

A person's hands are shown holding a red Fujifilm camera and an open map. The camera's LCD screen displays a close-up of green foliage. The background is a blurred green field. A semi-transparent white box is overlaid on the bottom half of the image, containing the title text.

Manuál publicity pro žadatele a konečné příjemce **v programu Životní prostředí, ekosystémy a změna klimatu**

OBSAH

Úvod	3
Část 1: Komunikační strategie	
Obecné zásady a cíle komunikace	5
Základní požadavky na publicitu pro příjemce finanční podpory	6
Proč vytváříme komunikační plán?	7
Minimální požadavky na obsah komunikačního plánu	8
Komunikační plán v praxi	9
Komunikační nástroje	
Povinná sdělení	11
Loga a slogan	12
Informační banner programu	13
Fotodokumentace projektu	14
Jak psát o projektu	16
Internetová propagace a komunikace	18
Zásady publikace na webových stránkách	19
Sociální sítě	20
Workshopy, semináře a akce pro veřejnost	21
Povinnosti příjemce grantu vůči SFŽP ČR	22
Povinnosti partnerské organizace z Norska	23
Část 2: Grafický manuál	
Loga	26
Použití log v kombinaci s dalšími logy	27
Barvy a písmo	29
Billboard a pamětní deska	30
Plakát A3	34
Informační tabule	35
Roll-up	36
Samolepka	37
Propagační předměty	38
Tištěné materiály	39



Úvod

Společně pro zelenou Evropu

Hlavním cílem finančního mechanismu Norských fondů je **snižování hospodářských a sociálních rozdílů** v rámci Evropského hospodářského prostoru a **posilování bilaterální spolupráce** mezi přijímacími státy a Norskem. Nedílnou součástí programu Životní prostředí, ekosystémy a změna klimatu je komunikace mezi Státním fondem životního prostředí ČR (dále jen SFŽP ČR), příjemci dotací, partnery projektů, veřejností a dalšími subjekty.

Proč je publicita projektů důležitá? Cílem publicity je seznámit veřejnost s přínosy projektů a poukázat na to, jak Norské fondy a program přispívají k ochraně životního prostředí České republiky a pozitivně ovlivňují kvalitu života obyvatel. Představení příběhů úspěšných projektů široké veřejnosti a rozvíjení spolupráce na ochraně životního prostředí by mělo být součástí každého projektu.

Tento manuál poskytuje **přehled minimálních požadavků** a doporučení pro publicitu projektů podpořených z programu Životní prostředí, ekosystémy a změna klimatu. Všechny realizované aktivity musí být dále v souladu s **Manuálem pro komunikaci a design pro Fondy EHP a Norska 2014–2021 a přílohou č. 3 k Nařízení o implementaci finančního mechanismu. Příjemce finanční podpory z programu je povinen řídit se požadavky v tomto manuálu a požadavky uvedenými ve zmíněných dokumentech.**

Požadavek povinné publicity pro příjemce grantu a partnery projektů obecně vyplývá z přílohy č. 3 k **Nařízení o implementaci Finančního mechanismu Norska**. Informační a komunikační požadavky Fondů EHP a Norska 2014–2021. Povinností příjemce finančních prostředků je seznámit se s minimálními požadavky, které pro něj vyplývají z části 2.3, Koneční příjemci, a řídit se jimi.

Informace o programu

- Internetové stránky Fondů EHP a Norska v České republice: www.norskefondy.cz
- Internetové stránky Státního fondu životního prostředí ČR: www.sfzp.cz
- Internetové stránky Fondů EHP a Norska: www.eeagrants.org
- Facebookový profil programu: www.facebook.com/czenvironment
- Instagramový profil programu: www.instagram.com/norwaygrants_czenvironment/
- Twitterový účet SFŽP ČR: twitter.com/sfzp_cr
- Stránky pro Bilaterální fond programu: bf.sfzp.cz
- Na internetu pod hashtagem: [#czenvironment](https://twitter.com/czenvironment)



Část 1

Komunikační strategie

Obecné **zásady a cíle** komunikace

Výdaje na publicitu jsou způsobilým výdajem projektu, jehož výši žadatel uvede v rozpočtu projektu. Komunikace všech subjektů zapojených do implementace Norských fondů musí splňovat několik obecných zásad a cílů. Volba relevantních prostředků a opatření pro zajištění publicity projektu podléhá rozhodnutí příjemce podpory, který dodržuje základní požadavky stanovené zprostředkovatelem programu.

Vaše komunikace musí upozorňovat na dva obecné cíle Norských fondů:

- Norské fondy přispívají ke snižování hospodářských a sociálních rozdílů v Evropském hospodářském prostoru;
- Norské fondy posilují bilaterální vztahy mezi Norskem a Českou republikou.

Všechny informační a komunikační aktivity prováděné v rámci programu musí:

- zvyšovat povědomí veřejnosti a informovat širokou veřejnost o přínosu Norska coby donorského státu a úloze, kterou tato země plní;
- zajišťovat **transparentnost a legitimnost** pomoci ze strany Norska;
- vytvářet soudržný obraz o působení Norských fondů v České republice a v Norsku;
- informovat potenciální a skutečné příjemce a partnery o Norských fondech;
- informovat o dopadu a výsledcích příspěvku Norska ve prospěch České republiky.

Základní požadavky na publicitu pro příjemce finanční podpory

Základní požadavky pro konečné příjemce podpory jsou stanoveny přílohou č. 3 k Nařízení o implementaci Finančního mechanismu Norska 2014–2021, část 2.3, Koneční příjemci.

Konečný příjemce je vždy povinen:

- vypracovat a implementovat **komunikační plán** svého projektu, který je součástí projektové žádosti;
- poskytovat informace o svém projektu široké veřejnosti na vhodné národní, regionální a místní úrovni;
- zvyšovat povědomí o pomoci Norska prostřednictvím Norských fondů;
- zajišťovat transparentnost projektu a plnění cílů uvedených na předchozí straně;
- pravidelně podávat Státnímu fondu životního prostředí ČR **zprávy o plnění svých informačních a komunikačních povinností**;
- **plnit požadavky na komunikaci projektů stanovené Státním fondem životního prostředí ČR pro daný program.**

Příjemce je dále vždy povinen:

- **informovat** Státní fond životního prostředí ČR **o všech událostech**, které se vztahují k propagaci projektu (slavnostní zahájení, den otevřených dveří, semináře a další) **nejpozději tři týdny před konáním této události**, tak aby se dané události mohl zúčastnit zástupce SFŽP ČR;
- v průběhu implementace projektu průběžně **poskytovat** Státnímu fondu životního prostředí ČR **fotografické a video materiály** v odpovídající kvalitě. SFŽP ČR je oprávněn tyto materiály využít pro propagační účely programu a Norských fondů a sdílet je v mediální knihovně Fondů EHP a Norska s ostatními zprostředkovateli z České republiky a ostatních států.

