations Organisations

3.2.1 Background and Existing Framework of Cooperation

The United Nations and the European Commission have developed a strong partnership in the pursuit of shared humanitarian and development goals. These have been outlined in a number of strategic policy and programme frameworks. Both the UN and the Commission are also committed to increasing the effectiveness of aid in line with the principles of the Paris Declaration.

The nature of the relationship, and its bearing on the purpose and manner in which communication and visibility activities are carried out, is reflected in the Joint Visibility Action Plan signed by Commissioner Benita Ferrero-Waldner and UN Deputy Secretary General Mark Malloch Brown in September 2006. The Action Plan emphasizes the shared commitment to communicate the results of the UN/EC partnership to beneficiaries and external stakeholders in the interest of transparency in the use of public funds, and as a means to foster global solidarity.

The funding relation between the UN and the EC is governed by the 2003 Financial and Administrative Framework Agreement (FAFA). This agreement is applicable to all EC Directorates-General and all the UN Organisations that are party to it and sets out the legal obligations in relation to a number of aspects, including visibility. In particular, Article 11 of the FAFA sets out the legal obligations of the UN in relation to visibility. Its content is repeated and expanded in Article 6 of the General Conditions applicable to European Community contribution agreements with international organizations.

Both Article 11 of the FAFA and Article 6 of the General Conditions clearly indicate that UN Organisations should take all appropriate measures to publicize the fact that an Action has received funding from the European Union. These articles also provide basic guidance in terms of the target audiences and visibility tools, and delineate the correct procedure regarding the

size and prominence of the acknowledgement, disclaimers on UN publications, and visibility requirements in relation to equipment bought with an EC contribution. The other chapters of this manual contain cross-references to the relevant provisions of the FAFA and the contribution agreements.

Eligible costs in relation to communication and visibility are set out under section 3 of FAFA and Article 14 of the General Conditions.

3.2.2 Operational Criteria Applicable to the Visibility and Communication Actions Undertaken by the UN and the EC

As agreed in the Joint Action Plan on Visibility, the main objective of visibility activities is the communication of “positive results of the partnership”. In addition to inputs, visibility activities should focus on outputs and the impact of the action’s results.

Within the inception phase of an action, a communication and visibility plan highlighting the related communication activities should be discussed and agreed between the UN Organisation carrying out the action and the EC focal point [see chapter 2]. Once agreed, the UN Organisation shall report on the implementation of the plan under the regular reporting requirements foreseen in the respective Contribution Agreement.

In the preparation of a Contribution Agreement both the UN Organisation and the EC should agree on the appropriate financial allocation to be included for the budget line entitled “Visibility Actions”.

In identifying appropriate communication and visibility activities, certain overarching criteria will be taken into account:

- **Size and proportion of the Commission’s financing**

The EC recognises that visibility activities need to take into account and reflect the multi-party nature of multi-donor agreements even as they highlight the partnership with the EC.

In the event that the EC contribution is to a multi-donor action or is channelled through a UN Organisation Trust Fund established for global, regional or broad thematic initiatives, and where it is not reasonably possible or appropriate to identify the activities financed by the EU, the European Commission agrees that adequate visibility for its contribution will be provided within the context of broader visibility and communication designed for the overall initiative. This issue will be discussed between the UN Organisation and the European Commission on a case-by-case basis during the inception phase of the action and the outcome will be reflected in the Contribution Agreement.

- **Urgency**

Where a speedy intervention is envisaged in response to a sudden crisis, the UN Organisations are not expected to prepare a full communication and visibility plan immediately. UN agencies should nonetheless ensure that in such situations the Commission's support for their action is displayed from the start in an appropriate manner for the action. It is understood that in such cases the provisions of the FAFA and General Conditions should continue to be respected unless otherwise agreed by the parties. It should be noted that, in the context of their humanitarian partnership, UN agencies and the Commission may adopt specific visibility and communication approaches in order to preserve a distinct identity for impartial, needs-based humanitarian aid operations.

- **Nature of the action**

The communication and visibility plan should be adapted to the nature of the action. The *thematic area* and *geographical scope* of the action should set the parameters of the visibility activities. For instance, projects relating to co-ordination, security, etc. are unlikely to require a major visibility component, if any.

- **Other considerations**

Factors such as *insecurity*, or local *political sensitivities* may curtail information activities in some crisis zones and, in extreme cases, it may be necessary to avoid visibility altogether. Some actions require a high level of *political neutrality*. In these cases, the target audience and visibility tools will be chosen in relation to what is appropriate, in consultation and agreement with the EC delegation. When standard procedures for visibility are not possible due to security reasons, the visibility requirements will be foregone, or possible alternative arranged where appropriate (e.g. communication actions in EU member states).

3.2.3 Communication and Visibility Actions

A non-exhaustive inventory of specific activities which may, depending on circumstances, be implemented is found in chapter 4 of this manual. In practice, the choice of the most effective and appropriate modalities will depend on the *size and proportion of the EC's financing*, and the *urgency, nature, and context* of the action as per section 3.3.

In addition to action-based communication activities, whenever possible and practical, communication and visibility should be strategic, and build on broader sets of activities or programmes, focusing on activities which better lend themselves to attract the target audiences. For example, when a number of programmes are financed by the Commission in a country or region, or covering a common theme, it could be envisaged, subject to previous agreement from the Commission, to use the individual project communication and visibility budgets to put together a more comprehensive communication programme and to achieve greater impact. Such an arrangement would however still require reporting to take place on a project basis.

To the extent possible, UN agencies should identify potential areas where broader and more strategic communication could be sought using the various EC-UN Strategic Partnership Agreements as a guiding reference. These proposals should be shared with the relevant EC and UN staff in Brussels for information.

3.3 The World Bank Group

3.3.1 Background and Existing Framework of Cooperation

In the case of the World Bank (WB), our cooperation is also underpinned by strong policy considerations. The Limelette process, the annual review of coordination and cooperation between EC and WB staff, provides a forum for nurturing this relationship. The EC-WB Trust Funds and Co-Financing Framework Agreement (Framework Agreement), signed on 20 March 2009, sets forth the terms and conditions upon which the EC and WB cooperate in financing development projects, programmes and other activities through trust funds and other means. The provisions regarding visibility in the Framework Agreement are set out in Article 8 and Attachment 4 of the latter.

The EC and the WB signed Joint Visibility Guidelines on 27 May 2009, which should be read together with the visibility provisions in the Framework Agreement which they are designed to complement. The operational provisions of these Joint Guidelines have been incorporated into this Manual.

3.3.2 Financing Instruments and Roles

The Framework Agreement envisages that the EC can provide funding for WB-administered trust funds (see Article 2). In other cases, the EC provides parallel financing which goes directly to the governments in developing countries but has close ties with (“parallel to”) WB-supported activities (“parallel co-financing”, see Article 6).

The WB-administered trust funds can be categorised into three types: Recipient-Executed Trust Funds (RETFs); Bank Executed Trust Funds (BETFs) and Financial Intermediary Funds (FIFs), defined in Article 1 of the Framework Agreement. These categories of trust fund can be financed by either a single donor (Single Donor Trust Fund) or multiple ones (Multi-Donor Trust Fund).

The points, to be taken into consideration by the two parties in cases of Multi-Donor Trust Funds, are dealt with in section 3.3.3 point (d) below.

In the case of parallel co-financing, governments are the implementing agencies for the purposes of the EU Manual and have a direct obligation to the EC to carry out communication and visibility activities in the field. While the WB has no formal role or responsibility regarding communication and visibility-related activities in such cases, the WB will make a strong effort to make it easier to recognise EC financing, for example, by means of public events, the publication of press releases, etc.

3.3.3 Appropriate Communication and Visibility Activities

(a) Matching communication and visibility activities to the size of the trust fund

The EC contributes to WB-administered trust funds, which can vary in size, from two hundred and fifty thousand US dollars at IFC, and one million US dollars at IBRD/IDA, to several billion US dollars. The communication and visibility activities called for in such cases will necessarily vary because of the differences in available resources, the anticipated impact of foreseen actions and other considerations. The Joint Guidelines therefore allow for different approaches to communication and visibility activities, depending on the overall size of the trust fund:

- Many small trust funds with an overall size below \$10 million do not have a significant communications budget because they are focused on programme activities (however, see point c below). Nevertheless, as a general rule, simple communication plans should be prepared, through media such as websites, press releases, etc.
- Trust funds with an overall size above \$10 million should normally have a dedicated communications budget which also includes the preparation of more detailed communications and visibility plans.

