



# **Εγχειρίδιο Επικοινωνίας και Σχεδιασμού EEA and Norway Grants 2014-2021**

# Πίνακας περιεχομένων

Εισαγωγή	4-6
----------	-----

## Μέρος 1: Οδηγίες επικοινωνίας

Προϋποθέσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας	8-11
Στρατηγική επικοινωνίας	12-20

## Εργαλεία επικοινωνίας

Λογότυπα	21-23
Σύνθημα: Συνεργαζόμαστε για μια πράσινη, ανταγωνιστική Ευρώπη, χωρίς αποκλεισμούς	24
Ιστότοποι	25-28
Μέσα κοινωνικής δικτύωσης	29-30
Φωτογραφικό/οπτικοακουστικό υλικό	31-34
Δημοσιεύσεις	35-36
Εκδηλώσεις	37-40
Δημιουργία ειδήσεων	41-42
Δελτία Τύπου	43-44
Κοινοποίηση πληροφοριών	45

## Μέρος 2: Οπτική ταυτότητα

Χρήση λογότυπου	49-58
Στερεότυπα κείμενα	59-63
Τυπογραφία	64-65
Χρώματα	66-67
Πλέγμα	68-70
Αναμνηστική πλακέτα	71
Αφίσες, διαφημιστικές πινακίδες και roll-up	72-73
Πρωθητικό υλικό	74-76
Ενημερωτικό δελτίο	78
Παρουσιάσεις	79-80



# Εισαγωγή

Τα EEA and Norway Grants αφορούν τη συνεργασία για τη μείωση των οικονομικών και κοινωνικών ανισοτήτων στην Ευρώπη. Από την έναρξή τους, έχουν υλοποιηθεί χιλιάδες έργα στα οποία συμμετέχουν όλο και περισσότεροι άνθρωποι, τα οποία συμβάλλουν σε αυτούς τους στόχους. Έχουν δημιουργηθεί σχέσεις και έχουν επιτευχθεί αποτελέσματα.

Μέσω της επικοινωνίας, αποδεικνύουμε πώς τα EEA and Norway Grants κάνουν τη διαφορά στις ζωές των ανθρώπων. Πρέπει να αναδείξουμε τις ευκαιρίες των Grants και τα αποτελέσματα που επιτυγχάνουμε όταν **συνεργαζόμαστε για μια πράσινη, ανταγωνιστική Ευρώπη, χωρίς αποκλεισμούς.**

Μέσω της καλής επικοινωνίας, μπορούμε να δείξουμε όλη την υπέροχη δουλειά που γίνεται στο πλαίσιο των Grants και, ταυτόχρονα, να προβάλλουμε τις δότριες χώρες Ισλανδία, Λιχτενστάιν και Νορβηγία. Τι καλύτερο από τα να δώσουμε παραδείγματα που επισημαίνουν τα αποτελέσματα και τα επιτεύγματα των προγραμμάτων και των έργων;

Εσείς γνωρίζετε καλύτερα τα έργα, τα προγράμματα και τα αποτελέσματά σας και στηριζόμαστε σε εσάς για να ενημερώσετε τον κόσμο για το τι επιτυγχάνουμε όλοι μαζί μέσω των Grants.

Αυτό το εγχειρίδιο περιλαμβάνει οδηγίες για το πώς να διαχειριζόμαστε στρατηγικά την επικοινωνία και να ανταποκρινόμαστε στις απαιτήσεις. Προσδιορίζει, επίσης, τις τεχνικές απαιτήσεις σχετικά με τη χρήση των λογότυπων, της οπτικής ταυτότητας και άλλων θεμάτων. Τέλος, παρέχει συστάσεις για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, το διαδίκτυο, τις εκδηλώσεις, κ.λπ.

Με όλα αυτά τα μέσα, ελπίζουμε ότι όλοι όσοι συμμετέχουν στην επικοινωνία για τα EEA and Norway Grants έχουν τα απαραίτητα εργαλεία ώστε η επικοινωνία να γίνεται με ουσιαστικό, στοχευμένο και δημιουργικό τρόπο.

Καλή επιτυχία! Ανυπομονούμε να δούμε τα αποτελέσματα της δουλειάς σας!

[www.eeagrants.org](http://www.eeagrants.org) [www.norwaygrants.org](http://www.norwaygrants.org)

---

**Να θυμάστε ότι όλα τα μέτρα συνιστούν τις ελάχιστες προϋποθέσεις.**

**Ενθαρρύνουμε την αντισυμβατική σκέψη και τις επιπλέον δράσεις.**

**Δεν υπάρχουν όρια!**

---

## Τι και ποιον αφορά;

Θέλουμε να λαμβάνουμε τα καλύτερα αποτελέσματα και τη βέλτιστη αξία από τις δραστηριότητες επικοινωνίας μας, για να διασφαλίσουμε ότι όλοι οι εταίροι που συμμετέχουν στα EEA and Norway Grants επικοινωνούν ουσιαστικά αλληλοσυμπληρώνοντας ο ένας τον άλλον.

Αυτό το εγχειρίδιο μπορεί χρησιμοποιηθεί από όποιον<sup>1</sup> συμμετέχει στην ανάπτυξη, την παράδοση και τη διαχείριση των έργων και προγραμμάτων που αφορούν τα EEA and Norway Grants. Όλες οι εμπλεκόμενες οντότητες έχουν από κοινού ευθύνη για τη διεξαγωγή δραστηριοτήτων πληροφόρησης και επικοινωνίας.

## Γιατί επικοινωνούμε;

- Για να εξασφαλίσουμε την ευρύτερη δυνατή διάδοση πληροφοριών, να αυξήσουμε την ευαισθητοποίηση και να ενισχύσουμε τη διαφάνεια των πληροφοριών σχετικά με τις ευκαιρίες, τους δικαιούχους και τα επιτεύγματα της χρηματοδότησης.
- Για να ενημερώσουμε το ευρύ κοινό για την ύπαρξη των EEA and Norway Grants.
- Για να διασφαλίσουμε την προβολή για τις δότριες χώρες Ισλανδία, Λιχτενστάιν και Νορβηγία και την ανάδειξη της συμβολής τους στη μείωση των κοινωνικών και οικονομικών ανισοτήτων και στην ενδυνάμωση των διμερών σχέσεων μεταξύ των δότριων χωρών και των χωρών-δικαιούχων.

Η επικοινωνία αποτελεί σημαντικό και αναπόσπαστο μέρος για την υλοποίηση των EEA and Norway Grants.

Οι υποχρεωτικές προϋποθέσεις σχετικά με τις δραστηριότητες επικοινωνίας περιγράφονται στους κανονισμούς για την υλοποίηση του Χρηματοδοτικού Μηχανισμού ΕΟΧ και Νορβηγίας 2014-2021:

- Άρθρο 1.7.: Προβολή
- Κεφάλαιο 3: Πληροφόρηση και επικοινωνία
- Παράρτημα 3: Προϋποθέσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας

Βεβαιωθείτε ότι έχετε ελέγξει αυτές τις προϋποθέσεις όταν αναπτύσσετε τις στρατηγικές και τα σχέδια επικοινωνίας σας, για να διαχειριστείτε αναλόγως τις επικοινωνιακές σας δραστηριότητες.

Κάθε υλικό πληροφόρησης και επικοινωνίας που σχετίζεται με τα EEA and Norway Grants πρέπει να εναρμονίζεται με το παρόν Εγχειρίδιο επικοινωνίας και σχεδιασμού. Εδώ καθορίζουμε με λεπτομέρεια τις τεχνικές απαιτήσεις σχετικά με τη χρήση λογότυπων, πινακίδων, πλακετών, αφισών, δημοσιεύσεων, καθώς και τις απαιτήσεις σχετικά με την παρουσία στο διαδίκτυο και τη χρήση οπτικοακουστικού υλικού.

Τα EEA and Norway Grants είναι η εμπορική ονομασία των χρηματοδοτικών μηχανισμών και πρέπει να χρησιμοποιούνται σε κάθε επικοινωνία.

<sup>1</sup> Γραφείο Χρηματοδοτικού Μηχανισμού (FMO), Εθνικά Σημεία Επαφής (ΕΣΕ), Διαχειριστές Προγραμμάτων (ΔΠ), Διαχειριστές Επιχορήγησης (ΕΟ), Εταίροι Προγράμματος χορηγών (DPP), Φορείς υλοποίησης (pp), εταίροι έργων από τις δότριες χώρες (dpp), και Διεθνείς οργανισμοί-εταίροι (IPO).

## Στόχοι επικοινωνίας

Οι στόχοι επικοινωνίας πρέπει πάντα να υποστηρίζουν και να συμβάλλουν στα επιτεύγματα των δύο γενικών στόχων των EEA and Norway Grants:



Μείωση των οικονομικών και κοινωνικών ανισοτήτων στον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο



Ενίσχυση των διμερών σχέσεων μεταξύ των δότριων χωρών και των χωρών-δικαιούχων

## Πού μπορώ να βρω περισσότερες πληροφορίες;

- Τα Εθνικά Σημεία Επαφής, οι Διεθνείς οργανισμοί-εταίροι, οι Διαχειριστές Επιχορήγησης και οι Εταίροι Προγράμματος από τις δότριες χώρες πρέπει να επικοινωνούν με το Γραφείο Χρηματοδοτικού Μηχανισμού – τη γραμματεία των EEA and Norway Grants. Στείλτε e-mail στην ομάδα επικοινωνίας: [info-fmo@efta.int](mailto:info-fmo@efta.int)
- Οι φορείς υλοποίησης και οι εταίροι έργων των δότριων χωρών πρέπει να επικοινωνούν με τον διαχειριστή προγράμματος. Επισκεφθείτε τον ιστότοπο των EEA and Norway Grants ([www.eeagrants.org](http://www.eeagrants.org)) για στοιχεία επικοινωνίας.

### Ενημερώστε το κοινό

Η ενημέρωση για το πώς μπορεί κάποιος να υποβάλλει αίτηση για χρηματοδότηση και για όσα έχουν επιτευχθεί χάρη στη στήριξη του προγράμματος, είναι καθοριστικής σημασίας για τη διαφάνεια και την απόδοση ευθυνών. Μας δίνει επίσης την ευκαιρία να μοιραστούμε τις βέλτιστες πρακτικές, προκειμένου να βελτιώνουμε συνεχώς τα έργα και τα προγράμματα.



# Μέρος 1

## Οδηγίες ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

### Προϋποθέσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας

**Οι δραστηριότητες επικοινωνίας στο πλαίσιο των Grants περιλαμβάνουν άτομα και οργανισμούς σε πολλές χώρες.**

Για να επικοινωνούμε αποτελεσματικά, οι Προϋποθέσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας (ορίζονται στο παράρτημα 3 των κανονισμών για την υλοποίηση των Χρηματοδοτικών Μηχανισμών ΕΟΧ και Νορβηγίας 2014-21), που συμπληρώνονται με το παρόν εγχειρίδιο, παρέχουν ένα κοινό σύνολο αναφορών για:

- Τη δημιουργία ενός ουσιαστικού και περιεκτικού μηνύματος
- Την κάλυψη της ανάγκης για τεκμηριωμένες πληροφορίες για προγράμματα και έργα
- Τη μετάδοση των αξιών του συνολικού προγράμματος επιχορηγήσεων.



### Οφέλη της κοινής ευθύνης για την επικοινωνία

- **Διαφάνεια και λογοδοσία:** διασφαλίστε ότι το κοινό ενημερώνεται για το πώς δαπανάται η χρηματοδότηση και έτσι συμβάλλετε στον περιορισμό της πιθανότητας κατάχρησης που μπορεί να προκύψει από ανεπαρκή πρόσβαση στην πληροφόρηση.
- **Ειλικρίνεια και προσβασιμότητα:** ένα μεγάλο δίκτυο τοπικών φορέων καθιστά δυνατή την καλύτερη επικοινωνία των ευκαιριών για υποβολή αίτησης για χρηματοδότηση και συμμετοχής σε έργα σύμπραξης.
- **Δεν είναι μόνο η διαδικασία, αλλά και τα αποτελέσματα:** όσοι συμμετέχουν σε ένα έργο ή πρόγραμμα γνωρίζουν καλύτερα τα αποτελέσματα και τα επιτεύγματα και συνεπώς είναι οι πλέον αρμόδιοι για να γνωστοποιήσουν τον αντίκτυπο και τα αποτελέσματα σε εθνικό, περιφερειακό και τοπικό επίπεδο.

### Ρόλοι και ευθύνες

Υπάρχουν διάφοροι παράγοντες που αφορούν την εκτέλεση και προώθηση των έργων και των προγραμμάτων στο πλαίσιο των EEA and Norway Grants. Ο πλήρης κατάλογος αρμοδιοτήτων και προϋποθέσεων για τους διάφορους εμπλεκόμενους παράγοντες περιλαμβάνεται στο κεφάλαιο 3 και το παράρτημα 3 των κανονισμών για την υλοποίηση του Χρηματοδοτικού Μηχανισμού ΕΟΧ και Νορβηγίας 2014-2021. Στις επόμενες σελίδες, θα βρείτε χρήσιμους καταλόγους ελέγχου.

### Κατάλογος ελέγχου για Εθνικά Σημεία Επαφής<sup>2</sup>

- Επιστημάνετε τις συνεισφορές από την Ισλανδία,
- το Λιχτενστάιν και τη Νορβηγία.
- Δώστε έμφαση στη διμερή συνεργασία.
- Να ενεργείτε εκ των προτέρων.
- Ορίστε έναν υπεύθυνο
- για την επικοινωνία.
- Αναπτύξτε μια στρατηγική επικοινωνίας.
- (και μια βασική μελέτη).
- Διατηρήστε έναν αυτόνομο ιστότοπο.
- Να είστε ενεργοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- Δημιουργήστε και συντονίστε ένα δίκτυο για τους ΔΠ.
- Βεβαιωθείτε ότι οι ΔΠ εκπληρώνουν τις υποχρεώσεις τους.
- Οργανώστε τουλάχιστον τρεις μεγάλες εκδηλώσεις.
- Συντονίστε δραστηριότητες με πρεσβείες των δότριων χωρών.
- Παρέχετε πολλές πληροφορίες στο FMO και τις δότριες χώρες.
- Αξιολογήστε τις επικοινωνιακές σας δραστηριότητες.

<sup>2</sup> Βλ. άρθρο 1.7, κεφάλαιο 3 και παράρτημα 3 των κανονισμών για την υλοποίηση του Χρηματοδοτικού Μηχανισμού ΕΟΧ και Νορβηγίας 2014-2021 σχετικά με τον πλήρη κατάλογο των προϋποθέσεων.

### Κατάλογος ελέγχου για Διαχειριστές Προγραμμάτων<sup>3</sup>

- Επιστημάνετε τη βοήθεια της Ισλανδίας, του Λιχτενστάιν και της Νορβηγίας.
- Δώστε έμφαση στη διμερή συνεργασία.
- Παρέχετε πολλές πληροφορίες στα Εθνικά Σημεία Επαφής (ΕΣΕ).
- Υποβάλετε αναφορά στα ΕΣΕ ετησίως.
- Λάβετε μέρος στο δίκτυο επικοινωνίας των ΕΣΕ.
- Συντονίστε δραστηριότητες με Εταίρους Προγράμματος από τις δότριες χώρες, ΕΣΕ και πρεσβείες των δότριων χωρών.
- Βεβαιωθείτε ότι οι Φορείς Υλοποίησης εκπληρώνουν τις υποχρεώσεις τους
- Αναπτύξτε ένα σχέδιο επικοινωνίας και έναν κατάλογο δραστηριοτήτων.
- Οργανώστε τουλάχιστον δύο μεγάλες εκδηλώσεις.
- Παρέχετε πληροφορίες για τις προσκλήσεις υποβολής προτάσεων, τους όρους, τις διαδικασίες, κ.λπ.
- Δημιουργήστε μια αυτόνομη ιστοσελίδα ή συνεισφέρετε στην εθνική δικτυακή πύλη (τηρήστε τις αποφάσεις των ΕΣΕ σχετικά με αυτό).