Nezapomeňte!

**Komunikační plán je vždy
součástí předkládané
projektové žádosti**

Proč vytváříme komunikační plán?

V souladu s přílohou č. 3 musí příjemce grantu vytvořit komunikační plán svého projektu. Tento plán je vždy zahrnut do předkládané projektové žádosti. Jeho cílem je vytvářet povědomí o existenci, cílech a případné bilaterální spolupráci projektu, jakož i o implementaci projektu, výsledcích projektu a dopadu podpory z Norských fondů ve prospěch daného projektu.

Komunikační plán projektu je dokument, jehož cílem je zajistit přehlednou, konzistentní a efektivní prezentaci vašich projektů, programu i Norských fondů.

V rámci komunikačního plánu si vždy odpovídáme na pět základních otázek:

- GO?** Jaké informace budou zveřejněny?
- PROČ?** Jakého cíle chceme dosáhnout?
- JAK?** Jaké budeme využívat komunikační nástroje?
- KDY?** Jaký je harmonogram naší komunikace?
- KÝM?** Kdo zodpovídá v našem týmu za komunikaci projektu?



Minimální požadavky na obsah komunikačního plánu

Ujistěte se, že váš komunikační plán zahrnuje následující **povinné prvky**:

- cíle a cílové skupiny, včetně zainteresovaných subjektů na národní, regionální a/nebo místní úrovni a široké veřejnosti;
 - strategii a obsah informačních a komunikačních aktivit, komunikačních nástrojů a časového harmonogramu s ohledem na přidanou hodnotu a dopad finančních prostředků z Norských fondů;
 - nejméně tři informační akce týkající se dosaženého pokroku, úspěchu a výsledků projektu, jako jsou například seminář nebo konference se zainteresovanými subjekty, tisková konference nebo akce pro tisk, včetně akce u příležitosti zahájení projektu a/nebo akce k příležitosti ukončení projektu.
 - V případě projektů, u nichž objem grantu činí méně než 500 000 eur, postačují dvě informační akce, které mohou být menšího rozsahu.
 - Komunikační plán by měl obsahovat i přibližný (orientační) harmonogram pro pořádání těchto akcí;
 - informace o administrativních útvarech či subjektech odpovědných za realizaci informačních a komunikačních aktivit, včetně kontaktní osoby;
 - nastínění toho, jakým způsobem budou informační a komunikační aktivity vyhodnocovány z hlediska zviditelnění projektu a Norských fondů, povědomí o jejich existenci, cílech a dopadech a úloze, jakou Norsko plní – stanovení indikátorů jako například počet návštěvníků workshopů, počet vyrobených propagačních předmětů, počet vytištěných publikací a letáčků apod.
- aktivity pro zpřístupnění informací o projektu na internetu buď prostřednictvím samostatných tematických internetových stránek, nebo prostřednictvím tematické internetové pod-stránky na stávajících internetových stránkách organizace s propojením mezi jednotlivými stránkami, nebo prostřednictvím tematického profilu na sociální síti Facebook. Informace o projektu v českém jazyce musí být pravidelně aktualizovány:
 - všechny projekty, které z Norských fondů obdržely podporu ve výši nejméně 150 000 eur a/nebo které mají partnera projektu z donorského státu, musí mít tematické dvojjazyčné internetové stránky věnované projektu nebo dvojjazyčný profil projektu na sociální síti Facebook, oba typy prezentace musí obsahovat informace v angličtině a v českém jazyce;
 - informace na internetových stránkách musejí zahrnovat informace o daném projektu, dosaženém pokroku v projektu, jeho úspěchu a výsledcích, o spolupráci se subjekty z Norska, relevantní fotografie, kontaktní údaje a jasný odkaz na program a Norské fondy.

Komunikační plán v praxi

Při implementaci komunikačního plánu se vždy ujistěte, že:

- všechny informační a komunikační aktivity jsou realizovány v souladu s komunikačním plánem, v případě potřeby plán aktualizujte;
 - usilujete o oslovení co nejširšího okruhu osob, včetně klíčových zainteresovaných subjektů na vhodné územní úrovni;
- při pořádání informačních akcí, jako jsou konference, semináře, veletrhy a výstavy v souvislosti s vaším projektem, je výslovně a viditelně upozorněno na podporu poskytovanou Norskem a Státním fondem životního prostředí ČR;
- instalujete na dobře viditelném místě **po dobu fyzické realizace** projektu **billboard** v místě realizace, pokud splňujete následující podmínky:
 - **celkový veřejný příspěvek na projekt překračuje 50 000 eur***;
 - **projekt představuje financování fyzického objektu, infrastruktury nebo stavebních činností**;
- **nejpozději jeden měsíc po dokončení** fyzické realizace projektu nahradíte zmíněný billboard trvalou **pamětní deskou**. Tato deska:
 - musí být viditelná;
 - musí mít dostatečnou velikost;
- informujete všechny subjekty, které se projektu účastní, o financování z příslušného programu a z prostředků poskytnutých z Norska.

* Korunový ekvivalent bude vždy upřesněn kurzem stanoveným v rámci příslušné výzvy.

**Podrobnější specifikace
pro výrobu billboardu
a pamětní desky naleznete
v grafické části tohoto
dokumentu**



Komunikační nástroje

Povinná sdělení

Povinné sdělení na **faktury a objednávky**

Všechny objednávky a faktury musí být opatřeny větou „**Financováno z Fondů EHP a Norska 2014–2021 – program CZ-ENVIRONMENT**“. Faktury, které nejsou takto označeny, nebudou považovány za uznatelný doklad a výdaje nebudou považovány za způsobilé.

Povinné sdělení na **ostatní materiály**

Povinné sdělení slouží k informování veřejnosti o spolufinancování projektu z prostředků Norských fondů (pro materiály vydané v anglickém jazyce použijte anglickou verzi věty) a je shrnuto do následující věty:

„Tento projekt byl podpořen grantem z Norských fondů.“
„Supported by grant from the people of Norway.“

Pro povinné sdělení volíme nejlépe font **Founders Grotesk regular**, ale může být použit i font **Arial**. Velikost písma povinného sdělení na tištěných materiálech musí být vždy taková, aby byla zachována dobrá čitelnost. Pokud je text umístěn na formátu A4, pak je minimální velikost písma 8 bodů. Na větších plochách, jako jsou například plakáty nebo roll-upy, je velikost písma přímo úměrná velikosti plochy.