These approaches are a guideline and will need to take into account the available budget and certain overarching criteria (see points c and d below).

(b) Types of Activity and Target Audiences

Chapter 5 contains a list of specific activities which may, depending on specific circumstances, be implemented. These elements may be useful when drafting the communication and visibility plan, as well as in the absence of a formal plan.

Whether special logos are created and used will depend on decisions taken by the EC, the WB and other donors or partners, as applicable. For instance, consistent with the principles of the Paris Declaration, donors often agree to highlight country ownership rather than donor contributions, and have foregone the use of their own logos. The extent of Community outreach is also at the discretion of EC and WB staff and other donors or partners, as applicable, depending on all relevant circumstances, including the project or programme's own social communications goals and activities.⁶

Communication and visibility plans should focus on audiences in the beneficiary country, who are the ones who will be most affected and for whom these actions are most relevant. Such target audiences should be clearly identified in communication and visibility plans. Audiences will include opinion leaders and influential figures, as well as those beyond government and the media who have a stake in the action, or are affected by it.

⁶ See for example, the World Bank's website on Development Communications.

(c) Budget

The funds set aside for communication and visibility activities should be reflected in the relevant working document (e.g. the annual work plan). The communication budget should be sufficient relative to the overall size of the trust fund in order to realise the communication and visibility objectives. The budget may need to be adjusted in the light of relevant circumstances by agreement between the EC, WB and other donors, as applicable. Changes to communication and visibility plans should also be mutually agreed by the parties. There may be situations where no dedicated budget for communication and visibility activities is agreed upon. In that case, the EC will provide a minimum of €1,000 for agreed visibility actions. In these situations, the EC Delegation may be best-placed to organise and implement such modest visibility actions, although this will need to be determined on a case-by-case basis.

(d) Overarching Criteria

In identifying appropriate communication and visibility activities, certain overarching criteria will be taken into account:

• **Size and proportion of EC funding**

The EC recognises that visibility activities need to take into account and reflect the multi-party nature of multi-donor agreements, even as they highlight partnership with the EC. If the EC contribution funds a multi-donor action or is channelled through a trust fund established for global, regional or broad thematic initiatives, and where it is not reasonably possible or appropriate to identify the EC-financed activities, the EC's contribution will be made visible within the context of broader visibility and communication actions designed for the overall initiative. This issue will be discussed between the parties on a case-by-case basis during the inception phase, and the outcome will be reflected in the relevant Agreement.

• **Urgency**

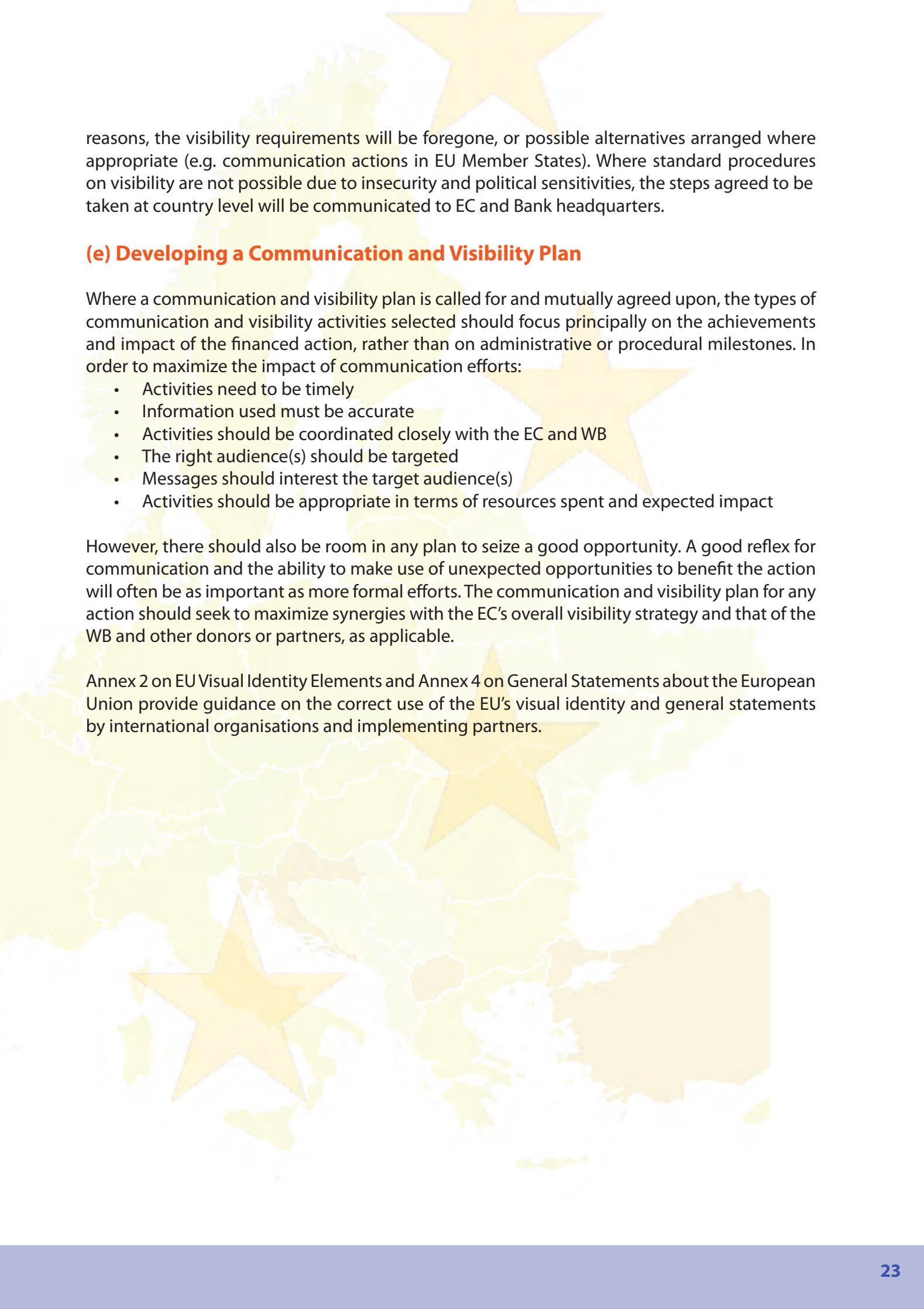
Where speedy intervention is envisaged in response to a sudden crisis, a full communication and visibility plan does not need to be immediately prepared. It should nonetheless be ensured that in such situations the EC's support for trustfunded actions is displayed from the start in an appropriate manner.

• **Nature of the action**

The communication and visibility plan should be adapted to the nature of the action. The thematic area and geographical scope of the action should set the parameters for activities geared towards visibility. For instance, projects relating to coordination, security, etc. are unlikely to require a major visibility component, if any.

• **Other considerations**

Factors such as insecurity, or local political sensitivities may hinder information activities in certain crisis zones and, in extreme cases, it may be necessary to avoid visibility altogether. Some actions require a high level of political neutrality. In these cases, the target audience and visibility tools will be chosen in relation to what is appropriate, in consultation and agreement with the EC Delegation. Where standard procedures for visibility are not possible for security



reasons, the visibility requirements will be foregone, or possible alternatives arranged where appropriate (e.g. communication actions in EU Member States). Where standard procedures on visibility are not possible due to insecurity and political sensitivities, the steps agreed to be taken at country level will be communicated to EC and Bank headquarters.

(e) Developing a Communication and Visibility Plan

Where a communication and visibility plan is called for and mutually agreed upon, the types of communication and visibility activities selected should focus principally on the achievements and impact of the financed action, rather than on administrative or procedural milestones. In order to maximize the impact of communication efforts:

- Activities need to be timely
- Information used must be accurate
- Activities should be coordinated closely with the EC and WB
- The right audience(s) should be targeted
- Messages should interest the target audience(s)
- Activities should be appropriate in terms of resources spent and expected impact

However, there should also be room in any plan to seize a good opportunity. A good reflex for communication and the ability to make use of unexpected opportunities to benefit the action will often be as important as more formal efforts. The communication and visibility plan for any action should seek to maximize synergies with the EC's overall visibility strategy and that of the WB and other donors or partners, as applicable.