### Κατάλογος ελέγχου για Φορείς Υλοποίησης<sup>4</sup>

- Επιστημάνετε τη βοήθεια της Ισλανδίας, του Λιχτενστάιν και της Νορβηγίας.
- Δώστε έμφαση στη διμερή συνεργασία.
- Παρέχετε πολλές πληροφορίες στους ΔΠ
- Αναπτύξτε ένα σχέδιο επικοινωνίας.
- Δημιουργήστε έναν ιστότοπο/ιστοσελίδα με πληροφορίες για το έργο.
- Οργανώστε τουλάχιστον τρεις δραστηριότητες επικοινωνίας.
- Φτιάξτε μια αναμνηστική πλακέτα εάν χρηματοδοτείτε ένα φυσικό αντικείμενο.

<sup>3</sup> Βλ. άρθρο 1.7, κεφάλαιο 3 και παράρτημα 3 των κανονισμών για την υλοποίηση του Χρηματοδοτικού Μηχανισμού ΕΟΧ και Νορβηγίας 2014-2021 σχετικά με τον πλήρη κατάλογο των προϋποθέσεων.

<sup>4</sup> Βλ. άρθρο 1.7, κεφάλαιο 3 και παράρτημα 3 των κανονισμών για την υλοποίηση του Χρηματοδοτικού Μηχανισμού ΕΟΧ και Νορβηγίας 2014-2021 σχετικά με τον πλήρη κατάλογο των προϋποθέσεων.

### **Κατάσταση ελέγχου Εταίρων προγράμματος από τις δότριες χώρες<sup>5</sup>**

- Επισημάνετε τη βοήθεια της Ισλανδίας, του Λιχτενστάιν και της Νορβηγίας
- Παρέχετε πληροφορίες στο ευρύ κοινό σχετικά με τη συμμετοχή σας
- Χρησιμοποιήστε τον υπάρχοντα ιστότοπό σας για να παρέχετε πληροφορίες σχετικά με τη συμμετοχή και τους συνδέσμους για σχετικές προσκλήσεις υποβολής προτάσεων
- Ορίστε έναν υπεύθυνο για θέματα επικοινωνίας και συνεργαστείτε με το Υπουργείο Εξωτερικών σχετικά με τις δραστηριότητες επικοινωνίας
- Αναπτύξτε ένα σχέδιο επικοινωνίας και έναν κατάλογο δραστηριοτήτων

### **Κατάλογος ελέγχου για Διεθνείς Οργανισμούς-Εταίρους<sup>6</sup>**

- Επισημάνετε τις συνεισφορές από την Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και τη Νορβηγία.
- Παρέχετε πληροφορίες για τη συμμετοχή σας στα σχετικά ενδιαφερόμενα μέρη.
- Καταστήστε σαφή τη συμμετοχή σας στα EEA and Norway Grants στον ιστότοπό σας, αναφέροντας πού και με ποιον συνεργάζεστε.
- Προβάλετε τον αντίκτυπο της συνεισφοράς.

<sup>5</sup> Βλ. άρθρο 1.7, κεφάλαιο 3 και παράρτημα 3 των κανονισμών για την υλοποίηση του Χρηματοδοτικού Μηχανισμού ΕΟΧ και Νορβηγίας 2014-2021 σχετικά με τον πλήρη κατάλογο των προϋποθέσεων.

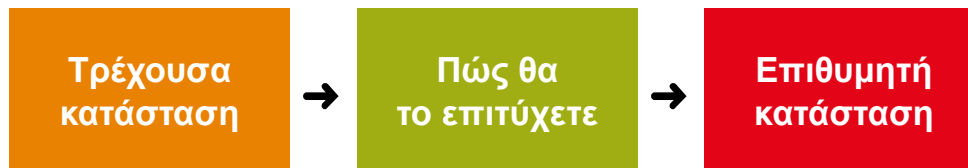
<sup>6</sup> Βλ. άρθρο 1.7, κεφάλαιο 3 και παράρτημα 3 των κανονισμών για την υλοποίηση του Χρηματοδοτικού Μηχανισμού ΕΟΧ και Νορβηγίας 2014-2021 σχετικά με τον πλήρη κατάλογο των προϋποθέσεων.

# Στρατηγική επικοινωνίας

**Απαιτείται στρατηγική επικοινωνίας που θα αναγράφεται στον προϋπολογισμό<sup>7</sup> για όλα τα προγράμματα και τα έργα στο πλαίσιο των EEA and Norway Grants, καθώς και για τα Εθνικά Σημεία Επαφής.**

**Προϋποθέσεις:** Τα Εθνικά Σημεία Επαφής πρέπει να υποβάλουν τη στρατηγική επικοινωνίας στην Επιτροπή Χρηματοδοτικού Μηχανισμού (FMC)/Υπουργείο Εξωτερικών της Νορβηγίας (NMFA) εντός έξι μηνών από την υπογραφή των Μνημονίων κατανόησης (MoU).

**Συστάσεις:** Για να αξιοποιήσετε στο έπακρο την επικοινωνία σας, το πρώτο βήμα είναι να αναπτύξετε μια στρατηγική επικοινωνίας για να προσδιορίσετε και να καθορίσετε τους στόχους σας, το κοινό-στόχο, τα βασικά μηνύματα, τους διαύλους επικοινωνίας, τα εμπόδια και τον τρόπο αξιολόγησης των προσπαθειών σας όσον αφορά την επικοινωνία. Σε αυτήν τη βάση, αποφασίζετε ποιες δραστηριότητες και εργαλεία θα σας βοηθήσουν περισσότερο να επιτύχετε τους στόχους σας. Με απλά λόγια, η στρατηγική επικοινωνίας πρέπει να περιλαμβάνει μια σαφή εικόνα της τρέχουσας κατάστασής σας, όσων θέλετε να επιτύχετε και πώς σκοπεύετε να φτάσετε εκεί. Αυτό είναι ένα «ζωντανό» έγγραφο. Χρησιμοποιήστε το για να καθοδηγήσετε τις επικοινωνιακές σας δραστηριότητες και προσπάθειες.



<sup>7</sup> Το παρόν αφορά τη «Στρατηγική Επικοινωνίας» των Εθνικών Σημείων Επαφής, το «Σχέδιο επικοινωνίας» των Διαχειριστών Προγραμμάτων και των Φορέων υλοποίησης στο παράρτημα 3 των κανονισμών για την υλοποίηση των Χρηματοδοτικών Μηχανισμών ΕΟΧ και Νορβηγίας 2014-21.

## Συστάσεις: Πώς να αναπτύξετε μια στρατηγική επικοινωνίας

- 1. Βασική ανάλυση / Ανάλυση SWOT** – Πραγματοποιήστε μια ανάλυση για να προσδιορίσετε την τρέχουσα κατάσταση
- 2. Στόχοι** – Αποφασίστε τι θέλετε να πετύχετε με την επικοινωνία σας
- 3. Ομάδα-στόχος** – Καθορίστε ή προσδιορίστε το κοινό-στόχο σας
- 4. Μηνύματα** – Ορίστε τα μηνύματα που θα επικοινωνήσετε
- 5. Δίαυλοι επικοινωνίας και δραστηριότητες** – Αποφασίστε ποιες δραστηριότητες και ποιους διαύλους θα χρησιμοποιήσετε
- 6. Προκλήσεις** – Προσδιορίστε ποιες προκλήσεις μπορεί να αντιμετωπίσετε
- 7. Αξιολόγηση** – Αποφασίστε πώς θα μετρήσετε και θα αξιολογήσετε τον αντίκτυπο των δραστηριοτήτων σας
- 8. Προϋπολογισμός** – Συμπεριλάβετε τον προϋπολογισμό σας
- 9. Υπεύθυνος επικοινωνίας** – Παρέχετε στοιχεία επικοινωνίας

### 1. Βασική μελέτη / Ανάλυση SWOT

Η βασική μελέτη αναλύει την τρέχουσα κατάστασή σας. Στη συνέχεια, μπορεί να τη συγκρίνετε με την κατάσταση μετά από το τέλος της υλοποίησης των προγραμμάτων και των έργων στο πλαίσιο των EEA and Norway Grants 2014-2021, προκειμένου να προσδιορίσετε τις αλλαγές που σημειώθηκαν. Αυτό είναι το σημείο εκκίνησής σας.

Η βασική μελέτη συνιστάται ιδιαίτερα. Τα Εθνικά Σημεία Επαφής σε χώρες-δικαιούχους επιχορήγησης 100 εκατομμυρίων ευρώ ή και περισσότερο θα πρέπει να εξετάσουν το ενδεχόμενο να εκπονήσουν μια βασική μελέτη.

Αν επιλέξετε να μην εκπονήσετε μια πλήρη βασική μελέτη, σας συνιστούμε να διενεργήσετε μια ανάλυση SWOT (Πλεονεκτήματα, αδυναμίες, ευκαιρίες, απειλές) με προσπάθειες μετριασμού των προβλημάτων.



## 2. Στόχοι

Το πρώτο σας βήμα είναι να προσδιορίσετε τι θέλετε να επιτύχετε μέσω των προσπαθειών επικοινωνίας σας. Οι στόχοι σας πρέπει να είναι συγκεκριμένοι και μετρήσιμοι. Οι στόχοι σας πρέπει πάντα να υποστηρίζουν τους δύο γενικούς στόχους των EEA and Norway Grants. Βεβαιωθείτε ότι έχετε ορίσει στόχους SMART για όλες τις δραστηριότητες πληροφόρησης και επικοινωνίας.

### Δημιουργία στόχων SMART

- Συγκεκριμένος
- Μετρήσιμος
- Εφικτός
- Ρεαλιστικός
- Χρονικά προσδιορισμένος

**Συγκεκριμένος:** έχετε περισσότερες πιθανότητες να επιτύχετε έναν συγκεκριμένο στόχο παρά έναν γενικό στόχο. Για παράδειγμα, ένας γενικός στόχος θα μπορούσε να είναι ο εξής «Να έχετε μια καλή εργασιακή σχέση με τους εταίρους». Αλλά ένας συγκεκριμένος στόχος θα ήταν «Δημιουργήστε ένα δίκτυο για όλους τους ΔΠ και προγραμματίστε συναντήσεις δια ζώσης δύο φορές τον χρόνο».

**Μετρήσιμος:** καθορίστε συγκεκριμένα κριτήρια για τη μέτρηση της προόδου προς την επίτευξη κάθε στόχου που έχετε θέσει. Για να προσδιορίσετε εάν ο στόχος σας είναι μετρήσιμος, κάντε ερωτήσεις όπως: «Πόσο;», «Πόσα;», «Πώς θα ξέρω πότε θα ολοκληρωθεί;» Για παράδειγμα: «Έχουμε οργανώσει συναντήσεις με το δίκτυο ΔΠ δύο φορές τον χρόνο με ποσοστό συμμετοχής 90% κατά μέσο όρο».

**Εφικτός:** όταν προσδιορίζετε τους πιο σημαντικούς στόχους, μπορείτε να αρχίσετε να βρίσκετε τρόπους για να τους επιτύχετε. Μπορείτε να επιτύχετε τους περισσότερους στόχους όταν σχεδιάζετε τα βήματά σας με σύνεση και ορίζετε ένα χρονικό πλαίσιο που σας επιτρέπει να πραγματοποιήσετε αυτά τα βήματα. Τότε, ο στόχος είναι εφικτός.

**Ρεαλιστικός:** για να είναι ρεαλιστικός ένας στόχος πρέπει να αντιπροσωπεύει κάτι για το οποίο είστε πρόθυμοι και ικανοί να επιτύχετε. Αλλά βεβαιωθείτε ότι κάθε στόχος συνιστά μια ουσιαστική πρόοδο.

**Χρονικά προσδιορισμένος:** ο στόχος πρέπει να οριστεί εντός συγκεκριμένου χρονικού πλαισίου. Προσδιορίστε ότι ο στόχος μπορεί να επιτευχθεί εντός ενός καθορισμένου χρονικού πλαισίου. «Έως το τέλος του χρόνου, θα έχουμε διοργανώσει δύο συναντήσεις με το δίκτυο ΔΠ με συμμετοχή τουλάχιστον 90%».

### 3. Κοινό-στόχος

Το να κατανοήσετε με ποιον πρέπει να επικοινωνήσετε θα σας βοηθήσει να ορίσετε πώς να το κάνετε και ποια εργαλεία θα χρησιμοποιήσετε. Λάβετε υπόψη ποιον πρέπει να επηρεάσετε για να επιτύχετε τον στόχο σας. Να είστε όσο πιο συγκεκριμένοι γίνεται. Το κάθε κοινό (ΜΜΕ, ΜΚΟ, δήμοι, φορείς χάραξης πολιτικής) ανταποκρίνεται σε διαφορετικές προσεγγίσεις. Οι διάλογοι επικοινωνίας, τα μηνύματα και τα εργαλεία πρέπει να προσαρμόζονται και να στοχοθετούνται ανάλογα. Το «ευρύ κοινό» είναι πολύ μεγάλο για να χρησιμεύσει ως σωστή ομάδα-στόχος. Όσο περισσότερο περιορίσετε τις ομάδες-στόχους σας, τόσο πιο εύκολο θα είναι να δημιουργήσετε ένα σωστό μήνυμα. Θα είναι επίσης πιο εύκολο να υπολογίσετε αν έχετε φτάσει σε μια ομάδα-στόχο που είναι πιο στενά οριοθετημένη.

Μετά από την έγκριση του έργου ή προγράμματός σας, αξίζει να ανανεώσετε τον κατάλογο με τα κοινά-στόχους, για να διασφαλίσετε ότι συμπεριλαμβάνονται όλα τα άτομα στα οποία θέλετε να απευθυνθείτε και να προσδιορίσετε αν είναι κατάλληλα. Η ανάλυση SWOT και οι κύριοι στόχοι πρέπει να παρέχουν μια καλή ένδειξη των ομάδων-στόχων στις οποίες θα πρέπει να δώσετε προτεραιότητα.

### 4. Μηνύματα

Το μήνυμά σας πρέπει να είναι απλό! Αν είναι δυνατόν, επικεντρωθείτε μόνο σε τρία βασικά μηνύματα.

Τι θέλετε να νιώσει, να σκεφτεί και να κάνει το κοινό σας αφού ακούσει το μήνυμά σας; Τι έχετε να πείτε για να πείσετε και να προσελκύσετε το κοινό σας; Ποια βασικά σημεία θα ενδιαφέρουν το κοινό σας; Το μήνυμα πρέπει να έχει χρώμα και να προκαλεί αλληλεπίδραση. Σκεφτείτε αν πρέπει να κάνετε επίκληση στο συναίσθημα ή τη λογική για να επηρεάσετε την ομάδα-στόχο σας.

Η φράση «Συνεργαζόμαστε για μια πράσινη, ανταγωνιστική Ευρώπη, χωρίς αποκλεισμούς» είναι το κυρίαρχο αφήγημα των EEA and Norway Grants και πρέπει να περιλαμβάνεται στη στρατηγική ή το σχέδιο επικοινωνίας και να αποτελέσει τη βάση για τα μηνύματα που επικοινωνείτε. (Βλ. περισσότερες οδηγίες για το σύνθημα στη σελίδα 25).