Loga a slogan

Všechny **propagační materiály** související s implementací projektu jste povinni opatřit viditelnými logy Norských fondů a Státního fondu životního prostředí ČR a případně také sloganem programu. Varianty log jsou dostupné v anglickém i českém provedení na [stránkách programu](#), a to jak samostatně, tak i se sloganem programu v různých formátech.

Jazykovou variantu (logo Norských fondů je vždy v angličtině) konečný příjemce vhodně uzpůsobí typu materiálu a cílové skupině.

Umístění loga musí být v souladu s požadavky v grafické části tohoto dokumentu.

Může se stát, že v materiálech narazíte na logo, které kombinuje oba finanční mechanismy (Norské fondy a EHP fondy), v rámci komunikace programu však využíváme pouze logo Norských fondů a SFŽP ČR.

**Při vhodných příležitostech
použijte také slogan
programu v české nebo
v anglické verzi**



Společně pro zelenou Evropu



Working together for a green Europe

Informační banner programu

Informační banner sdružuje všechny povinné prvky (loga, slogan a povinné sdělení) a lze jej použít **například na tištěné materiály** (brožury, letáky, plakáty nebo školicí a informační materiály vydané za účelem informování o projektu, prezenční listiny apod.). Informační banner programu je také ke stažení na [stránkách programu](#).



STÁTNÍ FOND
ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ
ČESKÉ REPUBLIKY

Společně pro zelenou Evropu

Tento projekt byl podpořen grantem
z Norských fondů.

Fotodokumentace projektu

Fotografie, videa a další grafické materiály jsou účinným nástrojem, který oživí vaše komunikační aktivity a získá si pozornost publika. Každý příjemce finanční podpory z programu je povinen dodat zprostředkovateli fotografie projektu v tiskové kvalitě, a to minimálně v počtu 10 kusů. Poskytnuté fotografie budou využívány pro účely propagace projektů, programu a fondů EHP a Norska.

Fotografie by měly vystihovat podstatu projektu. Zaměřte se především na „**akční fotografie**“, které zobrazují osoby či místa během implementační fáze vašeho projektu. Mezi činnosti, ze kterých je vhodné pořídit fotodokumentaci patří například semináře, workshopy, vzdělávací akce, průběh měření znečišťujících látek, sečení luk, komunikační aktivity s veřejností atp. V případě projektů, jejichž realizací dojde k viditelné změně (například projekty na revitalizaci území), je vhodné mimo snímků z realizace pořídit pro srovnání také fotografie před zahájením a po dokončení projektu.

Kvalita fotografie by měla být co nejlepší, nicméně odvíjí se od možností žadatele a vybavení, kterým budou fotografie pořízeny. **Minimální velikost fotografií by měla být 72 dpi a minimálně tři fotografie by měly být dodány v rozlišení 300 dpi, tedy vhodné pro tisk.**

Pokud používáte fotografie/video jiných lidí/institucí, ujistěte se, že máte právo na využívání těchto materiálů a že jste u snímků uvedli jejich autora.

Konečný příjemce **je povinen umožnit zprostředkovateli programu navštívit místo realizace projektu** (případně události spojené s realizací projektu), pořizovat zde fotografický a video materiál a využívat takto získaný materiál k propagaci programu (včetně poskytování třetí straně).

U některých projektů může být pořízení fotografií či jiného materiálu obtížnější, a to například kvůli jejich citlivému tématu nebo technické povaze. Budte proto kreativní a přizpůsobte si fotografie odpovídajícím způsobem například tím, že nezobrazíte tváře dotčených osob. Při fotografování lidí si vždy zajistěte souhlas. Informujte je o tom, jak mohou být fotografie využity (online, publikace, reporty, média atd.). Při focení dětí a osob může být zapotřebí písemný souhlas.



Jak psát o projektu

Pro koho píšou? Nejprve si vždy položte otázku, kdo je cílovou skupinou dané komunikační aktivity, a přizpůsobte tomu jazyk komunikace.

Méně je někdy více! Pokud píšete text, který je určen široké veřejnosti, vyvarujte se používání odborného jazyku. Mějte na paměti, že text by měl být vždy formulován tak, aby mu rozuměl i běžný čtenář, který nemá rozhled ve vašem oboru.

Krátké věty jsou lepší. Nepoužívejte složitě rozvětvená souvětí, ve kterých se čtenář snadno ztratí. Požívejte krátké věty a jednoduchá souvětí. Text je pak lépe čitelný a čtenář se v něm snadněji zorientuje.

Ale nezkracujte zase moc aneb zákeřné zkratky. Zkratky (zvláště odborné) mohou být pro čtenáře matoucí a nesrozumitelné, proto by měl text vždy obsahovat vysvětlení, co daná zkratka znamená. Pokud není v textu význam zkratky vysvětlen, pak je lepší ji vůbec nepoužívat.

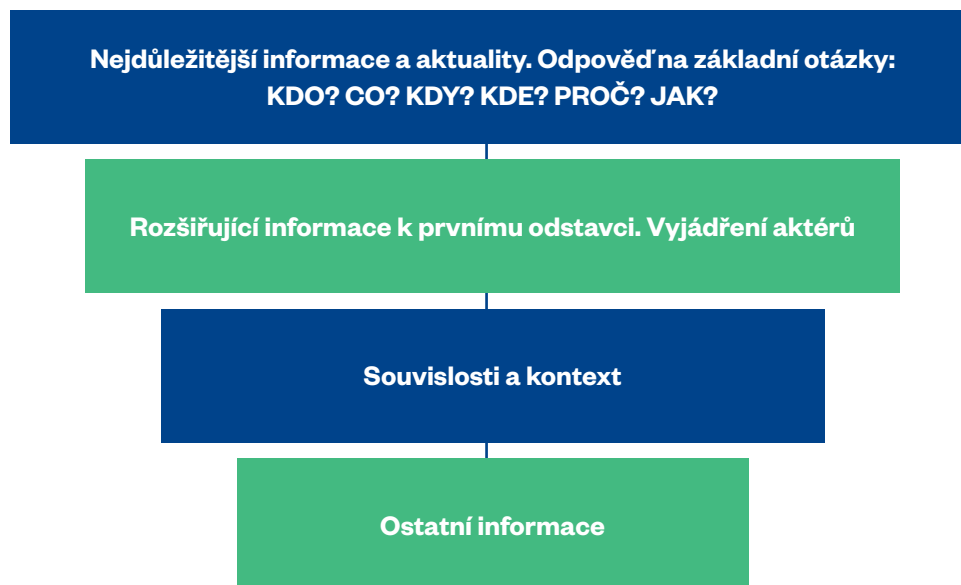
Odborný slang není vždy namístě! Nadměrné užívání odborných termínů či slangu snižuje srozumitelnost textu pro širokou veřejnost či novináře. Pokud píšete text, který bude dostupný široké veřejnosti, či tiskovou zprávu, řiďte se jednoduchou zásadou: Pokud hrozí, že daný odborný termín budu muset čtenáři vysvětlovat, je lepší ho nahradit vhodným synonymem.