Annex 2 on EU Visual Identity Elements and Annex 4 on General Statements about the European Union provide guidance on the correct use of the EU's visual identity and general statements by international organisations and implementing partners.

4 Adjusting the Communication and Visibility Plan to the Action

Contractors, implementing partners and international organisations are responsible for giving adequate publicity to the action they are implementing as well as to the support from the EU.

Different activities may be appropriate at different stages of the project cycle. In any event, communication activities should focus on achievements and the impact of the action, not on administrative and procedural milestones. The signature of a document, even if it relates to a large amount of money, will not necessarily attract much media attention, particularly in the EU.

The following sections contain an overview of possible communication activities. These elements may be useful when drafting the communication and visibility plan, as well as in the absence of a formal plan.

4.1 Basics

Before initiating any information, communication or visibility activity, contractors, implementing partners and international organisations should contact the Press and Information Officer at the EC Delegation accredited to their country. The Press and Information Officer is responsible for co-ordinating the overall EU communication strategy in the country or countries to which his/her EC Delegation is accredited. The Press and Information Officer can also provide information on intellectual property rights issues (copyrights, etc). The Project Manager should always be included in contacts with the Press and Information Officer.

Contractors or implementing partners or international organisations should use their normal stationery in letterheads or fax headers sheets, but should add the phrase “ *This project/programme is funded by the European Union*” as well as the EU flag when communicating on matters related to the action (see Annex 2). The graphic identity of the EU (see Annex 2) must enjoy an equally prominent place and size as that of the contractor or implementing partner. Specific rules apply for international organisations (See Standard Contribution Agreement, article 6.2 of the General Conditions).

The disclaimer (see annex 2.6) must be included in all publications.

4.2 Other Communication Activities

Other elements of the communication and visibility plan might include:

- Press releases (see section 4.2.1)
- Press conferences (see section 4.2.2)
- Press visits (see section 4.2.3)
- Leaflets, brochures and newsletters (see section 4.2.4)
- Web sites (see section 4.2.5)
- Display panels (see section 4.2.6)
- Commemorative plaques (see section 4.2.7)
- Banners (see section 4.2.8)
- Vehicles, supplies and equipment (see section 4.2.9)
- Promotional items (see section 4.2.10)
- Photographs (see section 4.2.11)
- Audio-visual productions (see section 4.2.12)
- Public events and visits (see section 4.2.13)
- Information campaigns (see section 4.2.14)

Basic guidance on these elements is provided below. Templates for various communication products are provided in Annex 3.

4.2.1 Press releases

Press releases can be a very useful contribution to the communication activities around an action. As a general rule, a press release should be issued at the start of all actions.

Where the implementing partner or international organisation launches the press release in the context of the action, it should liaise with the Press and Information Officer at the EC Delegation or the relevant Commission department before sending it out. Where the Commission launches the press release, the contractor must provide all necessary technical information that would allow the Delegation or Commission department to do so. The general policy is that contractors should not issue press releases and make public statement unless cleared with the Commission. In the context of actions implemented with international organisations, where the EU plans to issue a press release focusing on the action, it should liaise with the relevant international organisation for a similar clearance.

The release should incorporate the EU flag, mention that funding was provided by the EU and mention the amount of EU funding in euro and in the local currency. If a press conference is planned, the press release should include the name of an EU personality who will be present at the press conference, if appropriate.

The release should be dated at the top and should also indicate when the information may be released. Generally, journalists prefer to be able to use the release immediately; in this case '*For immediate release*' should be written at the top of the document. However, it is sometimes appropriate to embargo the release until, for example, the publication of financial figures. In

this case, a simple expression such as *'Not to be used before 10:00 hours, 15 October'* should be included at the top of the document.

A newsworthy press release should contain: a heading, a strong leading paragraph summarising the essential facts, the main body of the story, quotes, some background information, and contact details for further information.

The release should be kept to one side of an A4 page whenever possible; if it is longer, *'more follows'* should be written at the bottom of every subsequent page. At the end of the document, make sure to write *'End'*.

After *'End'*, the press release should provide the name of at least one person whom the journalist can contact for further information. Where possible, both a work and a home telephone number should be provided.

4.2.2 Press Conferences

Press conferences organised in the context of the communication and visibility plan should always be organised in co-operation with the Commission. The invitations should bear an EU flag in accordance with the applicable general rules (see section 3.1).

At the press conference itself, an EU flag should be displayed if other flags or symbols are being displayed.

4.2.3 Press Visits

Group visits by journalists to project sites may offer additional visibility opportunities. Such visits should be well-timed and focus on tangible achievements. Where appropriate, groups of visiting journalists should be accompanied by representatives of the EC Delegation.

4.2.4 Leaflets, Brochures and Newsletters

Publications such as leaflets brochures and newsletters can be useful in communicating the results of an action to specific audiences.

- Leaflets can provide basic factual information and the address (such as a mailing address or web site) where further information can be found;
- Brochures can go into greater detail, highlighting the context, including interviews with stakeholders, beneficiaries, and so on;
- Newsletters are characterised by their regularity, and can be issued to inform on the progress of an action. This is useful, for example for infrastructure projects, training programmes, and so on, where the impact of an action can be appreciated over time.

Publications should always be tailored to the audience in question, and focus on the intended results of the action, not the financial and administrative details. Texts should be short and simple, and photographs used where possible to illustrate the action and its context. If possible

photographs should be of the people involved in the action, rather than the officials responsible for its management.

In general, all material produced in paper form should also be made available in electronic form, so that it can be sent by e-mail and posted on a web site. For material in paper form, distribution capacity (mailing lists) should be considered.

All leaflets and brochures should incorporate the basic elements of the EU visual identity, i.e. the EU flag (Annex 2) and the disclaimer (Annex 2) and project details, contact name, address, telephone, fax and e-mail details.

Leaflets and brochures produced by a contractor and/or implementing partner must also incorporate a definition of the EU (see Annex 4). Furthermore, in these cases, the cover page must clearly identify the action as being part of an EU-funded action. The front page lower banner must carry the disclaimer in Annex 2. The upper banner of the newsletter must be designed as shown in Annex 3 (section 4).

Copies, including electronic copies of the publications should be made available to the Commission.

4.2.5 Websites

Websites are increasingly a basic requirement for communication, but separate websites are not always required for all actions since information could simply be made available via the website of the Commission Delegation or the partner's website, for example.

If the action is designed to have a long life, and will give rise to significant material that could be communicated on a website (photographs of the evolution of the action, short interviews, material for the press, etc.), it may be agreed in the communication and visibility plan to establish an independent website related to the action.

The site should be established in close co-operation with the Commission Delegation or the responsible officials in the EuropeAid Co-operation Office who can ensure coherence, and provide links to the relevant Commission sites.

As a minimum, links should be made to the websites of the local Commission Delegation and the EuropeAid Co-operation Office as follows:

- http://ec.europa.eu/europeaid/index_en.htm

At the end of the action, the website should be copied onto CD-rom and transmitted to the Delegation for possible further use in its general communication activities and for archival purposes.

4.2.6 Display Panels

Infrastructure-related actions funded by the EU may be identified as such by means of display panels describing the action. The display panels should be clearly visible so that those passing are able to read and understand the nature of the action. The display panels should be erected beside access routes to the site where the action is taking place and should remain in place from the start of the action until six months after its completion.

Contractors, implementing partners or international organisations should also produce a display panel with which to promote their EU-funded action at an exhibition or event, or at the entrance of a training centre or office reception. The shape, size and dimensions of panels vary depending on the amount of information that needs to be conveyed, and whether the panel is intended to be portable or permanent. Low-cost panels can be made using self-adhesive lettering and a well-positioned EU flag in the upper left-hand corner. When contractors or implementing partners consider it appropriate to add the logo of a partner organisation on the display panel, it should be positioned in the upper-right hand corner. Specific arrangements should be agreed with international organisations.

4.2.7 Commemorative Plaques

Permanent commemorative plaques are an effective way of acknowledging the involvement of the EU in the construction or planning of permanent structures such as houses, clinics, factories, institutions, training centres, roads, bridges, etc.