## 5. Δίαυλοι επικοινωνίας και δραστηριότητες

Δεν υπάρχει σχεδόν κανένα όριο στους διαύλους και τις δραστηριότητες επικοινωνίας. Πρόκληση συνιστά η επιλογή του δίαυλου ή της δραστηριότητας που θα μεταδώσει το μήνυμα πιο αποτελεσματικά και αποδοτικά στο κοινό-στόχο. Οι δίαυλοι για την πληροφόρηση και την επικοινωνία σας θα μπορούσαν να είναι τα εξής:

- Ιστότοπος
- Μέσα κοινωνικής δικτύωσης
- Εκτυπωμένο υλικό
- Εργαστήρια
- Ενημερωτικά δελτία προς διάφορα ενδιαφερόμενα μέρη
- Μεγάλες εκδηλώσεις και σεμινάρια
- Συναντήσεις με τα ενδιαφερόμενα μέρη
- Παρουσιάσεις
- Πρεσβείες δότριων χωρών
- Και πολλά άλλα!

**Προγραμματίστε τις δραστηριότητές σας.** Προσαρμόστε τα μηνύματα και χρησιμοποιήστε τους σωστούς διαύλους επικοινωνίας για να στοχεύσετε τα διαφορετικά κοινά. Οι δραστηριότητές σας πρέπει πάντα να υποστηρίζουν έναν από τους κύριους στόχους σας και να απευθύνονται σε μία ή περισσότερες ομάδες-στόχους. Αν μια δραστηριότητα δεν υποστηρίζει τους στόχους σας, δεν θα πρέπει να την πραγματοποιήσετε. Μην ξεχνάτε να κάνετε χρονοδιάγραμμα για τις διάφορες δραστηριότητες.

## 6. Προκλήσεις

Η στρατηγική πρέπει να περιλαμβάνει τις προκλήσεις που συναντάτε και τις προσπάθειες μετριασμού για την αντιμετώπιση των προκλήσεων.

---

**Βεβαιωθείτε ότι υπάρχει επαρκής σύνδεση μεταξύ των στόχων, των ομάδων-στόχων και των δραστηριοτήτων.**

---



## 7. Αξιολόγηση

Η στρατηγική θα πρέπει να περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο με τον οποίο σκοπεύετε να αξιολογήσετε τα αποτελέσματα των εργασιών πληροφόρησης και επικοινωνίας σας. Ίσως πρέπει απλώς να αξιολογήσετε τον σχεδιασμό και την υλοποίηση. Υπάρχουν διαφορετικοί τύποι αποτελεσμάτων, όπως βραχυπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα, σκόπιμα και ακούσια, θετικά και αρνητικά αποτελέσματα; Χρησιμοποιήστε τη βασική μελέτη για να συγκρίνετε την κατάσταση στην αρχή της περιόδου χρηματοδότησης 2014-2021 και στο τέλος. Η αξιολόγηση πρέπει να είναι το σημείο εκκίνησης για μια νέα στρατηγική μιας νέας περιόδου.

Διασφαλίστε ότι αξιολογείτε συνεχώς τις δραστηριότητές σας. Θα πρέπει να αξιολογείτε τακτικά τη στρατηγική σας στο σύνολό της.

## 8. Προϋπολογισμός

Τα διαθέσιμα κεφάλαια και η σχέση κόστους-αποτελεσματικότητας των διάφορων τύπων επικοινωνίας πρέπει να λαμβάνονται υπόψη στις αποφάσεις σχετικά με τις δραστηριότητες που θα πραγματοποιηθούν. Συμπεριλάβετε έναν προϋπολογισμό για τις δραστηριότητες πληροφόρησης και επικοινωνίας.

## 9. Επικοινωνία

Για να διευκολύνετε τον διάλογο με το FMO και τις δότριες χώρες σχετικά με την επικοινωνία, παρέχετε το όνομα και τα στοιχεία επικοινωνίας του υπευθύνου για την εφαρμογή της στρατηγικής επικοινωνίας.

---

**Μετά την ανάπτυξη της στρατηγικής, είναι ώρα για **τακτικό** και **λειτουργικό** σχεδιασμό ώστε να **πετύχετε τους στόχους σας**.**

---



### **Τι ακολουθεί;**

Η διοίκησή σας πρέπει να εγκρίνει και να υιοθετήσει τη στρατηγική επικοινωνίας και να προωθήσει τη στρατηγική σε ολόκληρο τον οργανισμό. Διαφορετικά, θα παραμείνει στο συρτάρι. Αξιολογίστε τη στρατηγική σας ετησίως και αναθεωρήστε την όταν χρειάζεται. Αυτό είναι ένα «ζωντανό» έγγραφο και πρέπει να είναι το πιο σημαντικό εργαλείο σας στις εργασίες επικοινωνίας.

### **Πώς θα αξιολογήσουν οι δότριες χώρες τη στρατηγική σας;**

Λάβετε υπόψη ότι δεν πρέπει να αντιγράφετε/κάνετε επικόλληση τους κανονισμούς και το παράρτημα 3. Αυτά τα έγγραφα περιέχουν τις προϋποθέσεις. Η στρατηγική πρέπει να περιλαμβάνει τα σχέδιά σας για την εκπλήρωση αυτών των προϋποθέσεων. Ελέγξτε αν η στρατηγική ή το σχέδιό σας καλύπτει τις προϋποθέσεις του παραρτήματος 3 και των κανονισμών πριν την υποβάλετε. Έχουμε δημιουργήσει έναν κατάλογο ελέγχου για τις στρατηγικές και τα σχέδιά σας (βλ. επόμενες σελίδες).

## Κατάλογος ελέγχου για τις στρατηγικές επικοινωνίας των Εθνικών Σημείων Επαφής

- Η στρατηγική είναι σύντομη και στοχευμένη;
- Η στρατηγική και η αποστολή μηνυμάτων περιλαμβάνουν το σύνθημα «Συνεργαζόμαστε για μια πράσινη, ανταγωνιστική Ευρώπη χωρίς αποκλεισμούς»;
- Η στρατηγική υπογραμμίζει πώς να αυξήσετε την ευαισθητοποίηση του κοινού σχετικά με τη συμβολή και τον ρόλο των τριών δότριων χωρών;
- Περιλαμβάνει ανάλυση SWOT με προσπάθειες μετριασμού των προβλημάτων;
- Περιλαμβάνει πληροφορίες σχετικά με τον τρόπο που τα Εθνικά Σημεία Επαφής θα διευκολύνουν το δίκτυο επικοινωνίας με τους Διαχειριστές Προγραμμάτων;
- Διαθέτει πληροφορίες για τον υπεύθυνο επικοινωνίας;

## Στόχοι, ομάδες-στόχοι, τακτικές και δραστηριότητες

- Η στρατηγική περιλαμβάνει κατάλληλους και σαφώς καθορισμένους στόχους και ομάδες-στόχους;
- Υπάρχει επαρκής σύνδεση μεταξύ των στόχων, των ομάδων-στόχων και των δραστηριοτήτων;
- Οι στόχοι, τα μηνύματα, οι δίαυλοι επικοινωνίας και οι δραστηριότητες είναι προσαρμοσμένα στα διαφορετικά κοινά; Οι διαφορετικές ομάδες-στόχοι ενδέχεται να απαιτούν διαφορετικές προσεγγίσεις, για παράδειγμα, πληροφορίες για «εσωτερικές» ομάδες-στόχους, όπως ενδιαφερόμενα μέρη κατά της αύξησης της ευαισθητοποίησης «εξωτερικών» ομάδων-στόχων, όπως ιδιοκτήτες επιχειρήσεων ή πολιτικοί.
- Οι δότριες χώρες και οι πιθανοί εταίροι αναφέρονται ως κοινά;
- Ο διμερής στόχος έχει ενσωματωθεί σωστά στη στρατηγική; Πώς θα επικοινωνηθεί ο διμερής στόχος και η συνεργασία;
- Αναφέρονται η επικοινωνία των αποτελεσμάτων και του αντίκτυπου των επιχορηγήσεων, καθώς και τα αποτελέσματα της διμερούς συνεργασίας;
- Η στρατηγική περιλαμβάνει πληροφορίες που απαιτούνται για τις τρεις σημαντικές δραστηριότητες πληροφόρησης σχετικά με την πρόοδο και τον αντίκτυπο;
- Το χρονοδιάγραμμα των δραστηριοτήτων προσαρμόζεται στις φάσεις των Grants;

## Ιστός

- Υπάρχει μια στρατηγική όσον αφορά τον ιστό που καλύπτει τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης; Διευκρινίζει τους διαφορετικούς σκοπούς κάθε καναλιού με στόχους, κοινά και μηνύματα και πώς σχετίζονται μεταξύ τους;
- Η στρατηγική περιλαμβάνει πληροφορίες για το πώς τα ΕΣΕ θέλουν να δομήσουν τον ιστό; Δηλαδή, οι ΔΠ θα έχουν τον δικό τους ιστότοπο προγράμματος ή τα ΕΣΕ θα συλλέγουν πληροφορίες από κάθε πρόγραμμα στον κοινό ιστότοπο;
- Υπάρχουν πληροφορίες που υποδεικνύουν ότι ο ιστότοπος θα συμμορφώνεται με τις κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την προσβασιμότητα του περιεχομένου του ιστού σε άτομα με προβλήματα όρασης;

## Αξιολόγηση

- Έχουν προτείνει τα ΕΣΕ μια βασική μελέτη;
- Η στρατηγική περιλαμβάνει πληροφορίες για το πώς θα αξιολογούνται οι δραστηριότητες επικοινωνίας;
- Θα χρησιμοποιηθεί ο βασικός δείκτης ευαισθητοποίησης για τα Grants για την αξιολόγηση της επιτυχίας της στρατηγικής επικοινωνίας;

## Κατάλογος ελέγχου για σχέδια επικοινωνίας Διαχειριστών Προγραμμάτων και Διαχειριστών Επιχορήγησης

### Στόχοι και ομάδες-στόχοι

- Η στρατηγική περιλαμβάνει σαφώς καθορισμένους στόχους και ομάδες-στόχους;
- Ο διμερής χαρακτήρας καλύπτεται από τους στόχους και, ακολούθως, από τις δραστηριότητες;

### Κατάλογος δραστηριοτήτων

- Οι δραστηριότητες συνδέονται σαφώς με μια ομάδα-στόχο;
- Οι δραστηριότητες συνδέονται σαφώς με έναν στόχο;
- Οι δραστηριότητες έχουν χρονικό πλαίσιο;
- Υπάρχει κάποια ένδειξη για το τι θα μπορούσε να θεωρηθεί ως επιτυχημένη δραστηριότητα (υπάρχει στόχος που πρέπει να επιτευχθεί);
- Το σχέδιο περιλαμβάνει δραστηριότητες που στοχεύουν στην προώθηση των διμερών ευκαιριών του προγράμματος σε σχετικούς ενδιαφερόμενους φορείς (όπως ενημερωτικές συνεδρίες, σεμινάρια αντιστοίχισης κ.λπ.);
- Το σχέδιο περιλαμβάνει δραστηριότητες που στοχεύουν στην επικοινωνία των αποτελεσμάτων της διμερούς συνεργασίας που πραγματοποιείται στο πλαίσιο του προγράμματος;

### Εκδηλώσεις

- Έχουν προγραμματιστεί τουλάχιστον δύο μεγάλες δραστηριότητες επικοινωνίας;
- Οι δραστηριότητες συμβάλλουν σαφώς στους στόχους;

### Μέσα ενημέρωσης

- Το σχέδιο περιλαμβάνει την προσέγγιση των μέσων ενημέρωσης;

### Ιστότοπος/ιστοσελίδα

- Υπάρχουν πληροφορίες που υποδεικνύουν ότι ο ιστότοπος/ιστοσελίδα θα συμμορφώνεται με τις κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την προσβασιμότητα του περιεχομένου του ιστού σε άτομα με προβλήματα όρασης;

### Αξιολόγηση

- Το σχέδιο στρατηγικής περιλαμβάνει πληροφορίες για το πώς θα αξιολογούνται οι δραστηριότητες επικοινωνίας;

## Συμβουλές για τον σχεδιασμό

- Η στρατηγική επικοινωνίας σας δεν είναι μια πρόχειρη λίστα δραστηριοτήτων που πρέπει να εκτελέσετε, αλλά ένας ξεκάθαρος δηλωμένος στόχος με αντίστοιχες δράσεις και μηνύματα αντιστοίχισης για να προσελκύσετε μια σαφώς καθορισμένη ομάδα ατόμων.
- Σε ό,τι αφορά τα μηνύματα, «όσο λιγότερα, τόσο το καλύτερο». Εστιάστε σε μία ιδέα ανά μήνυμα που στοχεύει στο επιλεγμένο κοινό σας.
- Δημιουργήστε ένα ημερολόγιο δραστηριοτήτων που πραγματοποιούνται σχετικά με το έργο/το πρόγραμμά σας, ώστε να μπορείτε να προγραμματίσετε δράσεις επικοινωνίας σχετικά με αυτές.
- Λάβετε υπόψη την εσωτερική επικοινωνία: προωθήστε το έργο σας σωστά από την αρχή στους συναδέλφους σας στο πλαίσιο του οργανισμού σας.
- Κάντε την επικοινωνία αναπόσπαστο μέρος των τακτικών συναντήσεων προγραμματισμού και ενθαρρύνετε όλους να συνεισφέρουν με ιδέες.

# Εργαλεία επικοινωνίας

## Λογότυπο

**Το λογότυπο είναι το κεντρικό στοιχείο της οπτικής ταυτότητας των EEA and Norway Grants και πρέπει να χρησιμοποιείται σε κάθε υλικό πληροφόρησης και επικοινωνίας που σχετίζεται με τα EEA and Norway Grants.**

Το λογότυπο χρησιμοποιείται ως στοιχείο υπογραφής και σχεδιασμού σε όλη την οπτική επικοινωνία μας. Αυτό περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, ιστότοπους, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, δημοσιεύσεις, προσκλήσεις, προγράμματα συνεδρίων, επιστολές, βίντεο, πλακέτες, διαφημιστικές πινακίδες και διαφημιστικά είδη.

Το λογότυπο είναι ένα σημαντικό στοιχείο κατά την προβολή των συνεισφορών της Ισλανδίας, του Λιχτενστάιν και της Νορβηγίας μέσω των EEA and Norway Grants, σύμφωνα με τις προϋποθέσεις του παραρτήματος 3 των κανονισμών (βλ. το κεφάλαιο για τις προϋποθέσεις πληροφόρησης και επικοινωνίας). Επομένως, τα λογότυπα περιλαμβάνουν τα ονόματα των δότηρων χωρών (εκτός από το λογότυπο στα νορβηγικά, το οποίο χρησιμοποιείται μόνο στη Νορβηγία).

Η κατευθυντήρια αρχή για τη χρήση και την τοποθέτηση του λογότυπου στο υλικό σας, είναι ότι το λογότυπο των EEA and Norway Grants υπερισχύει. Θα πρέπει να υπάρχει σαφής διάκριση μεταξύ του επιπέδου χρηματοδότησης (τα Grants) και άλλων οργανισμών που συμμετέχουν στη διαχείριση και την υλοποίηση. Το κοινό πρέπει με την πρώτη ματιά να καταλαβαίνει από πού προέρχεται η χρηματοδότηση.