Pozor na používání trpného rodu. Psaní textů k odborným tématům často svádí k využívání tzv. pasiva, které v delším textu není čtenářsky moc atraktivní. Pamatujte, že je lepší napsat „Petr zasadil strom“ než „Strom byl zasazen Petrem“.

Při psaní dodržujte správné termíny a názvy. Při přípravě textů často dochází ke zmatení pojmů. Zaměřte se především na správné označení finančního mechanismu (Norské fondy, Fondy EHP a Norska), Bilaterálního fondu či názvu programu.

Šotek z online překladače. Při vytváření anglických verzí popisu buďte opatrní při využívání online překladačů.

Obrácená pyramida. Pokud vytváříte tiskovou zprávu, kterou chcete zaujmout, nebo píšete aktualitu na svůj web, využijte při psaní schéma obrácené pyramidy. To nám říká, že první by vždy mělo být uvedeno shrnutí aktuálních informací, následuje rozšíření základních informací a například vyjádření aktérů, třetí v pořadí je kontext dané události a až v samotném závěru se uvádí méně podstatné informace (například zopakování základních a obecně známých informací o vašem projektu).



Internetová propagace a komunikace

Příjemce podpory z Norských fondů je povinen informovat o svém projektu na internetu. Pamatujte, že právě internetové stránky jsou často prvním místem, odkud lidé čerpají informace o vašem projektu. Zároveň jde o rychlý a technicky nenáročný způsob komunikace.

V případě projektů, které obdržely podporu nižší než 150 000 eur a nemají partnera z Norska, mohou k informování využít svých stávajících internetových stránek. Informace o projektu musí být pravidelně aktualizovány.

Všechny projekty, které obdrží podporu ve výši nejméně 150 000 eur a/nebo mají partnera z Norska, musí mít samostatné tematické internetové stránky věnované projektu nebo samostatný tematický profil projektu na sociální síti Facebook. Oba typy prezentace musí obsahovat informace v angličtině a češtině. Informace o projektu musí být pravidelně aktualizovány.

Jaké informace musí obsahovat internetové stránky?

- o daném projektu
- o dosaženém pokroku během realizace
- o výsledcích a úspěchu
- o spolupráci se subjekty z Norska
- relevantní fotografie
- kontaktní údaje
- jasný odkaz na Norské fondy:
 - stránky Státního fondu životního prostředí ČR: www.sfzp.cz/norskefondy
 - stránky Ministerstva financí České republiky: www.norskefondy.cz
 - oficiální stránku Fondů EHP a Norska: www.eeagrants.org.
 - v případě, že byl využit také grant z Bilaterálního fondu: bf.sfpz.cz

Zásady publikace na webových stránkách

Styl, jakým píšeme pro internetové stránky, je trochu odlišný od klasických publikací například pro tisk. Mějte na paměti následující zásady:

- **Aktuálnost a jednoduchost je důležitá** – informujte o novinkách včas a udržujte jednoduchý styl psaní.
- **Nevytvářejte dlouhé texty** – internetový text by měl mít kratší rozsah, zhruba jednu polovinu zprávy vydané v novinách.
- **Umožněte čtenáři, aby vás našel** – aby měl váš text vyšší návštěvnost, používejte silná klíčová slova v titulku textu, podtitulu a případně přidejte příslušné hashtagy k tématu.
- **Text a fotografie** – fotografie, kterou přiložíte k článku, by měla vždy odpovídat jeho obsahu. Nezapomínejte, že lidé si pamatují hlavně to, co vidí. Obrázky jsou důležitou součástí vašeho příspěvku.
- **Odkazy musí být funkční** – ujistěte se, že všechny odkazy, které umístíte do textu, jsou funkční.
- **Vždy používejte v textu „proklik“** – v textu vždy propojujte své příspěvky pomocí odkazu na dříve zveřejněné příspěvky, základní informace o projektu apod.
- **Budte kreativní a pracujte s textem** – místo „Více na stránkách...“ napište například „Zaujalo vás téma klimatické změny v obcích? Můžete se podívat na [jeden z příkladů dobré praxe](#), který vám pomůže ochladit i vaše náměti“.
- **Zachovejte si před čtenářem věrohodnost** – udržujte pravdivý obsah vašich sdělení, nezveličujte.
- **Využívejte přítomný čas** – pokud je to možné, využívejte v textu přítomný čas. Snižujete tím pravděpodobnost, že budete muset v budoucnu texty aktualizovat.
- **Font a formát** – vyvarujte se používání chytrého formátování, barev, velkých písmen, podtržení nebo kurzívy.
- **Přemýšlejte logicky** – snažte se přemýšlet jako váš čtenář. Co ho zajímá? Co potřebuje? Porozumí tomu, co píšete?
- **Budte přesní** – vždy si své texty kontrolujte a nespolehejte na funkci automatické opravy. Požádejte někoho dalšího, ať si váš text přečte.
- **Nezapomínejte využít na webu logo programu.**
- **Publikum** – přemýšlejte nad tím, kdo je vaše cílová skupina. Píšu pro odborníky v oboru, nebo pro veřejnost? Přizpůsobte tomu jazykové prostředky.

Sociální sítě

Sociální sítě jsou velmi levným a přístupným komunikačním prostředkem. Komunikace na sociálních sítích je méně formální než například na webových stránkách. Lze je využívat také k propagaci vašeho projektu i k interakci s publikem. Ačkoliv využívání sítí pro komunikaci v rámci Fondů EHP a Norska je v rámci období 2014–2021 doporučeno, pro příjemce není povinné.

Několik typů pro komunikaci na sociálních sítích

Uvažujte strategicky. Nemusíte být na všech sociálních sítích. Která je vám a vaší cílové skupině typově nejbližší? Zamyslete se zejména nad těmito body, které vám pomohou určit vaši strategii při výběru vhodné sociální sítě:

- Co od profilu na sociální síti očekávám a k čemu ho budu využívat?
- Kdo je moje publikum? S kým chci své příspěvky sdílet? Jde o veřejnost, tisk, profesionály v určitém oboru?

Příklad 1

Zástupci tisku často čerpají novinky z **Twitteru**, pokud tedy chci o aktuálním dění v projektu informovat zástupce tisku, je vhodné vytvořit profil na této sociální síti.