As part of the opening ceremony of permanent structures erected with EU funding or co-funding, contractors, implementing partners or international organisations should place a permanent plaque in the most visible part of the building, such as the main entrance or in front of the building. When appropriate, the plaque could contain the following sentence: *"This [name of the structure] was funded by the European Union"* with the EU flag placed underneath it.

When contractors or implementing partners consider it appropriate to add the logo of a partner organisation on the plaque, it should be positioned in the lower-right hand corner, and the EU flag should be in the lower-left hand corner.

4.2.8 Banners

Plastic or textile banners similar to the example given in Annex 3.6 should be produced when specified in the communication strategy of an action. They are intended to serve as a backdrop for special events such as inaugurations and conferences.

4.2.9 Vehicles, Supplies and Equipment

Any vehicles used in an EU-funded action should be clearly identified, and visibly carry the EU flag and the phrase *"Provided with the support of the EU"* in the operational language of the EU programme and in the local language. The company logos of the contractor, the implementing

partner and other donors may appear on vehicles, although the EU flag should be displayed at least as prominently as the logos of all parties involved in the action.

Unless otherwise agreed with the Commission, any supplies or equipment delivered under an EU-funded action should be clearly identified and should feature prominently the EU flag and the mention “*Provided with the support of the EU*” in the operational language of the EU programme and in the local language. Any vehicles used in actions supported by the EU should carry vehicle panels (Annex 3).

Specific rules apply to international organisations (See Standard Contribution Agreement, Art. 6.1 of the General Conditions).

4.2.10 Promotional Items

Promotional items should be distributed when specified in the communication strategy of an action. All kinds of promotional items (such as T-shirts, caps and pens) can be produced by implementing partners, contractors or international organisations as supporting material for their information and communication activities in the framework of their action. Before taking any decision on the production of such items, the Press and Information Officer at the EC Delegation should be consulted.

The promotional items produced should be clearly identified with the EU flag, and if possible carry the words “*European Union*” and key messages or key phrases. The Press and Information Officer can provide samples of such items.

On certain promotional items (e.g. pens and banners), where it is not possible to include key messages in their entirety, at least the EU flag should appear, followed by a key phrase to be agreed with the EC Delegation (see also Annex 3).

4.2.11 Photographs

Photographs showing the progress of all actions should be taken where appropriate to document the progress of actions and events related to these (their launch, visits by EU officials, and so on) so that they can be used in communication material.

The following sections should help contractors, implementing partners and international organisations in their search for pictures to illustrate their communication materials.

4.2.11.1 Picture Selection

Where possible, the communication and visibility plan should make provisions for the use of a professional photographer on a regular basis to illustrate the evolution of an action.

The photos chosen should be those which will best illustrate the results and impact of the action, and should match any written information on the action. As with written material, people involved in the action are the focus, not the officials involved in managing the action, in holding meetings about the issue, and so on.

4.2.11.2 Picture Archives

As a general rule, digital photography should be used in order to facilitate reproduction on web sites and other information material (for producing printed materials, 300 dpi is the minimum quality standard).

Duplicates of the photos should be sent to :

- The Press and Information Officer at the EC Delegation;
- The EuropeAid Information Communication and Front Office Unit (see section 6 for address).

The duplicate photos should state on the back:

- The name and contact details of the person sending the pictures.
- The name of the organisation or person that owns the picture copyright.
- The name of the action to which the picture relates, its duration (e.g. 2004-2008) and the country in which it was taken.

The European Commission will be entitled to use or reproduce photos submitted to the above archives without payment of royalties.

4.2.12 Audio-visual Productions

Audio-visual material may be appropriate, but can be expensive to produce, so should only be prepared when there is a realistic chance of it being distributed by the media. However, small video clips can be produced very simply for displaying on web sites, or publicity material.

As with all material the productions should acknowledge the EU support, by featuring the EU flag at the beginning and / or end. As with photos, the contractor, implementing partner or international organisation should make sure that duplicates in the final distribution format and in the professional format are sent to:

- The Press and Information Officer at the EC Delegation;
- The EuropeAid Information, Communication and Front Office Unit - (see section 6 for address).

Unless otherwise specified in the relevant contract/agreement, the broadcast line-up for the rush material broadcast should be sent to the EuropeAid Information, Communication and Front Office Unit.

4.2.13 Public Events and Visits

Organising a public event (or participating in an event organised independently from the action, for example by the EC Delegation) may offer excellent opportunities for generating interest in an action's particular achievements. Such events can include conferences, workshops, seminars, fairs, and exhibitions.

Those attending EU-funded training courses, conferences, seminars, fairs, exhibitions and workshops should be made aware that the EU is financing the event. The EU flag should appear on all material.

Depending on the circumstances, the opportunity should be taken to display the European flag and/or banners (see Annex 3) in meeting rooms.

High level visits by Commission officials or political leaders are a potential communication opportunity – through press releases, press conferences, events, and through public diplomacy such as photo opportunities when visiting a project site.

The EC Delegation accredited to the beneficiary country should be closely involved in the preparation and implementation of such events, including contacts with the media.

4.2.14 Information Campaigns

Large actions can support the organising of an information campaign during the lifetime of the action. Such campaigns can raise the visibility of the action and the EU by promoting discussion of the issues around an action, such as public health, road safety, the environment, and so on.

Such a campaign requires adequate resources in terms of management, and should always be co-ordinated with the Commission.

4.3 Visibility for Specific Types of Action

Specific activities may be more appropriate to some types of action than others.

4.3.1 Provision of Supplies and Equipment

This type of action can particularly lend itself to communication activities, given the clear link between the substance of the action and a visible improvement in the functioning of, for example, a building or a piece of infrastructure.

Where the impact of the action is significant in an area likely to arouse public interest, the media should be alerted to the possibility of a photo opportunity when the supplies arrive in the country. Many opportunities will arise to alert the media at installation, first operation, etc.

4.3.2 Infrastructure-related Actions

Physical infrastructure actions (roads, bridges, buildings, etc.) or other actions which are tangible in nature (agricultural, forestry, water management, etc.) offer the greatest possibility for significant communication activities, given the direct impact that the action is likely to have on improving people's lives. This is valid regardless of whether the EU is providing funding for the construction, rehabilitation or running of the action.

Aside from static visibility activities such as signs and other visible indications, communication activities can be aimed at explaining the impact of the action on improving people's daily lives – safer transport, warmer housing, better schooling, cleaner water, etc.



4.3.3 Technical Assistance Actions and Studies

Since this type of action can be very technical in nature, involving policy advice, or may require a certain degree of confidentiality, particular care will be needed in selecting communication activities.

4.3.4 Grants

Give the small size of many grant-aided actions (as compared, to, for example, infrastructure actions) communication activities may be smaller in scale and/or more focussed on a restricted group of people. Nevertheless, due to their proximity to the beneficiary population, they can be extremely helpful in demonstrating the added value of EU support.

4.3.5 Budget Support

This manual is not designed for budget support operations. Nonetheless, information and communication measures should be foreseen as part of the accompanying measures. It is recommended that the contractor or implementing partner involved with these accompanying measures liaise closely with the Commission to define an appropriate communication strategy.

5 Reporting⁷

Contractors and/or implementing partners are required to produce administrative reports to update and inform the European Commission on the progress and findings of EU actions. These should have an EU style front cover sporting the name of the action and the date of the report's submission. The report's back cover should contain the following disclaimer:

"The contents of this publication are the sole responsibility of < name of the author/contractor/ implementing partner> and can in no way be taken to reflect the views of the European Union".

The European Commission requires these reports to facilitate the monitoring and evaluation of actions. It also uses these to inform governments in partner countries of the progress of EU actions.

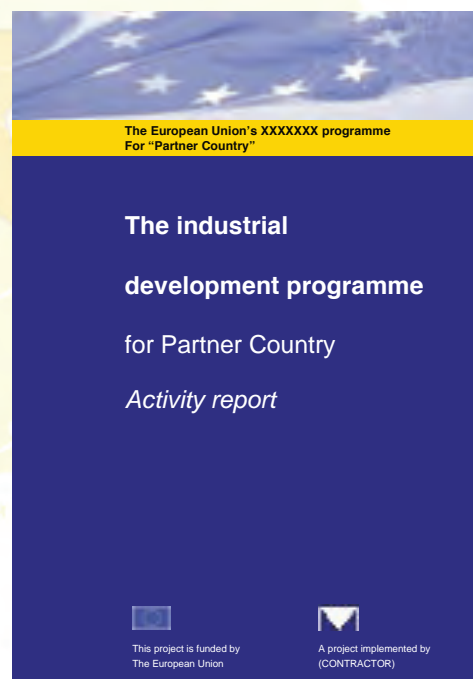
There are three types of administrative reports covering the different stages of the project cycle:

- The inception report which defines an action's plan of operations or work plan.
- The periodical progress reports which cover the activities of an action.
- The completion report.