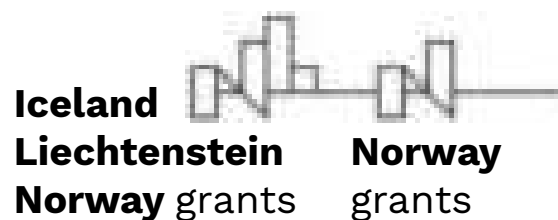
Υπάρχουν τρία βασικά λογότυπα, το συνδυαστικό λογότυπο των EEA and Norway Grants (1), το νορβηγικό λογότυπο (2) και το λογότυπο του Active Citizens Fund (3). Επιπλέον, υπάρχουν τα ξεχωριστά λογότυπα για καθένα από τα δύο Grants: το λογότυπο EEA Grants (4) και το λογότυπο Norway Grants (5).

### EEA Grants and Norway Grants

- Οι επίσημες ονομασίες των προγραμμάτων επιχορήγησης είναι ο Χρηματοδοτικός μηχανισμός ΕΟΧ και ο Χρηματοδοτικός μηχανισμός της Νορβηγίας. Θα δείτε αυτές τις επίσημες ονομασίες να χρησιμοποιούνται σε όλα τα νομικά έγγραφα σχετικά με τα προγράμματα επιχορήγησης, συμπεριλαμβανομένων των συμβάσεων για το έργο ή το πρόγραμμά σας.
- Θα πρέπει να χρησιμοποιείτε την εμπορική ονομασία του προγράμματος επιχορήγησης EEA Grants / Norway Grants για την επικοινωνία των επιχορηγήσεων, π.χ. στον ιστότοπό σας, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα βίντεο, τα φυλλάδια, τα συνέδρια, τον Τύπο, κ.λπ.
- Το EEA Grants εξακολουθεί να είναι η εμπορική ονομασία του Χρηματοδοτικού μηχανισμού ΕΟΧ.

**Απαιτήσεις:** Δεν πρέπει πλέον να χρησιμοποιείτε τα προηγούμενα λογότυπα για τα EEA and Norway Grants σε οποιοδήποτε νέο υλικό. Αυτό περιλαμβάνει την επικοινωνία για τις προηγούμενες περιόδους χρηματοδότησης. Σε αυτή την περίπτωση, πρέπει επίσης να χρησιμοποιηθεί το νέο λογότυπο. Τα στοιχεία και συνδυασμοί χρωμάτων της προηγούμενης οπτικής ταυτότητας δεν πρέπει πλέον να χρησιμοποιούνται ούτε να συνδυάζονται με τα νέα λογότυπα και την οπτική ταυτότητα.

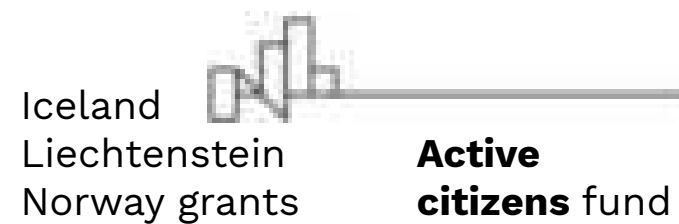
1)



2)



3)



4)



5)



Η χρήση του λογότυπου(ων)  
των **EEA and Norway Grants**  
είναι **ΥΠΟΧΡΕΩΤΙΚΗ**.

Όλα αυτά τα λογότυπα πρέπει να θεωρούνται ότι υπερισχύουν στις καταστάσεις για τις οποίες χρησιμοποιούνται. Αν χρησιμοποιούνται μαζί με άλλα λογότυπα (από κοινού προώθηση σήματος), το λογότυπο των EEA and Norway Grants πρέπει να τοποθετείται αριστερά ή/και στην κορυφή. Λεπτομερείς οδηγίες για τη χρήση και την τοποθέτηση του λογότυπου με παραδείγματα μπορείτε να βρείτε στις σελίδες 50-59.

Το σύμβολο του λογότυπου βασίζεται κυρίως στο σύνθημα «Συνεργαζόμαστε για μια πράσινη, ανταγωνιστική Ευρώπη χωρίς αποκλεισμούς», συνδυάζοντας τον ορίζοντα με τις πόλεις στο βάθος μέσω μιας μοναδικής και διαχρονικής εικαστικής σύνθεσης. Το σύνθημα μπορεί να χρησιμοποιηθεί μαζί με το λογότυπο. Περισσότερες οδηγίες σχετικά με τη χρήση του συνθήματος θα βρείτε στη σελίδα 25.

Μην χρησιμοποιείτε κανένα από τα λογότυπα με άλλο χρώμα εκτός από μαύρο ή άσπρο.

Τα στοιχεία στα λογότυπα δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται μεμονωμένα. Τα λογότυπα δεν πρέπει να αλλοιώνονται ή να τροποποιούνται με οποιονδήποτε τρόπο ή υπό οποιεσδήποτε συνθήκες.

Οι μεταφρασμένες εκδόσεις των λογότυπων στην εθνική γλώσσα δεν γίνονται δεκτές.

Θα πρέπει να χρησιμοποιείτε το επίσημο λογότυπο(α) των EEA ή/και Norway Grants για να προωθήσετε τα EEA ή/και Norway Grants σε όλα τα επίπεδα και σε όλες τις εμπλεκόμενες χώρες, συμπεριλαμβανομένων των προγραμμάτων και των έργων.

---

**Μόνο ένα από τα  
λογότυπα των Grants  
πρέπει να χρησιμοποιείται  
σε κάθε επιφάνεια  
επικοινωνίας.**

---

---

**Όλα τα στοιχεία του  
λογότυπου είναι  
απαραίτητα εκτός αν  
αναφέρεται ότι πρόκειται  
για σύσταση ή ότι  
είναι αποδεκτές άλλες  
εναλλακτικές.**

---

# Σύνθημα

## Συνεργαζόμαστε για μια πράσινη, ανταγωνιστική Ευρώπη χωρίς αποκλεισμούς

**Απαιτήσεις:** Η φράση «Συνεργαζόμαστε για μια πράσινη, ανταγωνιστική Ευρώπη, χωρίς αποκλεισμούς» είναι το κυρίαρχο αφήγημα των EEA and Norway Grants (2014-2021), το οποίο πρέπει να χρησιμοποιείται από όλους όσοι συμμετέχουν στην επικοινωνία των Grants.

Εν συντομία, για αυτό το αφήγημα συνεργαζόμαστε μέσω των Grants. Η χρήση του θα μας βοηθήσει να επικοινωνούμε με συνέπεια. Όλες οι δραστηριότητες επικοινωνίας σας θα πρέπει να εναρμονίζονται με αυτό το κυρίαρχο αφήγημα.

Μπορείτε να χρησιμοποιείτε το σύνθημα με το λογότυπο(α), στον ιστό, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τα βίντεο, τις δημοσιεύσεις, τις αφίσες κ.λπ. Θα πρέπει επίσης να χρησιμοποιείται στην προφορική επικοινωνία των Grants, όπως σε παρουσιάσεις, ομιλίες και όταν μιλάτε για τα Grants για παράδειγμα, μεταξύ άλλων, σε δημοσιογράφους. Ως εκ τούτου, το σύνθημα πρέπει να περιλαμβάνεται σε στρατηγικές και σχέδια επικοινωνίας.

---

**Το σύνθημα μπορεί να χρησιμοποιείται  
σε μαύρο, λευκό ή με χρωματιστές  
τις λέξεις πράσινη, ανταγωνιστική  
και χωρίς αποκλεισμούς.**

---

Αυτό το πλαίσιο προώθησης σήματος είναι ευέλικτο και μπορεί να προσαρμοστεί κατά την επικοινωνία διαφορετικών προγραμμάτων, έργων και πρωτοβουλιών. Το σύνθημα μπορεί να προσαρμοστεί ως εξής:

- Συνεργαζόμαστε για μια Ευρώπη πράσινη
- Συνεργαζόμαστε για μια Ευρώπη ανταγωνιστική
- Συνεργαζόμαστε για μια Ευρώπη χωρίς αποκλεισμούς
- Συνεργαζόμαστε για μια Ευρώπη πράσινη και ανταγωνιστική
- Παρόμοιες παραλλαγές

Μπορείτε να μεταφράσετε το σύνθημα στην τοπική σας γλώσσα όταν είναι απαραίτητο.



# Ιστότοποι

**Απαιτήσεις:** Οι φορείς που εμπλέκονται στην επικοινωνία των EEA and Norway Grants υποχρεούνται να παρέχουν πληροφορίες σχετικά με το έργο/πρόγραμμα, τις επιχορηγήσεις και τη συμβολή των δότηρων χωρών στον Ιστό<sup>8</sup>.

Ο ιστότοπός σας θα είναι το πρώτο σημείο εισόδου για την πλειονότητα των ενδιαφερομένων που αναζητούν πληροφορίες σχετικά με έργα και προγράμματα. Η δημιουργία μιας ιστοσελίδας ή η προσθήκη ιστοσελίδων σε έναν υπάρχοντα ιστότοπο είναι επίσης ένας σχετικά εύκολος τρόπος επικοινωνίας των δραστηριοτήτων και των νέων σας. Ένας απλός ιστότοπος, με χρήση ετοιμοπαράδοτου λογισμικού, μπορεί να είναι αρκετός για τα περισσότερα έργα.

Στον ιστότοπό σας, πρέπει να παρέχετε νέα και ενημερώσεις για τις δραστηριότητες και τα αποτελέσματα και τον αντίκτυπο των έργων και των προγραμμάτων. Εδώ, μπορείτε να ανεβάζετε φωτογραφίες και να κοινοποιείτε άλλο περιεχόμενο που μπορεί να ενδιαφέρει τους χρήστες σας. Πρέπει επίσης να προσθέτετε συναφείς πληροφορίες, όπως γενικές πληροφορίες για τα EEA and Norway Grants, τη συνεισφορά των δότηρων χωρών και τη συνεργασία με τους εταίρους.<sup>9</sup>

Υπάρχουν μερικές συμβουλές και κόλπα που πρέπει να θυμάστε όταν γράφετε κείμενο για τον ιστότοπό σας.

## Συγγραφή κειμένων για τον ιστό

**Συστάσεις:** Η συγγραφή κειμένων για τον ιστό είναι πολύ διαφορετική από τη συγγραφή για εκτυπωμένο υλικό ή υλικό εσωτερικής χρήσης (οργανωτικό). Οι περισσότεροι άνθρωποι διαβάζουν διαγωνίως τις ιστοσελίδες αντί να διαβάζουν κάθε λέξη και δεν θυμούνται πολλά από όσα διαβάζουν αν δεν υπάρχουν οπτικά στοιχεία.

<sup>8</sup> Περισσότερες λεπτομέρειες για τις απαιτήσεις ιστού για τα Εθνικά Σημεία Επαφής, τους Διαχειριστές Προγραμμάτων, τους Διαχειριστές Επιχορήγησης, τους φορείς υλοποίησης, τους Εταίρους προγράμματος από τις δότριες χώρες, τους εταίρους έργων χορηγών και τους Διεθνείς Οργανισμούς-Εταίρους επισημαίνονται στο παράρτημα 3 του κανονισμού για την υλοποίηση των Χρηματοδοτικών Μηχανισμών ΕΟΧ και Νορβηγίας 2014-2021.

<sup>9</sup> Περισσότερες λεπτομέρειες επισημαίνονται στο παράρτημα 3 του κανονισμού για την υλοποίηση των Χρηματοδοτικών Μηχανισμών ΕΟΧ και Νορβηγίας 2014-2021.



### **Συστάσεις: Κατάλογος ελέγχου για τη συγγραφή κειμένων για τον ιστό**

- **Αναφέρετε γρήγορα τη βασική ιδέα:** παρουσιάστε τις σχετικές πληροφορίες νωρίς και διατηρήστε και μιλήστε απλά.
- **Σύντομο, αλλά ωραίο:** διαμορφώστε τις ιστοσελίδες στο μισό μήκος ενός αντίστοιχου έντυπου. Η ανάγνωση μακροσκελών κειμένων είναι εφικτή μόνο όταν το κείμενο είναι εξαιρετικά καλογραμμένο.
- **Συνοπτικές πληροφορίες:** χωρίστε το κείμενο χρησιμοποιώντας παραγράφους, κεφαλίδες και φροντίστε ώστε οι παράγραφοι να έχουν μικρό μέγεθος.
- **Γράψτε για να μπορούν να σας βρουν:** για να μπορούν να σας βρουν οι μηχανές αναζήτησης, χρησιμοποιήστε δυνατές λέξεις κλειδιά σε τίτλους, υπότιτλους και προσθέστε hashtag ανά θέμα.
- **Κείμενο και φωτογραφία:** πρέπει πάντα να είναι σχετικά μεταξύ τους και να δημιουργούν μια ολοκληρωμένη εικόνα. Βεβαιωθείτε ότι έχετε πάντα μια καλή φωτογραφία που συνοδεύει την επικεφαλίδα.
- **«Σύνδεσμος που οδηγεί»:** βεβαιωθείτε ότι οι σύνδεσμοι σας οδηγούν σε ενεργούς ιστότοπους και ότι λειτουργούν.
- **Δημιουργικότητα:** αντί να γράφετε «Διαβάστε περισσότερα εδώ», μπορείτε να γράψετε «Ενδιαφέρεστε για την Πολωνία; Διαβάστε την ιστορία μιας μικρής ομάδας που κατέβαλε μεγάλη προσπάθεια για να αλλάξει τις επικίνδυνες συμπεριφορές απέναντι στις γυναίκες.»
- **Δημιουργήστε σύνδεση:** δεν είναι δεδομένο ότι την προσοχή του αναγνώστη την προσελκύει η αρχική σελίδα. Πάντα συνδέστε το θέμα με άλλα σχετικά άρθρα ή δημοσιεύσεις.
- **Αξιοπιστία:** διατηρήστε το περιεχόμενο αντικειμενικό.
- **Ενεργητική φωνή:** χρησιμοποιήστε ενεργητική σύνταξη και όχι παθητική φωνή.
- **Χρόνοι:** όποτε είναι δυνατόν, χρησιμοποιήστε ενεστώτα για να μην χρειάζεται να αναθεωρείτε το κείμενο.
- **Γραμματοσειρές και μορφή:** αποφύγετε την έξυπνη μορφοποίηση, τα χρώματα, τα κεφαλαία, την υπογράμμιση ή τα πλάγια γράμματα.
- **Λογική:** προσπαθήστε να σκεφτείτε όπως οι αναγνώστες σας και σκεφτείτε τι χρειάζονται.
- **Ακρίβεια:** ελέγχετε πάντα τα κείμενά σας για λάθη και μην βασίζεστε πάρα πολύ στον ορθογραφικό έλεγχο του λογισμικού σας. Διορθώστε ο ένας τα κείμενα του άλλου.
- **Εμπορικές ονομασίες:** μην ξεχνάτε να χρησιμοποιείτε τις εμπορικές ονομασίες των EEA and Norway Grants στον ιστό.
- **Κοινό:** να θυμάστε ποιο είναι το κοινό/ομάδες-στόχοι σας. Γράφετε για το ευρύ κοινό ή για ειδικούς στον τομέα σας; Αποφύγετε τη χρήση εξειδικευμένης ορολογίας.