Příklad 2

Můj projekt bude vytvářet mnoho zajímavého fotografického materiálu, který chci sdílet s širokým publikem. Ke sdílení fotografií se nabízí využití sociální sítě **Instagram**.

Budte přátelští a nápomocní – komunikujte se svým publikem, odpovídejte na jeho otázky a komentáře přátelsky.

Nikdy nekrmte trolla (ani toho norského) – pokud dostanete negativní připomínky, odpovídejte věcně a v klidu. Hrubé, nenávistné a rasistické příspěvky nesmí být tolerovány. Neváhejte takového uživatele blokovat a nahlásit.

Nebojte se zkoušet nové věci – stanovte si cíle a pomocí statistik sledujte jejich naplňování. Pružně upravujte svou strategii v návaznosti na výstupy.

Stanovte si cíle a hodnocení – nebojte se zkoušet nové věci a testovat vaše nápady. Sociální média se neustále mění. To, co nefungovalo včera, může fungovat dnes.

Workshopy, semináře a akce pro veřejnost

Příjemce je povinen uspořádat alespoň tři informační akce, které se týkají dosaženého pokroku, úspěchu a výsledků projektu. Může jít například o workshopy, semináře, akce pro tisk, slavnostní zahájení nebo ukončení projektu. V případě, že celkový grant nepřesáhl 500 000 eur, postačí dvě informační akce menšího rozsahu.

Pokud pořádáte akce pro veřejnost, jako jsou konference, semináře, veletrhy a výstavy v souvislosti s implementací vašeho projektu, je povinností výslovně a viditelně upozornit na podporu poskytnutou z prostředků programu a Norských fondů.

Všechny tištěné materiály, prezentace, plakáty, pozvánky a další materiály musí být viditelně a v souladu s Manuálem opatřeny logem programu.



Povinnosti příjemce grantu vůči SFŽP ČR

- Příjemce grantu poskytne Státnímu fondu životního prostředí ČR **odkaz na internetové stránky projektu a případně na profily na sociálních sítích**.
- Příjemce grantu informuje SFŽP ČR o všech svých **publikačních aktivitách**, zejména pak o případných publikacích, videích apod.
- Příjemce grantu **s dostatečným předstihem** (nejpozději tři týdny před konáním akce) informuje zprostředkovatele programu o plánovaných akcích pro veřejnost.
- Příjemce grantu poskytuje SFŽP ČR **statistické údaje o proběhlých aktivitách** – např. počet vytištěných publikací, počet návštěvníků akce pro veřejnost apod.
- Příjemce grantu poskytuje SFŽP ČR k dalšímu využití **fotografický materiál a video materiál** ze svých aktivit. Všechny poskytnuté materiály mohou být zpracovávány a poskytnuty k využití třetí straně.
- Příjemce poskytuje SFŽP ČR **tiskové zprávy** k projektu.
- Příjemce je povinen **umožnit SFŽP ČR návštěvu místa realizace projektu a pořizování fotografické a video dokumentace**. Tato dokumentace může být ze strany zprostředkovatele dále zpracovávána a poskytnuta k využití třetí straně*.

* Třetí strana – Ministerstvo financí České republiky, FMO, Norská agentura životního prostředí, ostatní zprostředkovatelé v rámci Fondů EHP a Norska, zástupci tisku.

Povinnosti partnerské organizace z Norska

Také partneři projektů mají povinnosti v oblasti komunikace s veřejností. Partneři poskytují informace o svém zapojení do projektů a jejich výsledcích široké veřejnosti v Norsku a relevantním zainteresovaným subjektům. Cílem jejich komunikace je poukázat na příspěvek Norska prostřednictvím finančního mechanismu a zajistit transparentnost programu. Informace o projektu musí být k dispozici na internetových stránkách organizace.





Část 2

Grafický manuál

Tato část manuálu stanoví technické požadavky na používání log, typografii a barvy. Obsahuje také požadavky na pamětní desky, billboardy, propagační materiály atd.

Loga

Logo Norských fondů ve spojení s logem Státního fondu životního prostředí ČR jako zprostředkovatele programu by mělo být použito u všech aktivit, projektů a událostí, které jsou financovány prostřednictvím Norských fondů.