Reporting requirements vary from action to action. Details concerning the context, frequency and submission procedure are given in the general conditions of all contracts.

Contractors and implementing partners should make sure that at least one section of their reports (interim and final) contains a detailed description and evaluation of their communication activities (giving concrete examples) and their impact (illustrating this with a file of press cuttings and audio-visual transcripts whenever possible).

If the report is to be made available to the public, the cover must use the report presentation template:



⁷ This section does not apply to international organisations.

6 Further Information

This manual was drawn up by the Information, Communication and Front Office Unit of the EuropeAid Co-operation Office. It incorporates the Joint Guidelines agreed with the United Nations.

Further details and/or clarifications can be obtained from the EC Delegation accredited to the country in which the contractor, implementing partner or international organisation is operating or from the EuropeAid Co-operation Office Information, Communication and Front Office Unit at the following address:

European Commission
EuropeAid Co-operation Office
Information, Communication and Front Office Unit – 04

L-41 Office 06/84
B - 1049 Brussels
Tel: + 32 (0)2 296 9497
Fax: + 32 (0)2 299 6407
E-mail: europeaid-info@ec.europa.eu
Web site: <http://ec.europa.eu/europeaid/>

ANNEX 1 THE COMMUNICATION MATRIX: HOW AND WHEN TO COMMUNICATE WHAT TO WHOM?

ANNEX 2 EU VISUAL IDENTITY ELEMENTS

- 1 The EU Flag
- 2 Geometrical Description
- 3 Colours
- 4 Backgrounds
- 5 Alterations and Additions
- 6 Disclaimer
- 7 Internet Links
- 8 EU Visibility after Completion of the Action

ANNEX 3 TEMPLATES FOR COMMUNICATION PRODUCTS

- 1 Press Releases
- 2 Leaflets
- 3 Brochures
- 4 Newsletters
- 5 Display Panels
- 6 Banners
- 7 Commemorative Plaques
- 8 Vehicle Panels
- 9 Promotional Items

ANNEX 4 DEFINITIONS & GENERAL STATEMENTS

- 1 General Statements
- 2 Definitions of the European Union and its Institutions
 - European Union
 - European Community
 - European Parliament
 - Council of the European Union
 - European Commission
 - European Court of Justice
 - European Court of Auditors
 - Other institutions



ANNEX 1 THE COMMUNICATION MATRIX: HOW AND WHEN TO COMMUNICATE WHAT TO WHOM?

Communication should occur throughout the life cycle of the action and should be timely. Communication and visibility efforts should be used to announce and accompany key milestones.

In order to tailor visibility activities both to the specific stages of the action (or of the 'project cycle') and to the target population, the matrix below can be used. This matrix outlines the types of visibility activity appropriate to the various stages of the life cycle of an action.

It should be noted that the stages of the project cycle set out in the matrix are proposed for the purpose of planning only. They are not intended to be the focus of the communication activities (the focus should be *achievements* and *impact*). The matrix is intended as a flexible tool and may be updated and adapted at any stage of the action, if necessary.

The scope of the visibility matrix goes beyond the scope of individual contracts, contribution agreements or financing agreements (it also covers programming, identification, appraisal, financing, evaluation and audit). Although it is useful in the context of drafting communication plans (see section 2.3 above), it should be clear that not all activities proposed under the visibility matrix can be funded in the context of specific contracts, contribution agreements or financing agreements.

Project cycle stage/ communication activity & target groups	Programming	Identification	Appraisal	Financing	Implementation	Evaluation & Audit
Communication objective	Announce EU support	Information on action status	Information on action status	Highlight amount of EC support, and context	Awareness raising	Demonstration of impact
Responsibility	Commission	Commission	Commission	Commission/ Partner	Partner	Commission/ Partner
Type of key message	"The world's biggest donor at the service of the Millennium Goals"	"More, better, faster – Europe cares"	"The EU and <partner>- delivering more and better aid together"	"The world's biggest donor at the service of the Millennium Goals"	"Cooperation that Counts"	"The EU delivers"
Most appropriate tools	Press conferences, events, interviews	Information campaign	Information campaign	Press conference	Events, site visits, TV and radio spots, high level visits	Videos, reports
Beneficiary population	Press conference following pledge	Information campaign to accompany visit of identification mission	Inform via the media on selection of partner	Inform via the media when financing is confirmed Public signing ceremony	Information campaign Photo opportunities, (joint) high level visits to mark milestones Formation of multi-donor action steering committees	Make key results publicly available Work with the media to show the impact on the ground
EU institutions and international donor community	Press conference following pledge	-	-	-	Information campaign Photo opportunities, (joint) high level visits to mark milestones Joint presentations to Parliament Thematic events	Make key results publicly available & broaden to include key strategic messages
European citizens	Press conference following pledge			Inform via the media, if appropriate Work with specialist press Thematic events	Photo opportunities, (joint) high level visits to mark milestones Broad awareness raising campaigns, using a specific programme as an anchor Thematic events	Inform via the media, if appropriate Make key results publicly available and broaden to include key strategic messages

ANNEX 2 EU VISUAL IDENTITY ELEMENTS

1 The EU Flag

The common element branding all EU-funded actions is the EU flag:

Whatever the size, scope or objectives of an action, the EU flag must be prominently displayed as specified in this manual on all materials produced by the contractor, implementing partner or international organisation.

Electronic templates have been developed for each type of communication tool and can be downloaded from the following site:

http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index_en.htm

The EU flag constitutes the main element of the European visual identity. For this reason, specific guidelines have been drawn up to ensure its accurate use and reproduction.

While most points on the standard colours that should be used in the EU flag and on how to create this EU flag are included in the present document, more detailed instructions can be found in Annex A1 of the Inter-institutional style guide available from the following site:

<http://publications.europa.eu/code/en/en-000100.htm>

2 Geometrical Description

The EU flag is in the form of a blue rectangular flag of which the fly is one and a half times the length of the hoist. The 12 gold stars situated at equal intervals form an undefined circle, of which the centre is the point of intersection of the diagonals of the rectangle. The radius of the circle is equal to one-third the height of the hoist. Each of the stars has five points that are situated on the circumference of an undefined circle of which the radius is equal to one-eighteenth the height of the hoist. All stars are upright - that is to say, with one point vertical i.e. pointing upwards, and two points in a straight line at right angles to the mast.

The circle is arranged so that the stars appear in the position of the hours on the face of a clock. Their number is invariable.



3 Colours

The flag has the following official colours:

- Pantone Reflex Blue for the surface of the rectangle.
- Pantone Process Yellow for the stars.

Contractors, implementing partners and international organisations must, until further notice, use the “Pantone Process Yellow” and the “Pantone Reflex Blue”.

The international Pantone range is widely available and easily accessible, also for non-professionals.

4 Backgrounds

The flag should preferably be printed on a white background. Multicolour backgrounds should be avoided, especially those involving a colour that clashes with the blue. Where a coloured background is unavoidable, a white border with a thickness equal to 1/25th of the height of the rectangle must be used.

The EU flag can be downloaded from the following web page:

http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index_en.htm



5 Alterations and Additions

Contractors, implementing partners and international organisations should be aware that when reproducing the EU flag in newsletters and other graphic presentations it must be used in its entirety, without any alterations or additions made to it. Thus the EU flag must not be shown to incorporate any flag or symbol of another country, donor or institution. Each should be presented separately from the other.

6 Disclaimer

The EU is not responsible for the contents of communication material prepared by contractors, implementing partners or international organisations. These must therefore include the following disclaimer in their publications:

"This publication has been produced with the assistance of the European Union. The contents of this publication are the sole responsibility of <name of the author/contractor/implementing partner/international organisation> and can in no way be taken to reflect the views of the European Union."