## Συστάσεις: Συμβουλές για ιστότοπους

- Αναλύστε πώς λειτουργεί ο ιστότοπός σας ρυθμίζοντας το Google Analytics ή ένα παρόμοιο εργαλείο για τη σελίδα σας (παρέχεται δωρεάν). Σας δίνει πολύτιμες πληροφορίες για τους χρήστες σας. Μπορείτε να δείτε ποιος επισκέφτηκε τον ιστότοπό σας, για πόση διάρκεια παρέμεινε σε μεμονωμένες σελίδες, αν το περιεχόμενό σας είναι ελκυστικό και ποιον σύνδεσμο ακολούθησαν για να επικοινωνήσουν μαζί σας και άλλα. Με αυτόν τον τρόπο μπορείτε να αξιολογήσετε τις δραστηριότητές σας.
- Αν δημιουργήσετε ιστοσελίδες σχετικά με το έργο σας σε έναν υπάρχοντα ιστότοπο, βεβαιωθείτε ότι έχετε τοποθετήσει έναν ορατό και εύκολα προσβάσιμο σύνδεσμο ή banner στην αρχική σελίδα του ιστότοπου, ώστε οι χρήστες να βρίσκουν τις πληροφορίες του έργου σας.
- Βεβαιωθείτε ότι έχετε προσθέσει έναν σύνδεσμο για τον ιστότοπο των EEA Grants ή/και Norway Grants: [www.eeagrants.org](http://www.eeagrants.org) / [www.norwaygrants.org](http://www.norwaygrants.org)
- Μην ξεχνάτε να ενημερώνετε τους άλλους οργανισμούς που εμπλέκονται στην υλοποίηση των Grants σχετικά με τη διεύθυνση του ιστότοπου ή της ιστοσελίδας σας.
- Βεβαιωθείτε ότι το όνομα τομέα του ιστότοπού σας (η διεύθυνση URL) δεν είναι ήδη κατοχυρωμένο. Θα πρέπει να είναι μοναδικό, ώστε οι μηχανές αναζήτησης να μπορούν να το διακρίνουν, αλλά επίσης να είναι εύκολο να το πληκτρολογήσει ή να το θυμηθεί ο χρήστης.
- Υπάρχουν πολλές διαδικτυακές πλατφόρμες και λύσεις για τη δημιουργία απλών ιστότοπων και συμβουλές σχετικά με τον τρόπο δημιουργίας περιεχομένου για τις σελίδες.
- Μην τοποθετείτε πολλές φωτογραφίες μαζί. Δώστε στο κείμενο αρκετό χώρο.
- Οι άνθρωποι θυμούνται το 80 τοις εκατό όσων βλέπουν. Μόνο το 20 τοις εκατό όσων διαβάζουν. Τα οπτικά στοιχεία είναι σημαντικά και υπάρχουν πολλά δωρεάν αρχεία φωτογραφιών στο διαδίκτυο. Ωστόσο, προσπαθήστε να χρησιμοποιείτε πρωτότυπο περιεχόμενο. Ανατρέξτε στη βιβλιοθήκη πολυμέσων των EEA and Norway Grants [www.eeagrants.org](http://www.eeagrants.org) αν χρειάζεστε φωτογραφίες.
- Υπάρχουν άλλα στοιχεία που μπορείτε να συμπεριλάβετε; Κάποιος κάνει ευνοϊκά σχόλια για το έργο στο Twitter; Συμπεριλάβετε το tweet στο άρθρο σας. Επισημάνετε τα σημαντικά στοιχεία με έντονη γραφή (bold) και βγάλτε τα εισαγωγικά. Αυτό τονίζει ό,τι είναι ουσιαστικό και βοηθά τον αναγνώστη. Το ίδιο μπορεί να γίνει και με τα βίντεο.
- Να αξιολογείτε πάντα! Τι τραβάει την προσοχή των αναγνωστών; Υπάρχει κάποιο θέμα που προσελκύει περισσότερους αναγνώστες από τα άλλα; Τι θα μπορούσατε να βελτιώσετε; Ποια είναι η κατάλληλη στιγμή για να δημοσιεύσετε αυτή την ιστορία; Αν έχετε να αφηγηθείτε μια δυνατή ιστορία για παράδειγμα για τις γυναίκες, ίσως αυτή η ιστορία πρέπει να δημοσιευτεί την Παγκόσμια ημέρα της γυναίκας;



**Επισκεφθείτε τον ιστότοπο [data.eeagrants.org](https://data.eeagrants.org)  
και εξερευνήσετε τα αποτελέσματα των  
EEA and Norway Grants.**



# Μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μπορεί να είναι ένα πολύ φθηνό και προσιτό εργαλείο για να προσεγγίζετε άτομα στο διαδίκτυο. Μπορείτε να τα χρησιμοποιήσετε για να αυξήσετε την ευαισθητοποίηση σχετικά με το έργο ή το πρόγραμμά σας, να δημιουργήσετε συζητήσεις και να ενισχύσετε την επισκεψιμότητα του ιστότοπού σας.

Η παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελεί **προϋπόθεση** των Εθνικών Σημείων Επαφής για την περίοδο χρηματοδότησης 2014- 2021. Οι άλλοι φορείς που συμμετέχουν στην επικοινωνία των Grants, όπως Διαχειριστές Προγραμμάτων, Διαχειριστές Επιχορήγησης, φορείς υλοποίησης και εταίροι από τις δότριες χώρες, **ενθαρρύνονται** ιδιαίτερα να χρησιμοποιούν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης στην επικοινωνία τους.

**Συστάσεις:** Να έχετε στρατηγική και να θυμάστε ότι δεν χρειάζεται να έχετε παρουσία παντού. Αποφεύγετε να αναλώνετε υπερβολικά και επικεντρωθείτε στη διατήρηση υψηλής παρουσίας σε επιλεγμένα κανάλια μέσων κοινωνικής δικτύωσης. Προτού κάνετε εγγραφή σε ένα συγκεκριμένο κανάλι, προσδιορίστε με ποιον τρόπο ταιριάζει στην ευρύτερη στρατηγική επικοινωνίας σας. Σημεία που πρέπει να θυμάστε όταν επιλέγετε ένα κανάλι:

- ➔ **Ορίστε έναν σαφή στόχο:** προσδιορίστε τι θέλετε να επιτύχετε με την παρουσία σας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η ύπαρξη ενός σαφώς καθορισμένου στόχου θα σας βοηθήσει να περιορίσετε τις πλατφόρμες όπου θα πρέπει να εστιάσετε τις προσπάθειές σας. Αυτό θα σας βοηθήσει επίσης να παραμείνετε συγκεντρωμένοι όταν δημιουργείτε περιεχόμενο.
- ➔ **Βρείτε το κοινό σας:** αναγνωρίστε ποιο πρέπει να είναι το κοινό σας. Είναι το ευρύ κοινό μιας συγκεκριμένης χώρας, οι πολιτικοί και οι φορείς χάραξης πολιτικής, τα μέσα ενημέρωσης, οι επαγγελματίες σε έναν συγκεκριμένο τομέα ή οι νέοι; Φροντίστε να επιλέξετε τη σωστή πλατφόρμα στην οποία γνωρίζετε ότι θα μπορείτε να βρείτε και να αλληλεπιδράσετε με το κοινό-στόχο σας.
- ➔ **Αναλογιστείτε το περιεχόμενο:** δεν λειτουργούν όλα τα κανάλια των μέσων κοινωνικής δικτύωσης με τον ίδιο τρόπο. Ρίξτε μια ματιά στο είδος του περιεχομένου που είναι επικρατέστερο στα κανάλια που έχετε επιλέξει (φωτογραφίες, βίντεο, βίντεο ζωντανής μετάδοσης, ενημερωτικά γραφήματα, άρθρα, κ.λπ.) και ορίστε προσαρμοσμένο περιεχόμενο και στρατηγικές αναρτήσεων για κάθε κανάλι. Οι στρατηγικές περιγράφουν τι πρέπει να αναρτήσετε, πώς πρέπει να το κάνετε και να δώσετε μια σαφή κατεύθυνση σε όλη την ομάδα σας.
- ➔ **Ορίστε τη φωνή σας:** τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης σας επιτρέπουν να επικοινωνείτε με το κοινό σας με πιο ανεπίσημο τρόπο από τα παραδοσιακά μέσα. Ορίστε τη φωνή σας και προσαρμόστε την σύμφωνα με το επιλεγμένο κανάλι (ορισμένα κανάλια επιτρέπουν μια πιο παιχνιδιάρικη γλώσσα και emoji).

## Συστάσεις: Συμβουλές για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

- ➔ **Να είστε φιλικόι και εξυπηρετικοί:** να επιδιώκετε την αλληλεπίδραση με το κοινό σας. Ενθαρρύνετε τους να συμμετάσχουν σε συζητήσεις και απαντήστε στις ερωτήσεις και τα σχόλιά τους με φιλικό τρόπο.
- ➔ **Μη δίνετε τροφή στα τρολ:** αν λαμβάνετε αρνητικά σχόλια, δώστε πραγματικές απαντήσεις με ήρεμο τρόπο. Για παράδειγμα, αν κάποιος ισχυρίζεται κατάχρηση κεφαλαίων, κατευθύνετε τον σε έναν ιστότοπο όπου μπορεί να κάνει αναφορά. Λάβετε υπόψη ότι τα απρεπή, ρατσιστικά και εχθρικά σχόλια δεν πρέπει ποτέ να γίνονται ανεκτά. Μη διστάσετε να μπλοκάρετε και να αναφέρετε τέτοιους χρήστες.
- ➔ **Ορίστε στόχους και αξιολογήστε:** ρίξτε μια ματιά στα στατιστικά στοιχεία και αξιολογήστε την εργασία σας. Επιτυγχάνετε τους στόχους σας (όπως η προσέγγιση του επιθυμητού κοινού, η επισκεψιμότητα στον ιστότοπό σας κ.λπ.);
- ➔ **Μην φοβάστε να δοκιμάσετε:** να είστε ανοιχτοί για εξερεύνηση και σε νέες ιδέες. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αλλάζουν συνεχώς, ώστε ορισμένα πράγματα που δεν είχαν αποτέλεσμα μέχρι πρότινος να λειτουργούν καλά σήμερα.

Το Γραφείο Χρηματοδοτικού Μηχανισμού είναι ενεργό σε αυτές τις πλατφόρμες (Ιανουάριο 2018):





# Φωτογραφικό / ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ

**Συστάσεις:** Οι φωτογραφίες, τα βίντεο και άλλα γραφικά είναι ισχυρά εργαλεία που ζωντανεύουν τις εργασίες επικοινωνίας σας. Οι καλές φωτογραφίες και τα βίντεο προσελκύουν άμεσα την προσοχή και, ως εκ τούτου, μπορούν να μεταφέρουν βασικά μηνύματα στο κοινό σας με γρήγορο και αποτελεσματικό τρόπο.

Τα ενημερωτικά γραφήματα μπορούν να είναι χρήσιμα για τη μεταφορά σύνθετων πληροφοριών με απλό τρόπο. Το οπτικό περιεχόμενο αποτελεί ουσιαστικό μέρος των ψηφιακών πλατφορμών κοινωνικής δικτύωσης.

## Φωτογραφίες

**Συστάσεις:** Φροντίστε να τραβάτε πολλές φωτογραφίες κατά τη διάρκεια του έργου σας. Αυτό θα σας διευκολύνει να γνωστοποιείτε τα αποτελέσματά σας. Λάβετε υπόψη ότι οι φωτογραφίες που απεικονίζουν τις αίθουσες συσκέψεων δεν είναι η καλύτερη επιλογή για να προσελκύσετε άτομα που ενδιαφέρονται για το έργο σας. Αντίθετα, επικεντρωθείτε σε φωτογραφίες γεμάτες δράση που δείχνουν ανθρώπους και μέρη που έχουν επηρεαστεί άμεσα από τα Grants. Αυτά τα άτομα μπορεί να επωφελούνται από μια νέα υπηρεσία, μπορεί να είναι επισκέπτες που παρακολουθούν μια πολιτιστική εκδήλωση, ή κάποιος νέος εξοπλισμός που τίθεται σε λειτουργία. Οι φωτογραφίες από το πριν και το μετά μπορεί να είναι ένας καλός τρόπος για να αναδείξετε τα αποτελέσματα του έργου σας.

Ορισμένα έργα είναι πιο δύσκολο να φωτογραφηθούν από άλλα. Αυτό μπορεί να οφείλεται στο ευαίσθητο θέμα ή την τεχνική φύση τους. Να είστε δημιουργικοί και να προσαρμόζετε τις φωτογραφίες ανάλογα με τις περιστάσεις, για παράδειγμα, μην δείχνετε τα πρόσωπα ατόμων που ανήκουν σε ευάλωτες ομάδες.

Να ζητάτε πάντα τη συγκατάθεση των ανθρώπων όταν τους φωτογραφίζετε. Ενημερώστε τους για το πώς ενδέχεται να χρησιμοποιήσετε τις φωτογραφίες (διαδικτυακά, δημοσιεύσεις, αναφορές, μέσα ενημέρωσης κ.λπ.) Να είστε ιδιαίτερα προσεκτικοί όταν φωτογραφίζετε παιδιά και ευάλωτα άτομα. Μπορεί να χρειαστεί γραπτή συγκατάθεση κατά τη φωτογράφιση παιδιών και ευάλωτων ατόμων.



Οι φωτογραφίες χαμηλής ανάλυσης μπορούν να χρησιμοποιηθούν καλά στο διαδίκτυο, αλλά οι επαγγελματικές εκτυπώσεις, όπως τα φυλλάδια, απαιτούν φωτογραφίες υψηλής ποιότητας (300 dpi). Μπορείτε να ορίσετε την ποιότητα ανάλυσης κατά τη λήψη των φωτογραφιών από την κάμερα στον υπολογιστή σας.

Περιηγηθείτε στη βιβλιοθήκη πολυμέσων των EEA and Norway Grants στη διεύθυνση [www.eeagrants.org](http://www.eeagrants.org). Ορισμένες από τις φωτογραφίες προβάλλουν το έργο των Grants στις χώρες-δικαιούχους, ενώ άλλες είναι γενικότερου χαρακτήρα. Η χρήση των φωτογραφιών παρέχεται χωρίς χρέωση στους ενδιαφερόμενους. Όλοι οι ενδιαφερόμενοι των επιχορηγήσεων μπορούν να έχουν έναν λογαριασμό χρήστη, με τον οποίο θα μπορούν να κάνουν λήψη φωτογραφιών. Στείλτε email στη διεύθυνση [info-fmo@efta.int](mailto:info-fmo@efta.int) για να ζητήσετε λογαριασμό.

Όταν χρησιμοποιείτε φωτογραφίες άλλων ατόμων/οργανισμών, βεβαιωθείτε ότι έχετε εξασφαλίσει τη σωστή άδεια και ότι αναγνωρίζετε σωστά τον φωτογράφο ή/και τον οργανισμό που κατέχει τα δικαιώματα της φωτογραφίας.

**Απαιτήσεις:** Οι σχετικές φωτογραφίες πρέπει να περιλαμβάνονται στους ιστότοπους και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

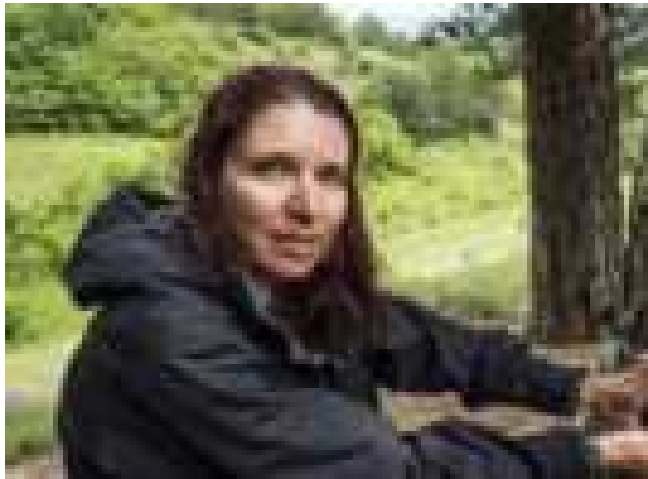
---

**Κοινοποιήστε φωτογραφίες και βίντεο στο FMO για να μπορούν να τα προσθέσουν στη βιβλιοθήκη πολυμέσων.**

---



## Συστάσεις: Συμβουλές για τη λήψη καλών φωτογραφιών



©Christophe Vander Eecken

### Πλησιάστε το θέμα

Όταν εστιάζετε στο θέμα, οι φωτογραφίες σας έχουν μεγαλύτερη δυναμική.