Minimální velikost



Ochranná zóna

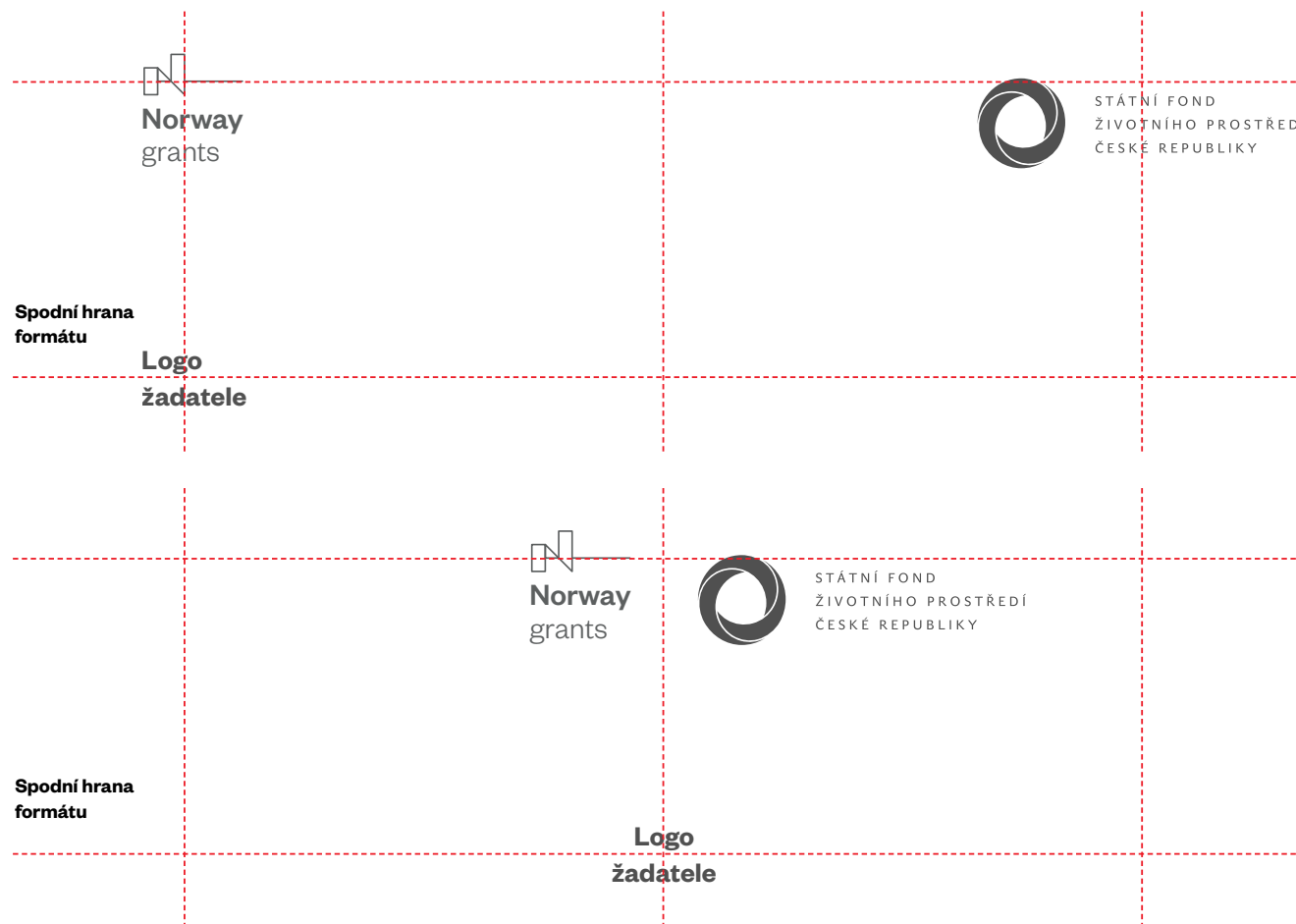


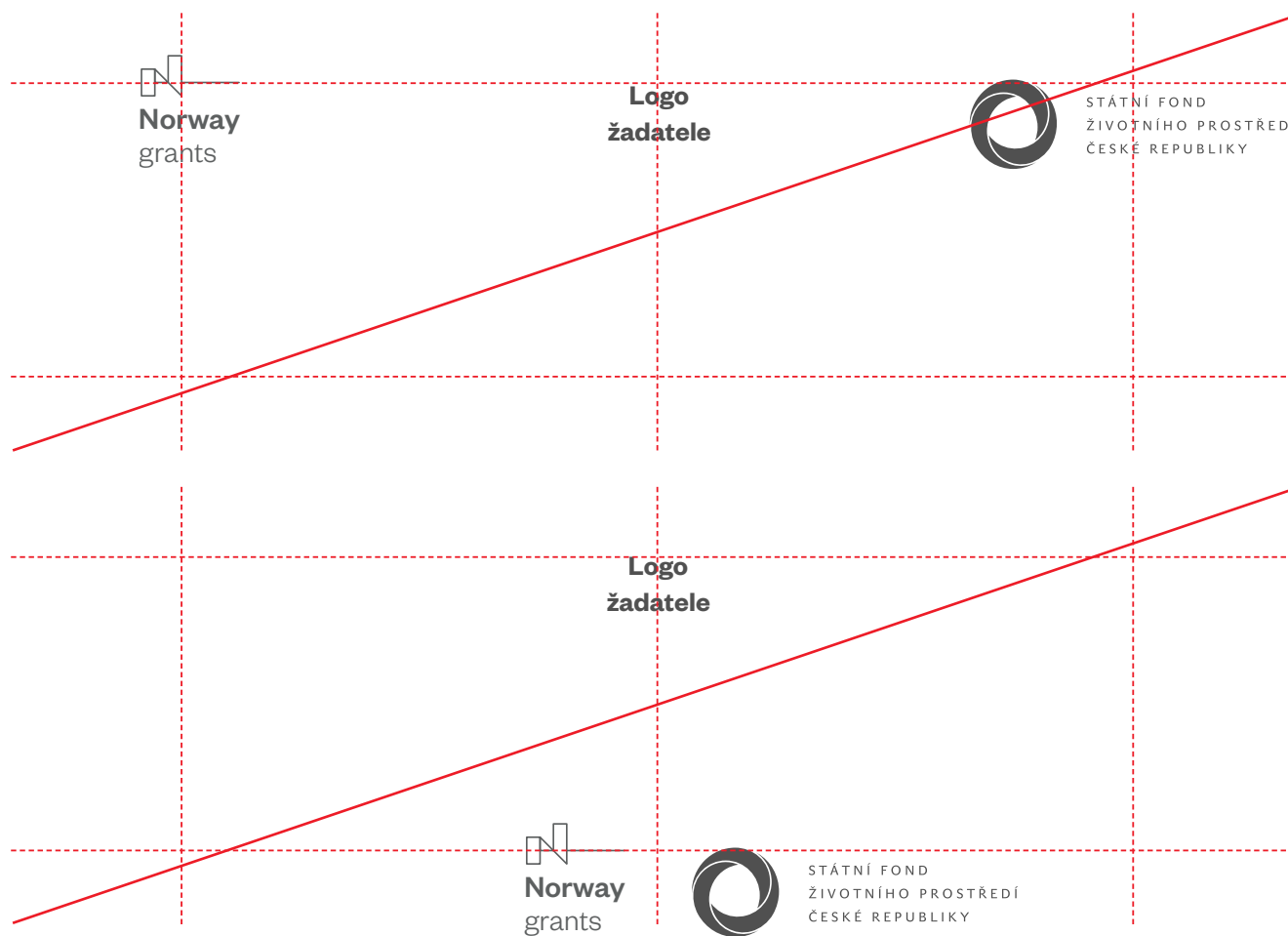
V žádném případě by neměla být použita loga NF a SFŽP ČR jiné barvy než bílá nebo černá. Bílá verze se používá na barevném pozadí (včetně černého pozadí).

Použití log v kombinaci s dalšími logy

Základním pravidlem pro použití log Norských fondů a Státního fondu životního prostředí ČR je, že loga grantového fondu a zprostředkujícího subjektu jsou vždy na prvním místě.

Při použití více log by všechna loga měla být přednostně v černé nebo bílé verzi. Je akceptováno použití loga žadatele v barvě, pokud to vyžaduje vizuální styl žadatele.





Upozornění!

Vždy se ujistěte, že loga na materiálech **nejsou zdeformována**.

Barvy a písmo

Grafická komunikace programu vychází z aktuálního loga Norských fondů. Při vytváření propagačních materiálů by měl být kladen důraz na jednoduchý, čistý design, využívání základních barev programu a doporučeného typu písma.

Barvy

Prezentace programu využívá tři základních barev.