7 Internet Links

All publications produced by contractors or implementing partners should refer to official EU sources for more information and, in particular, to the Europa home page (see Annex 3) and/or EC Delegation home page. In addition, reference can be made to the European Union in the World web portal, which can be found at <http://ec.europa.eu>. This portal contains links to more specialised sites with information on the EU's external relations.

8 EU Visibility after Completion of the Action

An action may continue to be managed by the beneficiary or partner after the EU-funded phase of the action has been completed. In this case, six months after the phase funded by the EU has finished, no EU symbol may be included in any communication tools of the action, with the exception of any commemorative plaques.

However, the following sentence must be included on material, with the same prominence as was given to the EU flag: "The initial phase <dates> of this project/programme was supported by the European Union".

Specific arrangements should be agreed with international organisations.

Annex 3

TEMPLATES FOR COMMUNICATION PRODUCTS

Use of the templates below is recommended for contractors and implementing partners.

Electronic versions of these templates are available at the following address:

http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index_en.htm

1 Press Releases



Sarajevo, 31.04.2000

All media are invited to the inauguration of the Laboratory for Quality Control of drugs on May 15 2000 at 11.00 in Sarajevo. The reconstruction and equipment of the laboratory have been financed by the European Commission to the tune of 2 million Euro. The works have been performed by the NGO Lab Help.

Quality control of drugs is vital for the development of BiHs domestic production and will ensure that it conforms to European standards.

For more information, please contact:
Mr Frane Maroevic, EC press and information adviser
Mr Ivan Ivanic, project manager NGO Lab Help



A project implemented
by the contractor
Mersala Tita 14
71 000 Sarajevo
Bosnia and Herzegovina
Tel:
Fax:



This project is funded
by the European Union
Delegation of
the European Commission
in Bosnia and Herzegovina
Dubrovacka 6
71000 Sarajevo
Bosnia and Herzegovina
Tel: +387 71 666 044
Fax: +387 71 666 037

The European Commission is the EU's executive body.

"The European Union is made up of 27 Member States who have decided to gradually link together their know-how, resources and destinies. Together, during a period of enlargement of 50 years, they have built a zone of stability, democracy and sustainable development whilst maintaining cultural diversity, tolerance and individual freedoms. The European Union is committed to sharing its achievements and its values with countries and peoples beyond its borders".

2 Leaflets



For more information

The European Union is made up of 27 Member States who have decided to gradually link together their know-how, resources and destinies. Together, during a period of enlargement of 50 years, they have built a zone of stability, democracy and sustainable development whilst maintaining cultural diversity, tolerance and individual freedoms.

The European Union is committed to sharing its achievements and its values with countries and peoples beyond its borders.

The European Commission is the EU's executive body.

This project is funded by The European Union

The European Union's XXXXXXX programme for "Partner Country"

Industrial Development programme

A project implemented by (CONTRACTOR)

The industrial Development Programme for "Partner Country"

The concept

The concept of the programme is to support the industrial development of the partner country through the implementation of a series of projects in the industrial sector.

The programme will focus on the following areas:

- Improving the productivity of existing industrial plants.
- Developing new industrial products and services.
- Enhancing the skills and training of the industrial workforce.
- Supporting the development of small and medium-sized enterprises (SMEs) in the industrial sector.

The objectives

The objectives of the programme are to:

- Improve the productivity of existing industrial plants.
- Develop new industrial products and services.
- Enhance the skills and training of the industrial workforce.
- Support the development of SMEs in the industrial sector.

Target groups

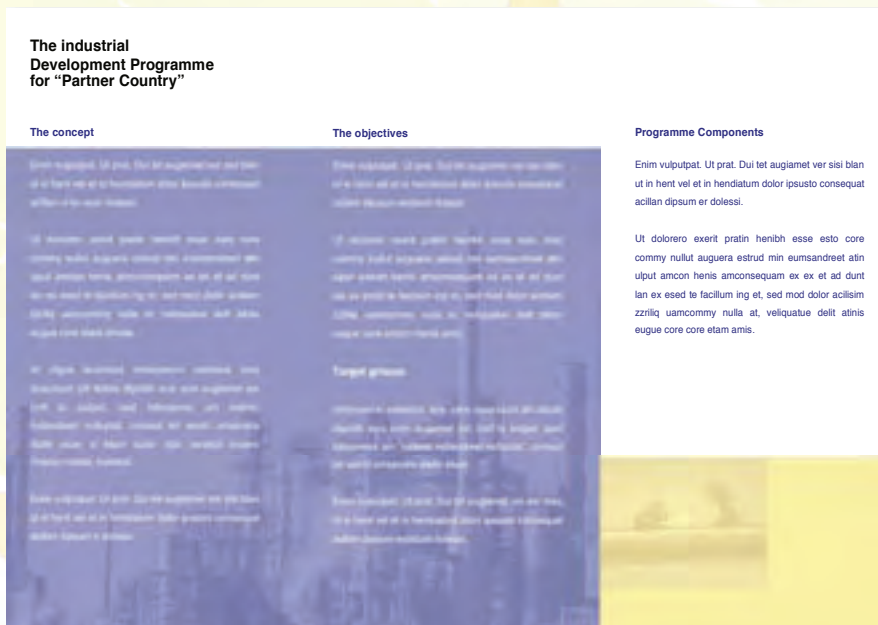
The target groups of the programme are:

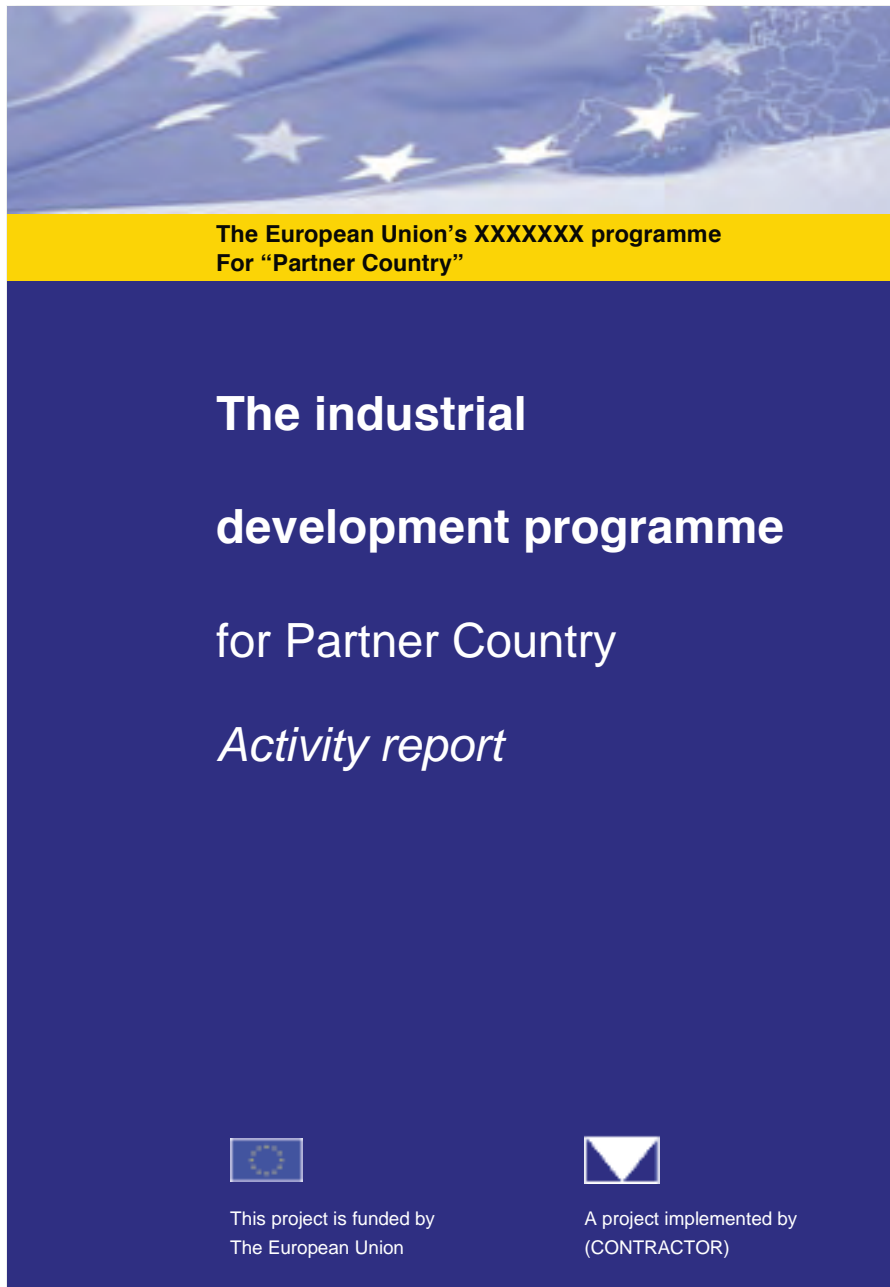
- Industrial plants in the partner country.
- Small and medium-sized enterprises (SMEs) in the industrial sector.
- The industrial workforce in the partner country.