©M. Starowieyska

### Βρείτε νέες προοπτικές

Η λήψη μιας φωτογραφίας από διαφορετική γωνία, όπως από το πλάι ή από πάνω, μπορεί να της δώσει περισσότερο βάθος και να την κάνει να ξεχωρίζει.



### Χρησιμοποιήστε γραμμές πλέγματος

Οι ψηφιακές φωτογραφικές μηχανές και τα κινητά τηλέφωνα προσφέρουν τη δυνατότητα εμφάνισης γραμμών πλέγματος κατά τη λήψη φωτογραφιών. Τοποθετήστε το θέμα σας μεταξύ των γραμμών και των διατομών και έτσι θα επιτύχετε μια πιο ισχυρή σύνθεση της φωτογραφίας σας (Ο κανόνας των τρίτων).

## Βίντεο

**Συστάσεις:** Τα βίντεο είναι ένα καλό εργαλείο για την ανταλλαγή πληροφοριών σχετικά με το πρόγραμμα ή το έργο σας. Η κάθε πλατφόρμα ενδέχεται να απαιτεί διαφορετικά μεγέθη. Επομένως, είναι σημαντικό να έχετε ένα σχέδιο για το πού θα χρησιμοποιηθεί το βίντεο (ιστότοπος / μέσα κοινωνικής δικτύωσης / παρουσιάσεις / τηλεόραση) προτού το δημιουργήσετε.

- **Κάντε τα βίντεό σας ελκυστικά:** τα σύντομα και στοχευμένα κλιπ (λιγότερο από 60 δευτερόλεπτα) μπορούν να έχουν μεγαλύτερη επίδραση από τα βίντεο μεγαλύτερης διάρκειας. Εξετάστε το ενδεχόμενο να χωρίσετε τα μεγάλα βίντεο σε μικρότερα κλιπ που μπορούν να χρησιμοποιηθούν πιο εύκολα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- **Μπείτε κατευθείαν στο θέμα:** τραβήξτε την προσοχή του θεατή μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα, διαφορετικά θα χάσει το ενδιαφέρον του. Χρησιμοποιήστε έξυπνα τα πρώτα δευτερόλεπτα. Μην τα σπαταλάτε με υπερβολικά μεγάλες εισαγωγές.
- **Χρησιμοποιήστε υπότιτλους:** τα περισσότερα βίντεο που αναπαράγονται στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης προβάλλονται σε σίγαση. Εξετάστε το ενδεχόμενο να τοποθετήσετε όλες τις σημαντικές πληροφορίες σε κείμενο ή σε υπότιτλους στην οθόνη, ώστε να είναι σίγουρο ότι θα τις δει ο θεατής.

### Συστάσεις: Διαδικτυακοί πόροι και δωρεάν λογισμικό

Η δημιουργία καλού οπτικού υλικού δεν απαιτεί υψηλό κόστος. Υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός διαδικτυακών πόρων που μπορούν να σας βοηθήσουν στην εργασία σας. Αυτό περιλαμβάνει δωρεάν φωτογραφίες, βίντεο και μουσική επένδυση (όπως στο πλαίσιο της άδειας χρήσης δημόσιου τομέα Creative Commons), εκπαιδευτικά βίντεο, καθώς και διαδικτυακό λογισμικό επεξεργασίας φωτογραφιών και βίντεο.

### Συστάσεις: Συμβουλές για φωτογραφίες και οπτικοακουστικό υλικό

- Κοινοποιήστε τις παραγωγές σας: οι φορείς υλοποίησης πρέπει να στείλουν φωτογραφίες και βίντεο στον Διαχειριστή προγράμματος, τον Διαχειριστή επενδυτικού ταμείου, τα Εθνικά Σημεία Επαφής και το FMO. Η πρόσβαση σε καλές φωτογραφίες και βίντεο θα τους διευκολύνει να αναδείξουν τα επιτεύγματα του έργου σας. Κοινοποιήστε το υλικό σας σε εταίρους (δότες χώρες) καθώς και στο FMO. Οι Διαχειριστές Προγραμμάτων πρέπει να κοινοποιούν υλικό στα Εθνικά Σημεία Επαφής και το αντίστροφο.
- Λάβετε γραπτή άδεια: φροντίστε να λάβετε άδεια για χρήση φωτογραφιών, βίντεο και άλλου υλικού που παρέχεται από άλλους. Μην ξεχνάτε να ορίζετε ποιος είναι ο κάτοχος του υλικού και να τον αναφέρετε όταν δημοσιεύετε τη φωτογραφία/βίντεο.
- Λεζάντες: θα πρέπει να είναι λεπτομερείς. Υπάρχει κάποιο άτομο στη φωτογραφία; Πώς συνδέεται αυτό το άτομο με το έργο; Γνωρίζετε το όνομά του/της; Την ηλικία του/της; Οι λεπτομερείς λεζάντες είναι ένας καλός τρόπος για να παρέχετε ενδιαφέρουσες πτυχές του έργου σας. Ζητήστε προτάσεις για τις λεζάντες των φωτογραφιών που σας στέλνουν άλλοι.

# Δημοσιεύσεις

**Συστάσεις:** Όπως και με κάθε άλλο υλικό επικοινωνίας, το πρώτο πράγμα που πρέπει να σκεφτείτε είναι ποιον θέλετε να προσεγγίσετε και τι θέλετε να επικοινωνήσετε σε αυτό το κοινό. Όταν το κοινό και το μήνυμά σας είναι ξεκάθαρο, σκεφτείτε προσεκτικά ποιος τύπος έντυπου υλικού ταιριάζει καλύτερα στις ανάγκες σας.

Δημιουργήστε δημοσιεύσεις για να μεταδώσετε ένα μήνυμα και να σχεδιάσετε πώς θα χρησιμοποιηθούν. Αυτό δεν περιλαμβάνει μόνο ένα σαφώς καθορισμένο κοινό και ομάδα-στόχο, αλλά και ένα σχέδιο διανομής και ένα όραμα για το πώς θα λειτουργήσουν οι δημοσιεύσεις σε συνδυασμό με τις άλλες επικοινωνιακές δραστηριότητές σας.

Τα συνοπτικά φυλλάδια και τα ενημερωτικά δελτία είναι μια καλή επιλογή όταν θέλετε να κάνετε μια μικρή εισαγωγή στο έργο ή το πρόγραμμά σας ή στα EEA and Norway Grants στη χώρα σας. Το μήνυμα πρέπει να είναι απλό και ξεκάθαρο. Επισημάνετε τα αποτελέσματα και τα επιτεύγματά σας. Εξετάστε το ενδεχόμενο η δημοσίευσή σας να είναι σε αναδιπλούμενο έντυπο που χωράει στην τσέπη και μπορεί να εκτυπωθεί στο γραφείο. Αυτό μπορεί να μειώσει το κόστος παραγωγής και το μικρό μέγεθος θα προσελκύσει περισσότερα άτομα.

Οι δημοσιεύσεις σε έντυπα μεγαλύτερου μεγέθους είναι πιο κατάλληλες όταν θέλετε να εμβαθύνετε στο έργο σας. Αυτού του είδους οι δημοσιεύσεις θα μπορούσαν να είναι ένα τελικό φυλλάδιο ή ένα βιβλίο που συνοψίζει το πρόγραμμα ή το έργο σας.

Μην ξεχάσετε να καταστήσετε διαθέσιμη διαδικτυακά μια ψηφιακή έκδοση των δημοσιεύσεών σας (για παράδειγμα σε PDF).

Θα πρέπει να χρησιμοποιείτε τις εμπορικές ονομασίες των EEA and Norway Grants σε όλες τις δημοσιεύσεις.

---

**Απαιτήσεις:** Θα πρέπει να συμπεριλαμβάνετε τα σχετικά λογότυπα και τις πληροφορίες των **EEA and Norway Grants** σχετικά με την οικονομική στήριξη από την **Ισλανδία**, **το Λιχτενστάιν** και τη **Νορβηγία** σε όλες τις έντυπες δημοσιεύσεις σας.

---

### Συστάσεις: Συμβουλές για τις δημοσιεύσεις

- Αποφύγετε τη χρήση εξειδικευμένης ορολογίας. Αντίθετα, χρησιμοποιήστε απλή και εύστοχη γλώσσα.
- Μη στριμώχνετε τα κείμενα. Αφήστε αρκετό χώρο ώστε οι πληροφορίες να είναι πιο ευανάγνωστες.
- Χρησιμοποιήστε αποσπάσματα του κειμένου εντός εισαγωγικών και εικόνες, όπως ενημερωτικά γραφήματα για να παρουσιάσετε σχήματα και βασικά στοιχεία.
- Χρησιμοποιήστε ευκρινείς φωτογραφίες υψηλής ποιότητας όποτε είναι δυνατόν.



# Εκδηλώσεις

Η διοργάνωση μιας εκδήλωσης είναι μια εξαιρετική ευκαιρία για την προβολή της προόδου και των αποτελεσμάτων των προγραμμάτων και έργων που υποστηρίζονται μέσω των EEA and Norway Grants.

**Προϋποθέσεις:** Οι περισσότεροι φορείς που καλύπτονται από το Εγχειρίδιο επικοινωνίας και σχεδιασμού, όπως τα Εθνικά Σημεία Επαφής, οι Διαχειριστές Προγραμμάτων, οι Διαχειριστές Επιχορήγησης και οι φορείς υλοποίησης, υποχρεούνται να πραγματοποιήσουν έναν ορισμένο αριθμό δραστηριοτήτων σχετικά με την πρόοδο και τον αντίκτυπο, σύμφωνα με το παράρτημα 3 των κανονισμών.

**Συστάσεις:** Το πρώτο βήμα για τη διοργάνωση κάθε επιτυχημένης εκδήλωσης είναι να κατανοήσετε ποιον θέλετε να προσεγγίσετε και ποιο μήνυμα θέλετε να επικοινωνήσετε. Όταν εστιάσετε στο σωστό κοινό και προσδιορίσετε τι θέλετε να επικοινωνήσετε, θα είναι πιο εύκολο να βρείτε τη σωστή μορφή για την εκδήλωσή σας.

Οργανώστε εκδηλώσεις τις οποίες το κοινό-στόχος σας ή/και τα μέσα ενημέρωσης θα ενδιαφέρονται να παρακολουθήσουν και φροντίστε ώστε το πρόγραμμα να είναι σχετικό και αξιόλογο. Αναλογιστείτε ποιον θα θέλατε να προσκαλέσετε. Εξετάστε τις ομάδες-στόχους σας, πώς να τις προσεγγίσετε και τι θέλετε να επικοινωνήσετε.

Η καλή οργάνωση μιας εκδήλωσης μπορεί ιδανικά να αυξήσει την ευαισθητοποίηση του κοινού και να ενημερώσει τους συμμετέχοντες για τη συμβολή και τον ρόλο της Ισλανδίας, του Λιχτενστάιν και της Νορβηγίας.

Η μορφή της εκδήλωσης μπορεί να ποικίλει. Μπορεί να αφορά την έναρξη ή τη λήξη του προγράμματος ή του έργου με τη μορφή συνεδρίου, εργαστηρίου, σεμιναρίου, συνέντευξης Τύπου ή επίσκεψης του κοινού ή του Τύπου σε έργα, προκειμένου να δουν τι κάνουν οι αποδέκτες των επιχορηγήσεων και πώς εργάζονται στην πράξη. Ανατρέξτε στις παρακάτω σελίδες για περισσότερες συμβουλές.

**Απαιτήσεις:** Βεβαιωθείτε ότι οι συμμετέχοντες στις εκδηλώσεις που διοργανώνετε γνωρίζουν ότι οι δραστηριότητες πραγματοποιούνται με την υποστήριξη της Ισλανδίας, του Λιχτενστάιν και της Νορβηγίας μέσω των EEA and Norway Grants. Συμπεριλάβετε πληροφορίες σχετικά με την οικονομική στήριξη σε κάθε έντυπο υλικό δημοσιεύσεις (βλ. την ενότητα με τίτλο «Δημοσιεύσεις» στη σελίδα 36).



---

**Απαιτήσεις:** Τα σχετικά λογότυπα θα πρέπει να εμφανίζονται σε κάθε υλικό.

---

## Δημόσιες εκδηλώσεις

**Συστάσεις:** Βεβαιωθείτε ότι έχετε προσκαλέσει δημοσιογράφους, εκπροσώπους των μέσων ενημέρωσης και άλλους που εμπλέκονται, ενδιαφέρονται ή είναι σημαντικοί για το πρόγραμμα ή το έργο σας.

Μια σύντομη και περιεκτική ενημέρωση, μια συζήτηση ή μια ημέρα ελεύθερης προσέλευσης στον χώρο της δραστηριότητάς σας μπορεί να είναι ένας καλός τρόπος ενημέρωσης των τοπικών αρχών, των εκπροσώπων της κοινωνίας των πολιτών ή των μαθητών (ή όποιου προσπαθείτε να ενημερώσετε).

Ανάλογα με τα αποτελέσματα του προγράμματος ή του έργου σας, υπάρχουν πολλές επιλογές για δραστηριότητες σχετικά με την πρόοδο και τον αντίκτυπο. Αν το πρόγραμμα ή το έργο σας περιλαμβάνει οπτικά στοιχεία ή βελτιώσεις σε κτήρια, ίσως θέλετε να προσκαλέσετε τους κατοίκους της περιοχής σε μια ξενάγηση ή να διοργανώσετε μια εκδήλωση στις εγκαταστάσεις σας. Αν τα αποτελέσματα του προγράμματος ή του έργου σας είναι λιγότερο απτά, όπως πορίσματα έρευνας ή βελτιωμένες δεξιότητες δημόσιων υπαλλήλων, θα μπορούσατε να διοργανώσετε εργαστήριο, σεμινάριο ή συζητήσεις στρογγυλής τραπέζης για να μοιραστείτε και να ανταλλάξετε νέες γνώσεις και τεχνογνωσία. Θα μπορούσατε επίσης να διοργανώσετε μια ενημερωτική εκστρατεία από την οποία θα ξεκινήσει ένας διάλογος για το θέμα. Μπορείτε να κάνετε μια σειρά από παρουσιάσεις και ενημερωτικές εκδηλώσεις για τα προγράμματά σας, για να προσεγγίσετε ένα ευρύτερο κοινό σε όλη τη χώρα.

Αν οργανώσετε μια δημόσια εκδήλωση, ανάλογα με το μήνυμα που θέλετε να μεταδώσετε και τη μορφή της, μπορεί να είναι σκόπιμο να προσκαλέσετε τα μέσα ενημέρωσης. Πριν το κάνετε, εξετάστε προσεκτικά ποια μέσα ενημέρωσης θα ενδιαφέρονταν περισσότερο και βεβαιωθείτε ότι παρέχετε στους δημοσιογράφους επαρκείς πληροφορίες και βοηθήστε τους να έρθουν σε επαφή με άτομα από τα οποία θα μπορούσαν να πάρουν συνέντευξη (βλ. τις ενότητες «Διαχείριση δημοσιογράφων» και «Δελτία Τύπου» στις σελίδες 43 και 44).