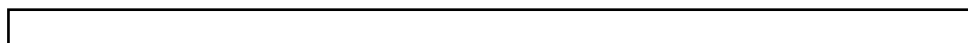
Zelená **RGB 32/209/127** **CMYK 70/0/67/0** **PMS 7479 C** **LAB 73/-59/28**



Černá **RGB 29/29/27** **CMYK 0/0/0/100** **PMS Black** **LAB 11/-1/1**



Bílá **RGB 255/255/255** **CMYK 0/0/0/0** **PMS Hvit** **LAB 100/-0/-0**



Zelená, černá a bílá jsou hlavními barvami programu a jedinými barvami, které lze používat s logem.

Při vytváření brožur, publikací, videí atd. však můžete libovolně používat **i jiné barvy**. Omezení pro barevnost se nekladou ani v případě webových stránek, sociálních sítí či pro prezentaci projektů.

Písmo

Oficiálním písmem Norských fondů je **Founders Grotesk**, používané ve formátech „regular“ a „semibold“. Vzhledem k tomu, že se nejedná o typ písma, který by byl součástí standardní sady fontů v textových editorech, a je třeba koupit licenci, mohou příjemci dotace použít náhradní font Arial. Nikdy nekombinujte oba fonty v jednom textu.

V případě využití barev je zásadní barevnost loga a jeho podbarvení. Logo musí být vždy v bílé nebo černé barvě. Pokud je logo vyobrazeno na barevném pozadí (černém/zeleném), pak musí být vždy vyvedeno v bílé barvě.

Billboard a pamětní deska

Billboard a pamětní deska patří mezi povinné nástroje publicity. Grafický návrh billboardu a pamětní desky bude vytvořen Samostatným oddělením komunikace SFŽP ČR. Příjemce finanční podpory zašle všechny povinné informace k jejich tvorbě na e-mailovou adresu eva.stanglova@sfzp.cz, do předmětu zprávy uvede: Norské fondy – billboard/pamětní deska.

Billboard

- Musí být vyvěšen nejpozději do jednoho měsíce od zahájení fyzické realizace projektu.
- Je vytvářen u projektů **s grantem nad 50 000 eur**.
- U projektů spojených například s objektem, infrastrukturou nebo se stavebními pracemi;
- Musí být umístěn na **dobře viditelném a veřejnosti přístupném místě**.
- **Povinnými informacemi jsou:** úplný název projektu, povinné sdělení, oblast podpory, loga Norských fondů a SFŽP ČR, webové stránky grantového mechanismu, výše uděleného grantu, přínos/cíl projektu, název příjemce podpory a případně název realizační firmy (toto není povinné).
- Musí mít **minimální rozměry** 2 000 mm na šířku a 1 000 mm na výšku;
- Musí být vytvořen **z odolného materiálu**, který je standardně využíván pro velkoplošné billboardy s potiskem.
- Po ukončení realizace projektu **je nahrazen stálou pamětní deskou**.
- Výdaje na výrobu billboardu jsou způsobilými do výše 15 000 Kč (bez DPH).

Pamětní deska

- Pamětní deska nahrazuje billboard a bude umístěna nejpozději jeden měsíc po skončení fyzické realizace projektu. Pamětní deska bude vyvěšena po celou dobu udržitelnosti projektu, tedy pět let.
- **Povinnými informacemi jsou:** loga Norských fondů a SFŽP ČR, úplný název projektu, výše uděleného grantu a povinné sdělení v anglickém i českém jazyce:
**Supported by grant from the people of Norway.
Tento projekt byl podpořen grantem z Norských fond.**
- Minimální rozměr je 300 mm na šířku a 200 mm na výšku, minimální tloušťka 2 mm.
- Materiál na výrobu pamětní desky musí být trvalého charakteru – například hliník, mosaz, plast.
- Výdaje na výrobu pamětní desky jsou způsobilými do výše 5 000 Kč (bez DPH).

Billboard

Billboard je vytvořen ve čtyřech různých variantách dle oblasti podpory.

Zlepšování stavu životního prostředí v ekosystémech

Toto je pouze slepý název projektu, který byl realizován díky grantu z Norských fondů

Tento projekt byl podpořen grantem z Norských fondů v programu **Životní prostředí, ekosystémy a změna klimatu** v oblasti podpory **Zlepšování stavu životního prostředí v ekosystémech**.

Toto je pouze slepá informace o přínosech projektu, který byl realizován v rámci grantu z Norských fondů. Toto je pouze slepá informace o přínosech projektu, který byl realizován v rámci grantu z Norských fondů.

Výše uděleného grantu: 1 000 000 Kč

Příjemce podpory: obecní úřad Kozojedy

Realizační firma: Práce všeho druhu, s. r. o.

www.sfpz.cz/norskofondy www.norskofondy.cz www.eeagrants.org





Snižování negativního vlivu lidské činnosti na kvalitu ovzduší

Toto je pouze slepý název projektu, který byl realizován díky grantu z Norských fondů

Tento projekt byl podpořen grantem z Norských fondů v programu **Životní prostředí, ekosystémy a změna klimatu** v oblasti podpory **Snižování negativního vlivu lidské činnosti na kvalitu ovzduší**.




Toto je pouze slepá informace o přínosech projektu, který byl realizován v rámci grantu z Norských fondů. Toto je pouze slepá informace o přínosech projektu, který byl realizován v rámci grantu z Norských fondů.

Výše uděleného grantu: 1 000 000 Kč

Příjemce podpory: obecní úřad Kozojedy

Realizační firma: Práce všeho druhu, s. r. o.

www.sfpz.cz/norskofondy www.norskofondy.cz www.eeagrants.org

Snižování negativního vlivu lidské činnosti na kvalitu vod

Toto je pouze slepý název projektu, který byl realizován díky grantu z Norských fondů

Tento projekt byl podpořen grantem z Norských fondů v programu **Životní prostředí, ekosystémy a změna klimatu** v oblasti podpory **Snižování negativního vlivu lidské činnosti na kvalitu vod**.

Toto je pouze slepá informace o přínosech projektu, který byl realizován v rámci grantu z Norských fondů. Toto je pouze slepá informace o přínosech projektu, který byl realizován v rámci grantu z Norských fondů. Toto je pouze slepá informace o přínosech projektu, který byl realizován v rámci grantu z Norských fondů.

Výše uděleného grantu: 1 000 000 Kč

Příjemce podpory: obecní úřad Kozojedy

Realizační firma: Práce všeho druhu, s. r. o.

www.sfpz.cz/norskofondy www.norskofondy.cz www.eeagrants.org





Změny klimatu, zmírňování jejich vlivu a přizpůsobování se těmto změnám

Toto je pouze slepý název projektu, který byl realizován díky grantu z Norských fondů

Tento projekt byl podpořen grantem z Norských fondů v programu **Životní prostředí, ekosystémy a změna klimatu** v oblasti podpory **Změny klimatu, zmírňování jejich vlivu a přizpůsobování se těmto změnám**.