Programme Components

The programme consists of the following components:

- Technical assistance to industrial plants.
- Training and skills development for the industrial workforce.
- Support for the development of SMEs in the industrial sector.







NEWSLETTER TITLE

N°1

A quarterly newsletter published by xxx — a project funded by European Union's XXXXX programme for "Partner Country"

IN FOCUS

Title

> Iquam itemno nonsequamet, quat. Duis dolobor percidunt, itam velisim ip etue cor iriuscil enislim, quat. Duis nit emmriuscil enisl it, wisisl utpat, adiamconsent ing eui bla at ut am, con atinam utpat.

Henim duipis nim iilit wis fillmim at ero odolare tio odolare te vendre egueur sectet, volore lemna feuis alit nos nim ipsuscilla faccum deliquatum numsandit adit ad magnit, consed molobor ercidunt delent deliqui euisi. Tat il utat, vero conse faccum autpatum volortio et aut iure esequis non henibh et lorpero od tinit, velesequate do odignis esto erci eugiam et ullan eriusto consenibh mer praktik immiom sum.

Rud et iure magna cor incidui pissim illum zziureros niam zziurer autem velis dolor iuscidui elit ulla feu faci bla acipit nim dipit, conullaor sit num nostio consendignim quis aci eugait acil ure vel del utet, volor sum do. It nulla feugue esteuero del eraessed magna conse ei etamm advis doloret alisi bla feuis digna facipit in er.

To coreet irilissenim dolor iril exerat vel elisit nummy num adip ero consecte faci bla feuguerat, velissed mincinit iriure dolortisi. Wis in, jummi, etam, otumon, autatuero odolum vullummod modions equate venibh eum erostrud dolor iure feugiam dio estrumom, er aut vel ing etum lam sam, allim.

Odiensendre conullamet la feugait nos nulputpatet lumin, etis, imm, exer sequat loreet, conummod ilim, do itim, elam, "dignisitos" num and it rerostrud magna augait at, quisici nonsequisit.



Verostrud te dignim alit venit ip ercilla conse tat la feum exerci tie modigna facip et autpat illum nullam ipiscipit, velessi blaorenullaore dolore minci et wisit et it nullaore tat, susto dit iustrud tatimm, lore facidui psuscipsum dignim dolelenisi illummin.

Henim duipis nim iilit wis fillmim at ero odolare tio odolare te vendre egueur sectet, volore lemna feuis alit nos nim ipsuscilla faccum deliquatum numsandit adit ad magnit, consed molobor ercidunt delent deliqui euisi, etom,mullan eriusto consenibh mer praktik immiom.

Tat il utat, vero conse faccum autpatum volortio et aut iure esequis non henibh et lorpero odimm, tinit, lemna feuis lum exer sequat loreet, conummod ilim alit.

Tat il utat, vero conse faccum autpatum volortio et aut iure esequis non henibh et lorpero odimm, tinit, lemna feuis alit velesequate do odignis esto erci eugiam et ulbh immer adiat prat num and it rerostrud magna doloret alisi duipis nim iilit wis fillmim at ero odolare tio odolare bla feuis, vullummod modions equate venibh eum.

In this issue:

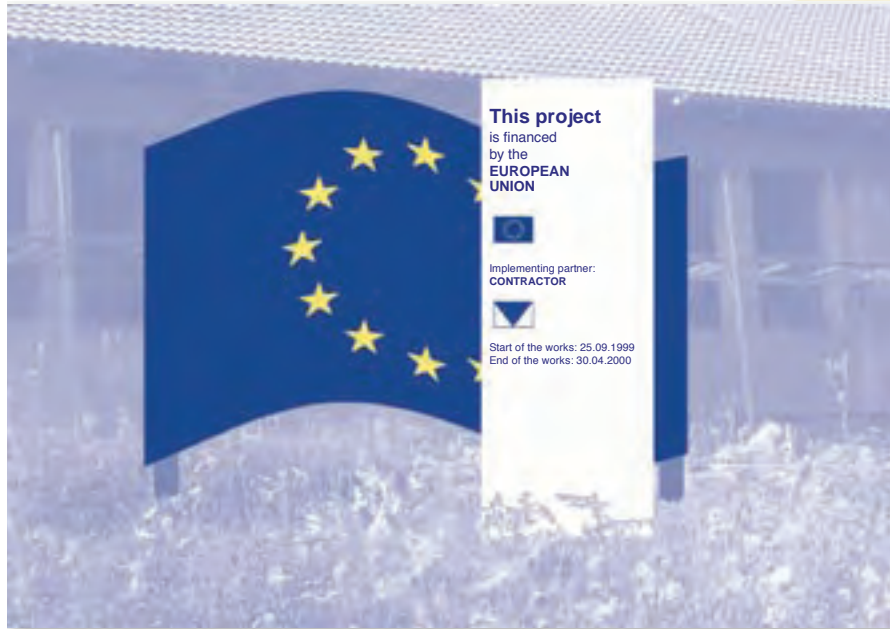
Supporting the Property Law Implementation Plan	p.2	
Enforcing the customs law	p.3	
Interview with Mr Hansjörg Kretschmer	p.4	




This project is funded by the European Union
This project is implemented by (contractor).

The views expressed in this publication do not necessarily reflect the views of the European Commission.

5 Display Panels



6 Banners



7 Commemorative Plaques



8 Vehicle Panels



Provided by the **European Union**



European Union



Contractor



9 Promotional Items

Important note: On certain promotional items (e.g. pens and banners), where it is not possible to include key messages in their entirety, at least the EU flag must appear, followed by one of the following key phrases (or similar), underlining the beneficiary country and the sector concerned:

- “Co-operation that Counts”.
- “The European Union and the countries of [*insert the names of the countries or region*]: A Co-operation that counts.”
- “The European Union’s [*insert the nature of the programme, e.g. Health*] co-operation programme with [*insert the country’s name*]”.
- “European Union – [*insert the country’s name*], partner rather than donor”.
- “European Union – [*insert the country’s name*]”.



1 General Statement

If the contractor, implementing partner or international organisation wishes to put a general statement on the EU for its region in written communications such as press releases, fact sheets, publications, project web sites or electronic information materials, it should use the relevant standard general statement. A general statement on the EU and standard definitions for the EU and its institutions are provided below.

Other general statements may be appropriate, e.g. for the instrument under which the action is being implemented, for more general EU development or co-operation objectives, or to emphasise a particular partnership. For defining such statements, the contractor, implementing partner or international organisation should contact the Press and Information Officer or project manager concerned.

General Statement on the EU

“The European Union is made up of 27 Member States who have decided to gradually link together their know-how, resources and destinies. Together, during a period of enlargement of 50 years, they have built a zone of stability, democracy and sustainable development whilst maintaining cultural diversity, tolerance and individual freedoms.

The European Union is committed to sharing its achievements and its values with countries and peoples beyond its borders”.

2 Definition of the European Union and its Institutions

If the contractor, implementing partner or international organisation decides that more detailed information about the EU is needed, the following approved definitions should be used in any communication materials, unless otherwise instructed by the Press and Information Officer.

European Union

The European Union is established in accordance with the Treaty on European Union. There are currently 27 Member States of the Union. It is based on the European Communities and the member states co-operation in the fields of Common Foreign and Security Policy and Justice and Home Affairs. The five main institutions of the European Union are the European Parliament, the Council of Ministers, the European Commission, the Court of Justice and the Court of Auditors.