Μια άλλη μέθοδος προσέλκυσης ατόμων είναι η διοργάνωση ενός διαγωνισμού, όπως για παράδειγμα ένας διαγωνισμός έκθεσης για μαθητές ή φοιτητές, ένα κουίζ στα κανάλια των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, ένας διαγωνισμός φωτογραφίας ή ζωγραφικής ή διαγωνισμός μικρών βίντεο που προβάλλουν τις δραστηριότητές σας ή το σχετικό θέμα. Οι νικηφόρες συμμετοχές μπορούν να προβάλλονται διαδικτυακά στον ιστότοπό σας, στα κανάλια κοινωνικής δικτύωσης ή ακόμα και στα γραφεία σας ή σε οποιονδήποτε άλλο κατάλληλο χώρο.

## Συστάσεις: Συμβουλές για εκδηλώσεις

- ➔ Να είστε δημιουργικοί όταν σχεδιάζετε εκδηλώσεις και δραστηριότητες. Σκεφτείτε αντισυμβατικά! Οργανώστε την εκδήλωσή σας ως μέρος μιας μεγαλύτερης εκδήλωσης, συνεργαστείτε με άλλους σχετικούς οργανισμούς ή παρουσιάστε το πρόγραμμα ή το έργο σας σε ένα φεστιβάλ.
- ➔ Χρησιμοποιήστε τον ιστότοπο και τα κανάλια κοινωνικής δικτύωσής σας για να ενισχύσετε την ενημέρωση σχετικά με την εκδήλωσή σας. Ζητήστε από τους σχετικούς εταίρους και φορείς να κάνουν το ίδιο. Αν πρόκειται για μια μεγάλη εκδήλωση, οργανώστε εκστρατείες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να αυξήσετε τη συμμετοχή των ατόμων.
- ➔ Μπορείτε επίσης να δημιουργήσετε έντυπο υλικό ή/και διαφημιστικά είδη. Τα φυλλάδια και τα ενημερωτικά δελτία μπορεί να είναι μια καλή επιλογή όταν θέλετε να κάνετε μια γρήγορη εισαγωγή για το έργο σας. Μην ξεχνάτε να συμπεριλαμβάνετε τα σχετικά λογότυπα σε όλα τα υλικά.
- ➔ Χρησιμοποιήστε hashtag. Δημιουργήστε ένα σύντομο, μοναδικό hashtag που εντυπώνεται εύκολα στη μνήμη και μπορεί να χρησιμοποιηθεί σε όλα τα μεγάλα κοινωνικά δίκτυα. Χρησιμοποιήστε το σωστά από την αρχή και βεβαιωθείτε ότι το κοινό γνωρίζει και χρησιμοποιεί το hashtag!
- ➔ Παρουσιάστε το πρόγραμμα ή το έργο σας σε περίπτερο ενημέρωσης ή σε παρουσίαση σε άλλες σχετικές εκδηλώσεις. Βεβαιωθείτε ότι έχετε επιλέξει υπευθύνους και βασικό προσωπικό με εμπειρία σε παρουσιάσεις σε σημαντικές εκδηλώσεις. Κοινοποιήστε τον στόχο και τα επιτεύγματα του προγράμματος ή του έργου στο ενδιαφερόμενο και σχετικό κοινό.

## Επισκέψεις Τύπου σε έργα

**Συστάσεις:** Οι δημοσιογράφοι πρέπει να μιλούν με ανθρώπους και να επισκέπτονται μέρη για να γράψουν τα θέματά τους. Μια επίσκεψη σε ένα έργο για να δουν τι υποστηρίζετε και να μιλήσουν με τους ανθρώπους που επωφελούνται από αυτό, μπορεί να προσελκύσει την προσοχή του Τύπου για το έργο σας.

Είναι σημαντικό οι δημοσιογράφοι να μπορούν να φωτογραφίζουν κάποιον που κάνει κάτι και όχι μόνο άτομα που βρίσκονται πίσω από γραφεία.

Προσπαθήστε να μπείτε στη θέση των δημοσιογράφων και να προτείνετε κάτι που θα μπορούσε να τους ενδιαφέρει. Μπορείτε να προσκαλέσετε δημοσιογράφους σε κάποια δραστηριότητα στο πλαίσιο του έργου στην οποία θα μπορούν να βγάλουν φωτογραφίες; Υπάρχει κάποιο άτομο που επηρεάζεται ή εμπλέκεται στο έργο και το οποίο έχει μια καλή ιστορία που αφορά αλλαγή που θα μπορούσε να ενδιαφέρει τους δημοσιογράφους και που απεικονίζει τα επιτεύγματα του έργου; Αν είναι δυνατόν, βεβαιωθείτε ότι τα άτομα από τα οποία θέλετε να πάρουν συνέντευξη οι δημοσιογράφοι έχουν ενημερωθεί εκ των προτέρων.

### Συστάσεις: Συμβουλές για τις επισκέψεις Τύπου σε έργα

- Τα οπτικά στοιχεία και τα αποσπάσματα από άτομα στα οποία έχει επιδράσει η στήριξη από τα EEA and Norway Grants θα βοηθήσουν τους δημοσιογράφους να αναδείξουν το θέμα.



## Συνεντεύξεις Τύπου

**Συστάσεις:** Η διοργάνωση μιας συνέντευξης Τύπου μπορεί να είναι ένας καλός τρόπος για να μεταδώσετε το μήνυμά σας σε ένα ευρύτερο κοινό. Ωστόσο, είναι καλό να διοργανώνετε μια συνέντευξη Τύπου όταν οι πληροφορίες που θέλετε να παρουσιάσετε έχουν δημοσιογραφικό ενδιαφέρον. Φροντίστε να προετοιμάσετε τα μηνύματά σας καλά. Με τη χρήση στοιχείων αφήγησης το μήνυμά σας είναι πιο στοχευμένο.

Επιλέξτε έναν ομιλητή που είναι έμπειρος και άνετος με τα μέσα ενημέρωσης και ο οποίος θα μπορεί να συμμετέχει σε επιπλέον συνεντεύξεις αργότερα. Οι δημοσιογράφοι θα έρθουν στη συνέντευξη Τύπου σας, αν ο ομιλητής είναι κάποια εξέχουσα προσωπικότητα και δεν εμφανίζεται συνήθως δημόσια. Προετοιμάστε τον ομιλητή για πιθανές ερωτήσεις που μπορεί να τεθούν. Βεβαιωθείτε ότι έχετε αφήσει χρόνο τόσο για την παρουσίαση όσο και για τις ερωτήσεις από τον τύπο. Θα ήταν καλό να υπάρχει συντονιστής.

Προσκαλέστε δημοσιογράφους που πιστεύετε ότι μπορεί να ενδιαφέρονται για το θέμα που θα παρουσιάσετε. Μερικές φορές θα καλύψουν το θέμα εξειδικευμένες εφημερίδες ή περιφερειακά/τοπικά ειδησεογραφικά πρακτορεία και όχι τα κύρια εθνικά ειδησεογραφικά μέσα. Επιλέξτε τη σωστή ώρα και τόπο για το συνέδριο, ώστε οι δημοσιογράφοι να έχουν χρόνο να ανταποκριθούν στις προθεσμίες (στην αρχή της εβδομάδας και της ημέρας) και να φτάσουν στο μέρος εύκολα. Εναλλακτικά, οργανώστε τη συνέντευξη Τύπου σε ένα ενδιαφέρον μέρος που συνήθως δεν είναι ανοιχτό στο κοινό.

Ίσως χρειάζεται να προετοιμάσετε κάποιες βασικές πληροφορίες, όπως δηλώσεις, δελτία Τύπου (βλ. ενότητα «Δελτία Τύπου» στη σελίδα 44), υποστηρικτικό οπτικό υλικό, κ.λπ. Όλα αυτά θα είναι πολύ χρήσιμα για τους ρεπόρτερ. Βεβαιωθείτε ότι είναι διαθέσιμος ο τεχνικός εξοπλισμός που χρειάζονται τα μέσα ενημέρωσης.

### Συστάσεις: Συμβουλές για τη συνέντευξη Τύπου

- Θα πρέπει να έχετε ένα μήνυμα και να είστε προετοιμασμένοι για τις ερωτήσεις που μπορεί να προκύψουν.
- Αναρτήστε ενημερώσεις από τη συνέντευξη Τύπου στα κανάλια κοινωνικής δικτύωσης.



# Δημιουργία ειδήσεων

**Συστάσεις:** Η ύπαρξη ενός έργου δεν αποτελεί είδηση. Το μεγαλύτερό σας προνόμιο είναι το καλό περιεχόμενο. Γίνετε λοιπόν δημιουργικοί και αναπτύξτε τουλάχιστον δύο οπτικές γωνίες για να «πουλήσετε» την ιστορία σας στους δημοσιογράφους.

Οι συμβουλές σε αυτή την ενότητα είναι ιδιαίτερα σχετικές με τις δραστηριότητες του Τύπου και είναι επίσης σημαντικό να τις λαμβάνετε υπόψη όταν δημιουργείτε άλλα υλικά επικοινωνίας.

Κάντε πάντα στον εαυτό σας την εξής ερώτηση: Γιατί να θέλει κάποιος να διαβάσει για το έργο ή το πρόγραμμά μας στην εφημερίδα ή να παρακολουθήσει κάτι σχετικά με αυτό στην τηλεόραση;

Προφανώς δεν υπάρχει τρόπος να εγγυηθούμε ότι τα μέσα ενημέρωσης θα καλύψουν το θέμα, αλλά οι ιδέες που θα βρείτε σε αυτό το εγχειρίδιο θα σας βοηθήσουν να μεγιστοποιήσετε τις δυνατότητές σας και να προσπαθήσετε ώστε να προσελκύσετε την προσοχή. Το ενδιαφέρον των μέσων ενημέρωσης τείνει να είναι χαμηλό όταν οι δραστηριότητες επικοινωνίας επικεντρώνονται στη διαδικασία, τη γραφειοκρατία και τις λεπτομέρειες των έργων. Αυτοί οι παράγοντες είναι σημαντικοί για κάθε έργο αλλά βαρετοί για τους δημοσιογράφους και ως εκ τούτου χρειάζεται να είστε πιο δημιουργικοί.

## Συστάσεις: Βασικά στοιχεία της δημιουργίας ειδήσεων, αναρωτηθείτε...

- Τι έχει πραγματικά ειδησεογραφικό ενδιαφέρον; Τι θέλει/χρειάζεται το κοινό-στόχος;
- Αν η ιστορία σας είναι περίπλοκη, πώς μπορείτε να την απλοποιήσετε;
- Το θέμα έχει μία ή περισσότερες πτυχές που μπορεί να ενδιαφέρουν έναν δημοσιογράφο;
- Τι το ασυνήθιστο, εντυπωσιακό ή εκπληκτικό έχει η ιστορία που μπορεί να προκαλέσει ενδιαφέρον;
- Τι συμβαίνει σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο με το οποίο μπορεί να συνδεθεί η ιστορία;
- Τι σημασία έχει σημασία η είδησή μου για τους αναγνώστες/θεατές/ακροατές;
- Ποιο είναι το πιο αποτελεσματικό μέσο ενημέρωσης ή συνδυασμός μέσων ενημέρωσης για το θέμα μου (η τηλεόραση χρειάζεται ισχυρά οπτικά στοιχεία, το ραδιόφωνο χρειάζεται ήχο/μουσική/συνεντεύξεις, ο έντυπος τύπος χρειάζεται πιο ουσιαστικό υλικό);
- Βρισκόμαστε σε μια εποχή που όλοι δημοσιεύουμε. Χρειάζεστε τα μέσα ενημέρωσης ή μπορείτε να δημοσιεύσετε και να διαδώσετε το θέμα σας μόνοι σας;

### **Συστάσεις: Κατάλογος ελέγχου για τις επαφές με δημοσιογράφους**

- **Καλέστε πρώτα:** τηλεφωνήστε πρώτα στον οργανισμό μέσων ενημέρωσης για να μάθετε ποιος είναι πιο πιθανό να ενδιαφέρεται ή ποιο είναι το αρμόδιο άτομο για να επικοινωνήσετε.
- **Δημιουργήστε σχέσεις:** η προσωπική επαφή με την πάροδο του χρόνου είναι πιο πιθανό να δημιουργήσει επαφές που είναι πρόθυμες να ακούσουν τα αιτήματά σας.
- **Προετοιμαστείτε για τις συνεντεύξεις:** προετοιμάστε πιθανές απαντήσεις στις αναμενόμενες ερωτήσεις (ζητήστε αν θα μπορούσατε να τις έχετε εκ των προτέρων).
- **Συνέπεια:** μην ξεχνάτε τι θέλετε να επικοινωνήσετε, επομένως δημιουργήστε εσωτερικά δελτία «ερωτήσεων και απαντήσεων» και μοιράστε τα στο προσωπικό ή τους συναδέλφους που μπορεί να δώσουν συνέντευξη.
- **Μη χρησιμοποιείτε ορολογία:** προσπαθήστε να σκεφτείτε τον απλούστερο τρόπο για να πείτε κάτι σε έντυπη μορφή ή σε τηλεφωνική επικοινωνία με δημοσιογράφους.
- **Να σχολιάζετε πάντα:** μην λέτε ποτέ «κανένα σχόλιο» σε δημοσιογράφους. Ακούγεται σαν να κρύβετε κάτι. Αν νιώθετε ότι δεν είστε κατάλληλα προετοιμασμένοι να απαντήσετε σε ένα ευαίσθητο θέμα, πείτε ότι θα το εξετάσετε ή ότι θα κανονίσετε να μιλήσει ο δημοσιογράφος με το κατάλληλο άτομο.
- **Ζητήστε μια δεύτερη ανάγνωση:** πρόκειται για μια πρακτική σύμφωνα με την οποία μπορείτε να ζητήσετε από τον δημοσιογράφο να έχετε τη δυνατότητα να διαβάσετε ξανά πώς έχει μεταφέρει τα λεγόμενά σας – άμεση παράθεση είναι όταν τα λεγόμενά σας μεταφέρονται ανάμεσα σε εισαγωγικά «έτσι» και έμμεση παράθεση είναι όταν τα λόγια σας παραφράζονται – για να ελέγξετε τα γεγονότα (οι δημοσιογράφοι δεν εκτιμούν τις βαρύγδουπες διατυπώσεις και τις αλλαγές στο ύφος).
- **Προτείνετε να ελέγξετε** οποιοδήποτε περίπλοκο υλικό ή θέμα μαζί με τον δημοσιογράφο πριν από τη δημοσίευσή του. Ακριβώς όπως και εσείς, οι δημοσιογράφοι θέλουν να μεταφέρουν τα γεγονότα σωστά. Επίσης, επικοινωνήστε με τον δημοσιογράφο, αν προκύψουν νέες πληροφορίες που αλλάζουν αυτά που έχετε πει ή επικοινωνήσει στο παρελθόν.
- **Φροντίστε** να προσθέσετε τις επαφές των μέσων ενημέρωσης στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης.

### **Διαχείριση δημοσιογράφων**

**Συστάσεις:** Βασικός παράγοντας για τη δημιουργία μιας καλής σχέσης με τα μέσα ενημέρωσης είναι η προσβασιμότητα, η συνεργασία και η αξιοπιστία. Αν μπορείτε να παρέχετε στα μέσα ενημέρωσης χρήσιμες και ακριβείς πληροφορίες που ικανοποιούν τις ανάγκες τους, θα κερδίσετε την εμπιστοσύνη τους.