Toto je pouze slepá informace o přínosech projektu, který byl realizován v rámci grantu z Norských fondů. Toto je pouze slepá informace o přínosech projektu, který byl realizován v rámci grantu z Norských fondů. Toto je pouze slepá informace o přínosech projektu, který byl realizován v rámci grantu z Norských fondů.

Výše uděleného grantu: 1 000 000 Kč

Příjemce podpory: obecní úřad Kozojedy


Realizační firma: Práce všeho druhu, s. r. o.



www.sfpz.cz/norskofondy www.norskofondy.cz www.eeagrants.org





←----- 2 000 mm -----→

<p>úplný název projektu →</p> <p>povinné sdělení →</p> <p>oblast podpory →</p> <p>přínos/cíl projektu →</p> <p>výše uděleného grantu →</p> <p>příjemce podpory →</p> <p>realizační firma →</p> <p>webové stránky programu →</p>	<p>Toto je pouze slepý název projektu, který byl realizován díky grantu z Norských fondů</p> <p>Tento projekt byl podpořen grantem z Norských fondů v programu Životní prostředí, ekosystémy a změna klimatu v oblasti podpory Zlepšování stavu životního prostředí v ekosystémech.</p> <p>Toto je pouze slepá informace o přínosech projektu, který byl realizován v rámci grantu z Norských fondů. Toto je pouze slepá informace o přínosech projektu, který byl realizován v rámci grantu z Norských fondů. Toto je pouze slepá informace o přínosech projektu, který byl realizován v rámci grantu z Norských fondů.</p> <p>Výše uděleného grantu: 1 000 000 Kč</p> <p>Příjemce podpory: obecní úřad Kozojedy</p> <p>Realizační firma: Práce všeho druhu, s. r. o.</p> <p>www.sfzp.cz/norskefondy www.norskefondy.cz www.eeagrants.org</p>		<p>↑</p> <p>1 000 mm</p> <p>↓</p>
---	--	---	-----------------------------------

loga programu – Norské fondy a Státní fond životního prostředí ČR

Máte-li vlastní fotografie či vizualizace projektu
v tiskové kvalitě, můžete je zaslat společně s požadavkem
na výrobu billboardu na e-mail eva.stanglova@sfzp.cz.

Pamětní deska



**Požadavek na výrobu tiskových podkladů
pro billboard a pamětní desku zašlete
na e-mail eva.stanglova@sfzp.cz**

Plakát A3

Plakáty A3 mohou sloužit k polepu větších předmětů zakoupených v rámci projektu (stanice imisního monitoringu, prvky zelené infrastruktury atp.)



Máte-li vlastní fotografie či vizualizace projektu v tiskové kvalitě, můžete je zaslat společně s požadavkem na výrobu plakátu A3 na e-mail eva.stanglova@sfzp.cz.

Informační tabule

Informační tabule nese podrobnější informace a popis projektu (například stanoviště na naučných stezkách atp.).



Informační tabule musí obsahovat:

- loga programu,
- povinné sdělení,
- slogan programu,
- odkazy na webové stránky programu a případně webové stránky projektu.

Všechny povinné informace (kromě webových stránek) jsou sjednoceny do informačního banneru, který je volně ke stažení na [webových stránkách programu](#).

Velikost písma u povinného sdělení **nesmí být menší než ostatní text** na informační tabuli a současně by neměla být menší než 12 bodů. Při této velikosti písma je minimální velikost log 25 mm.

Minimální velikost banneru na informační tabuli



Roll-up



Norway
grants



STÁTNÍ FOND
ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ
ČESKÉ REPUBLIKY

Toto je poue slepý titulek


**Toto je pouze příklad slepého textu
použitého na roll-up. Toto je pouze
příklad slepého textu použitého na
roll-up. Toto je příklad slepého textu.**






Společně pro zelenou Evropu
Tento projekt byl podpořen grantem
z Norských fondů.

www.sfzp.cz/horskefondy
www.norskefondy.cz
www.eeagrants.org






Norway
grants



STÁTNÍ FOND
ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ
ČESKÉ REPUBLIKY

Společně pro zelenou Evropu

Program **Životní prostředí, ekosystémy a změny klimatu** nabídne
v programovém období 2014–2021 přibližně **800 milionů korun**
na realizaci projektů ke zlepšení životního prostředí v České republice.

www.sfzp.cz/horskefondy

www.norwaygrants.cz

www.eeagrants.org

Samolepka

Samolepky mohou sloužit k polepu drobných předmětů zakoupených v rámci projektu (notebook, vybavení kanceláře atp.)

Minimální velikost

←----- 70 mm ----->



Podklady pro samolepky jsou volně ke stažení na [webových stránkách programu](#).

Propagační předměty



Na drobné propagační předměty, jako jsou pera, USB disky atd., kde by názvy Norských fondů a SFŽP ČR byly nečitelné, mohou být použity pouze ikony log a webové stránky www.eeagrants.cz a www.sfzp.cz, případně další odkaz na stránky projektu.

Příklady použití



Tištěné materiály



  STÁTNÍ FOND ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ ČESKÉ REPUBLIKY **Společně pro zelenou Evropu** Tento projekt byl podpořen grantem z Norských fondů.



Logo
žadatele

www.sfru.cz/norskefondy
www.norskefondy.cz
www.esagrants.org

Projektová dokumentace

Projekt: Toto je pouze slepý název projektu

žadatel	fotograf	
datum	čas	zakázka
zodpovědný projektant	počet listů	

  STÁTNÍ FOND ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ ČESKÉ REPUBLIKY **Společně pro zelenou Evropu** Tento projekt byl podpořen grantem z Norských fondů.

Manuál publicity pro žadatele a konečné příjemce **v programu Životní prostředí, ekosystémy a změna klimatu**

Vydal: Státní fond životního prostředí ČR, Olbrachtova 2006/9, 140 00 Praha 2

Vydáno: srpen 2019

Fotografie: Christophe Vander Eecken (titulní strana, str. 4, 10, 23 vpravo), Royal Norwegian Embassy in Prague (str. 2), Jan Železný (str. 7, 15), Jiří Peterka (str. 23), Fotky-foto (str. 24), Státní fond životního prostředí ČR (str. 37)

V případě nejasností při naplňování pravidel propagace zašlete svůj dotaz na adresu norwaygrants@sfzp.cz.



STÁTNÍ FOND
ŽIVOTNÍHO PROSTŘEDÍ
ČESKÉ REPUBLIKY

www.norskefondy.cz

www.sfzp.cz

www.eeagrants.org