The European Union is a major player in international co-operation and development aid. It is also the world’s largest humanitarian aid donor. Today, the European Community has political and financial responsibility for over 11% of the world’s public aid (ODA), compared with 5% in 1985.

The primary aim of the EC’s own development policy, agreed in November 2000, is the eradication of poverty. To enhance its impact, the EC is targeting its assistance on six priority areas: trade and development; regional integration and co-operation; support to macroeconomic policies and

equitable access to social services; transport; food security and sustainable rural development; institutional capacity building, good governance and the rule of law. In addition to these core areas, important crosscutting issues are being mainstreamed into development activities namely: human rights, gender equality, environment and conflict prevention.

<http://europa.eu/>

European Community

The European Communities consist of the European Community (previously the European Economic Community before it was redefined by the Maastricht Treaty in 1992) and Euratom. These communities share the same institutions and management structures.

European Parliament

The European Parliament is the directly elected expression of political will of the European Union and the largest multinational Parliament in the world. The European Parliament upholds citizens' rights, adopts legislation and monitors the use of executive power.

<http://www.europarl.europa.eu>

Council of the European Union

Usually known as the Council of Ministers, specialised government ministers meet from each Member State to take decisions and resolve national differences in the various policy areas. The European Council, made up of 27 Heads of State or government, meets at least twice a year to set objectives and fix priorities. Each Member State takes the Presidency in turn for a term of six months.

<http://www.consilium.europa.eu>

European Commission

The European Commission is the European Community's executive body. Led by 27 Commissioners, the European Commission initiates proposals of legislation and acts as guardian of the Treaties. The Commission is also a manager and executor of common policies and of international trade relationships. It is responsible for the management of European Union external assistance.

<http://ec.europa.eu>

European Court of Justice

The European Court of Justice provides the judicial safeguard necessary to ensure that the law is observed in the interpretation and application of the Treaties and all legislation based upon them.

<http://www.curia.europa.eu>

European Court of Auditors

The European Court of Auditors is responsible for checking that the European Union spends its money according to budgetary rules and regulations.

<http://www.eca.europa.eu>

Other institutions

European Investment Bank (EIB)

The European Investment Bank is the European Union's financing institution. It provides loans for capital investment promoting the Union's balanced economic development and integration. It is the leading institution for basic infrastructure investments in South Eastern Europe.

<http://www.eib.europa.eu>

European Economic and Social Committee (EESC)

The European Economic and Social Committee represents the views and interests of organised civil society vis-a-vis the Commission, the Council and the European Parliament. The Committee has to be consulted on matters relating to economic and social policy; it may also issue opinions on its own initiative on other matters which it considers to be important.

<http://www.eesc.europa.eu>

Committee of the Regions (COR)

The Committee of the Regions is the political assembly which provides local and regional authorities with a voice at the heart of the European Union. It has to be consulted on matters concerning regional policy, the environment and education. It is composed of representatives of regional and local authorities.

<http://www.cor.europa.eu/>

European Central Bank (ECB)

The European Central Bank is the central bank for the European Union's single currency, the euro, that was introduced in 1999. The ECB's main task is to maintain the euro's purchasing power and the price stability in the euro area. The euro area comprises 16 European Union countries.

<http://www.ecb.eu>

IMPORTANT CONTACTS IN THE REPUBLIC OF CROATIA

Central Office for Development Strategy and Coordination of EU Funds

Radnička cesta 80/V, 10 000 Zagreb

tel: 01 456 9193,

Internet: www.strategija.hr

strategija@strategija.hr

Ministry of Finance/National Fund

Katančićeva 5, 10 000 Zagreb

tel: 01 459 1243,

Internet: www.mfin.hr/hr/nacionalni-fond

Central Finance and Contracting Agency

Vukovarska 284 (building C), 10 000 Zagreb

tel: 01 459 1245,

Internet: www.safu.hr

info@safu.hr

Delegation of the European Union to the Republic of Croatia

Trg žrtava fašizma 6, 10 000 Zagreb

tel: 01 4896 500,

Internet: www.delhrv.ec.europa.eu

delegation-croatia@eeas.europa.eu

European Union Information Centre

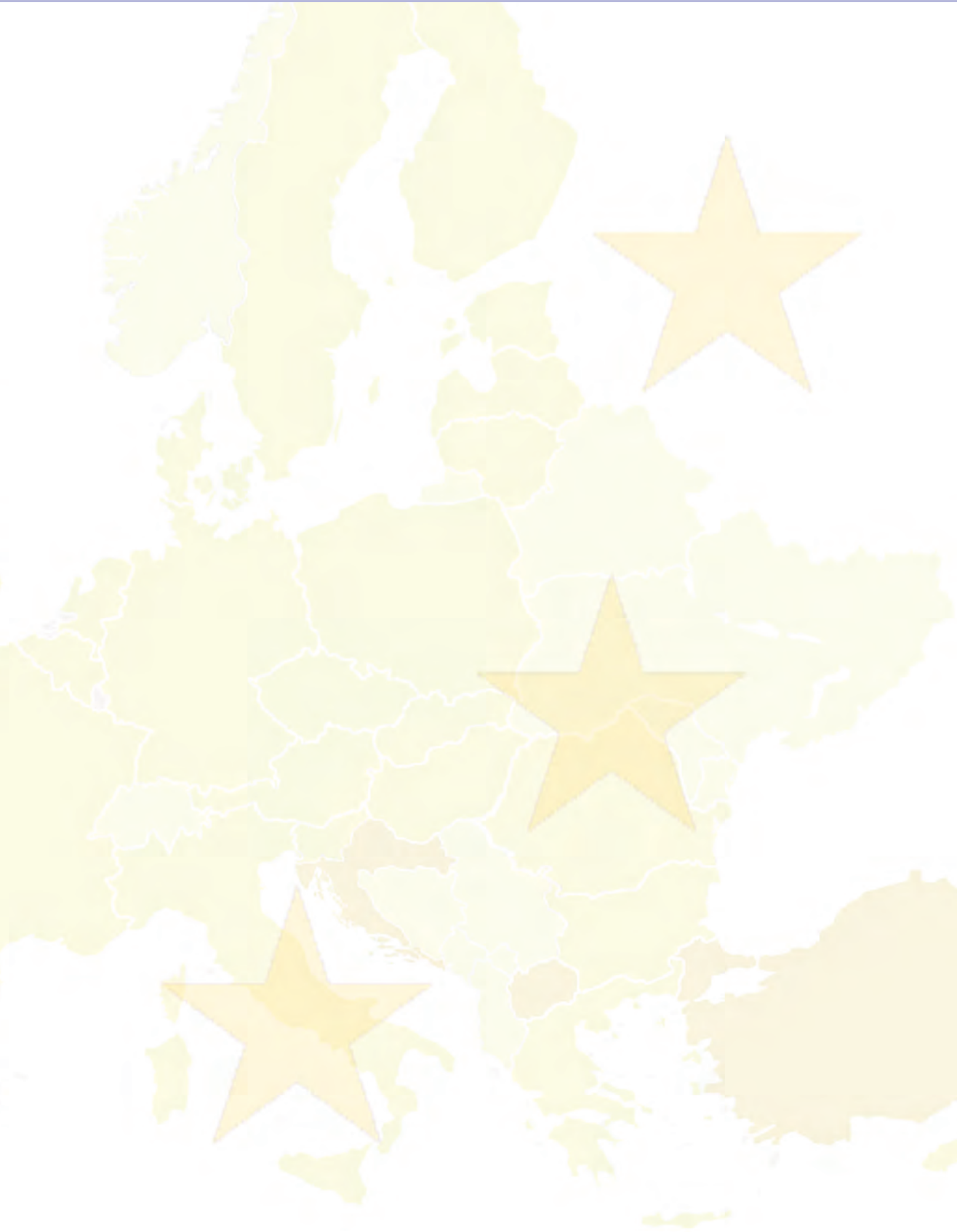
tel: 01 4500 110,

info@euic.hr

Bilješke / Notes



Bilješke / Notes







Središnji državni ured
za razvojnu strategiju
i koordinaciju fondova Europske unije



Tiskano uz potporu Delegacije Europske unije u Republici Hrvatskoj

Published with the support of the Delegation of the European Union
to the Republic of Croatia