Μια καλή ιδέα είναι να εκδίδετε ενημερωτικά δελτία σε τακτική βάση, κατά προτίμηση όταν έχετε ειδήσεις ή πληροφορίες που θέλετε να επικοινωνήσετε.

Ένα άλλο χρήσιμο εργαλείο είναι το ενημερωτικό δελτίο. Συνήθως, τα δελτία δύο όψεων A4 παρέχουν γρήγορα πληροφορίες για το πρόγραμμα ή το πρόγραμμά σας, όπου μπορούν να ανατρέχουν οι δημοσιογράφοι. Μπορείτε επίσης να δημιουργήσετε μια βάση με πιθανές «ερωτήσεις και απαντήσεις» που θα μπορούσαν να διπλασιαστούν με τις συχνές ερωτήσεις στον ιστότοπό σας.

# Δελτία Τύπου

**Συστάσεις:** Ένα δελτίο Τύπου πρέπει να περιέχει μόνο τις σωστές πληροφορίες για να μπορούν οι δημοσιογράφοι να κατανοήσουν γρήγορα τα νέα σας και τον οργανισμό σας. Κάθε δελτίο Τύπου πρέπει να περιλαμβάνει τουλάχιστον μια αναφορά στη στήριξη από την Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και τη Νορβηγία μέσω των EEA ή/και Norway Grants και στην αξία αυτής της στήριξης (αυτό συνιστά [προϋπόθεση](#)).

Θα πρέπει να τηρείτε ένα αρχείο με τα δελτία Τύπου που στέλνετε και σε ποιον, με ένα βασικό φύλλο διαδρομών, καθώς και να συμπεριλάβετε μια στήλη που θα αναφέρει πότε ανταποκρίνεται ο δημοσιογράφος στο δελτίο (π.χ. τίτλοι στήλης: όνομα δημοσιογράφου, όνομα δημοσίευσης, τύπος μέσου ενημέρωσης, email, τηλέφωνο, ειδικότητα/θέμα, τελευταία επικοινωνία, σχόλιο).

Τι πρέπει και τι δεν πρέπει να κάνετε όταν συντάσσετε ένα δελτίο Τύπου:

## Πρέπει...

- ✓ Πρέπει να γράφετε σε στιλ ανάποδης πυραμίδας, με τις πιο σημαντικές πληροφορίες στην αρχή και τις λιγότερο σημαντικές στο τέλος.
- ✓ Προγραμματίστε τη δημοσίευση του δελτίου σας σωστά. Για παράδειγμα, μπορεί να συνδεθεί με μεγαλύτερες ειδήσεις;
- ✓ Υποδείξτε προσεκτικά και ελέγξτε γεγονότα και πηγές.
- ✓ Συμπεριλάβετε τα λόγια ενός ή δύο αρμοδίων ατόμων στον οργανισμό σας (χρησιμοποιήστε προφορικό λόγο και ζητήστε από το άτομο να εγκρίνει το απόσπασμα).
- ✓ Γράψτε απλά και αντικειμενικά (πολλοί δημοσιογράφοι θα χρησιμοποιήσουν τις διατυπώσεις σας).
- ✓ Υιοθετήστε την αρχή KISS «Keep it Short and Simple» (Κρατήστε το σύντομο και απλό) (εξηγήστε τυχόν τεχνικούς όρους).
- ✓ Αν είναι δυνατόν και ενδείκνυται, παρέχετε οπτικοακουστικό υλικό όπως φωτογραφίες ή βίντεο (σε συμπίεσμένη μορφή) που θα συνοδεύουν τη δημοσίευσή σας και συμπεριλάβετε πληροφορίες σχετικά με τα πνευματικά δικαιώματα.
- ✓ Συμβουλευτείτε την ενότητα «Συμβουλές για φωτογραφίες» στη σελίδα 34.

## Δεν πρέπει...

- ✗ Να ξεχνάτε να δημοσιεύετε οδηγίες για το δελτίο: οι απαγορεύσεις πρέπει να τηρούνται από τους δημοσιογράφους, επομένως ξεκαθαρίστε ότι οι πληροφορίες δεν πρέπει να δημοσιοποιούνται πριν από μια συγκεκριμένη ημερομηνία, αν είναι σημαντικό για εσάς.
- ✗ Να ανησυχείτε για την έλλειψη ανταπόκρισης: μερικές φορές αυτές οι πληροφορίες αποθηκεύονται για μελλοντική χρήση (δηλαδή πλέον ο κόσμος γνωρίζει την ύπαρξή σας).
- ✗ Να χρησιμοποιείτε ορολογία μάρκετινγκ και διαφήμισης στα δελτία Τύπου.
- ✗ Να σταματάτε να προσπαθείτε. Ένας δημοσιογράφος ή ένα μέσο ενημέρωσης που δεν ασχολείται με ένα θέμα, ενδέχεται να είναι πολύ απασχολημένος με άλλα πράγματα αλλά μπορεί να δείξει ενδιαφέρον την επόμενη φορά.

## Ενημερωτικό υλικό Τύπου

**Συστάσεις:** Κάθε έργο ή πρόγραμμα θα ήταν καλό να διαθέτει ενημερωτικό υλικό Τύπου με τα εργαλεία και τις διάφορες πληροφορίες που αναφέρονται σε αυτό το εγχειρίδιο. Το ενημερωτικό υλικό Τύπου πρέπει να είναι ενημερωμένο και να περιέχει όλες τις σχετικές πληροφορίες σε ένα εύχρηστο πακέτο.

Οι δημοσιογράφοι είναι πολυάσχολοι και το εκτιμούν όταν τους παρέχονται εύκολα όλες οι σχετικές πληροφορίες που χρειάζονται. Μπορείτε να διανέμετε το έτοιμο ενημερωτικό υλικό Τύπου σε εκδηλώσεις που διοργανώνονται στο πλαίσιο του έργου/προγράμματός σας και σε συνεντεύξεις Τύπου για συγκεκριμένα θέματα, μαζί με το δελτίο Τύπου που έχει συνταχθεί για αυτή την ενημέρωση.

### Συστάσεις: Συμβουλές για τα δελτία Τύπου και τα ενημερωτικά υλικά

- Κρατήστε ένα αρχείο με άρθρα ή αναφορές του οργανισμού, του έργου σας, κ.λπ. (αποκόμματα) και συγκεντρώστε ορισμένα βασικά στατιστικά στοιχεία σχετικά με την παρουσία σας στο διαδίκτυο (οι περισσότεροι χρησιμοποιούν το Google Analytics, αλλά υπάρχουν και άλλες εναλλακτικές).
- Θα πρέπει να παρέχετε πρότυπο επεξηγηματικό κείμενο στην ενότητα «σημειώσεις για συντάκτες» στο τέλος του δελτίου Τύπου, για να τοποθετήσετε το έργο σας στο ευρύτερο πλαίσιο του κύριου προγράμματος. Ποιος χρηματοδοτεί το πρόγραμμα; Ποιος διαχειρίζεται το πρόγραμμα; Πού επικεντρώνεται το πρόγραμμά σας; Ποια είναι η συνολική διαθέσιμη χρηματοδότηση για το πρόγραμμα;
- **Απαιτήσεις:** Συμπεριλάβετε μια κατάσταση αποθεμάτων στο τέλος κάθε δελτίο Τύπου δηλώνοντας ότι το έργο/πρόγραμμά σας χρηματοδοτείται από την Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και τη Νορβηγία μέσω των EEA Grants / Norway Grants.  
**Δείγμα: «Το \_\_\_\_\_ έργο / πρόγραμμα χρηματοδοτείται από την Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και τη Νορβηγία μέσω των EEA Grants και Norway Grants.»**  
Ανατρέξτε στις σελίδες 60-64 για πρόσθετο κείμενο γενικού περιεχομένου σχετικά με τα EEA and Norway Grants.
- Μη γεμίζετε τα ενημερωτικά υλικά Τύπου με κάθε εργαλείο επικοινωνίας που διαθέτετε. Προσαρμόστε τα στις ανάγκες των πολυάσχολων δημοσιογράφων.
- Διατηρήστε μια ψηφιακή έκδοση ενός βασικού ενημερωτικού υλικού Τύπου στο διαδίκτυο.

### Συστάσεις: Κατάλογος ελέγχου για ένα αντιπροσωπευτικό ενημερωτικό υλικό Τύπου

- Πληροφορίες ή ενημερωτικά δελτία σχετικά με συγκεκριμένο έργο, συμπεριλαμβανομένων των στόχων, των βασικών επιτευγμάτων, των αποτελεσμάτων και των στοιχείων επικοινωνίας. Για τη διευκόλυνσή σας, μπορείτε να το αποθηκεύσετε σε ένα USB stick.
- Βιογραφίες βασικού προσωπικού του οργανισμού.
- Μελέτες περίπτωσης ή παρουσιάσεις που προβάλλουν την πρόοδο του έργου/προγράμματος σε εξέλιξη.
- Φυλλάδια που δεν επαναλαμβάνουν το περιεχόμενο που περιλαμβάνεται στα ενημερωτικά δελτία.
- Δελτίο Τύπου σχετικό με την εκδήλωση ή την ενημέρωση.

# Κοινοποίηση πληροφοριών

Μην ξεχνάτε να παρέχετε στους οργανισμούς που διεξάγουν τις δραστηριότητες προώθησης για τα EEA and Norway Grants σε εθνικό ή πανευρωπαϊκό επίπεδο, λεπτομέρειες σχετικά με τις δραστηριότητες ενημέρωσης και επικοινωνίας σας. Αυτό επιτρέπει στους Διαχειριστές Προγραμμάτων, τους Διαχειριστές Επιχορήγησης, τα Εθνικά Σημεία Επαφής, τις δότριες χώρες και τον FMO να προωθούν καλύτερα τις επιχορηγήσεις και να κοινοποιούν τα αποτελέσματά σας.

## **Για φορείς υλοποίησης: γνωστοποιήσετε τα παρακάτω στον Διαχειριστή προγράμματος ή τον Διαχειριστή επενδυτικού ταμείου και το Εθνικό Σημείο Επαφής**

- Διεύθυνση ιστότοπου/ιστοσελίδας
- Σύνδεσμοι για τα κανάλια μέσων κοινωνικής δικτύωσης
- Προωθητικό υλικό, π.χ. δημοσιεύσεις και βίντεο
- Φωτογραφίες από τις δραστηριότητες του έργου σας με γραπτή άδεια χρήσης σε δημοσιεύσεις
- Προγραμματισμένες εκδηλώσεις και χρονοδιαγράμματα
- Οποιοσδήποτε άλλες ενδιαφέρουσες πληροφορίες πιστεύετε ότι θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν σε εθνικό ή πανευρωπαϊκό επίπεδο.





## Μέρος 2

# Οπτική ταυτότητα

Αυτό το μέρος του εγχειριδίου καθορίζει τις τεχνικές απαιτήσεις σχετικά με τη χρήση λογότυπου, την τυπογραφία και τα χρώματα. Περιλαμβάνει επίσης τις απαιτήσεις για τις αναμνηστικές πλακέτες, τα στερεότυπα κείμενα και οδηγίες για διαφημιστικές πινακίδες, προωθητικό υλικό, κ.λπ.



# Χρήση λογότυπου

**Απαιτήσεις:** Αυτά είναι τα διαφορετικά λογότυπα που χρησιμοποιούνται για τα EEA and Norway Grants. Μόνο ένα από τα λογότυπα των Grants πρέπει να χρησιμοποιείται σε κάθε επιφάνεια επικοινωνίας.

## Πότε να χρησιμοποιήσετε κάθε λογότυπο:

**1: Συνδυαστικό λογότυπο EEA and Norway Grants** Αυτό το λογότυπο χρησιμοποιείται για την επικοινωνία των EEA and Norway Grants στο σύνολό τους και γενικά. Μπορεί να είναι σε ευρωπαϊκό ή σε εθνικό επίπεδο. Αυτό το λογότυπο χρησιμοποιείται επίσης για προγράμματα, όπως το Ταμείο επιχορηγήσεων ΕΟΧ και Νορβηγίας για την απασχόληση των νέων, το Ταμείο επιχορηγήσεων ΕΟΧ και Νορβηγίας για την περιφερειακή συνεργασία και για εκδηλώσεις, πρωτοβουλίες, κ.λπ., τα οποία χρηματοδοτούνται μέσω των EEA and Norway Grants.


**2: Λογότυπο Νορβηγίας** Αυτό το λογότυπο πρέπει να χρησιμοποιείται στη Νορβηγία για την επικοινωνία με τα κοινά της χώρας. Στη Νορβηγία, τα EEA and Norway Grants είναι γνωστά ως «EØS- midlene». Το συνδυαστικό λογότυπο (1), το λογότυπο των EEA Grants (4) ή το λογότυπο των Norway Grants (5) δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται στη Νορβηγία.


**3: Active Citizens Fund** Αυτό το λογότυπο προορίζεται για το πρόγραμμα Active Citizens Fund, μέσω του οποίου υποστηρίζουμε οργανώσεις της κοινωνίας των πολιτών. Γενικότερα, μόνο αυτό το λογότυπο πρέπει να χρησιμοποιείται για την επικοινωνία σχετικά με το πρόγραμμα Active Citizens Fund σε ευρωπαϊκό επίπεδο, σε εθνικό επίπεδο και από τους Διαχειριστές Επιχορήγησης. Αυτό το λογότυπο μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί για την επικοινωνία σχετικά με το Active Citizens Fund στις δότριες χώρες. Το λογότυπο αυτό υπερισχύει και δεν πρέπει να χρησιμοποιείται με άλλα λογότυπα των προγραμμάτων επιχορηγήσεων. Η μετάφραση του λογότυπου στην εθνική γλώσσα δεν είναι αποδεκτή.

**4: Λογότυπο EEA Grants** Αυτό το λογότυπο πρέπει να χρησιμοποιείται για προγράμματα, έργα, εκδηλώσεις, πρωτοβουλίες και δραστηριότητες που χρηματοδοτούνται μόνο μέσω των EEA Grants. Αυτό το λογότυπο πρέπει να χρησιμοποιείται για την επικοινωνία σχετικά με τις επιχορηγήσεις σε χώρες που λαμβάνουν χρηματοδότηση μόνο μέσω των EEA Grants.


**5: Λογότυπο Norway Grants** Αυτό το λογότυπο πρέπει να χρησιμοποιείται για προγράμματα, έργα, εκδηλώσεις, πρωτοβουλίες και δραστηριότητες που χρηματοδοτούνται μόνο μέσω των Norway Grants.

→ 1)   
**Iceland**  
**Liechtenstein**  
**Norway grants** grants

→ 2)   
**EØS-**  
**midlene**

→ 3)   
**Iceland**  
**Liechtenstein**  
**Norway grants** **Active**  
**citizens fund**

→ 4)   
**Iceland**  
**Liechtenstein**  
**Norway grants**

→ 5)   
**Norway**  
**grants**

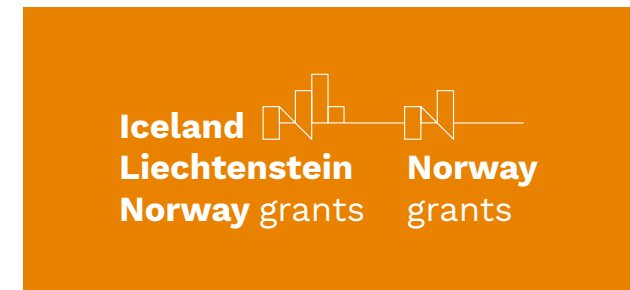
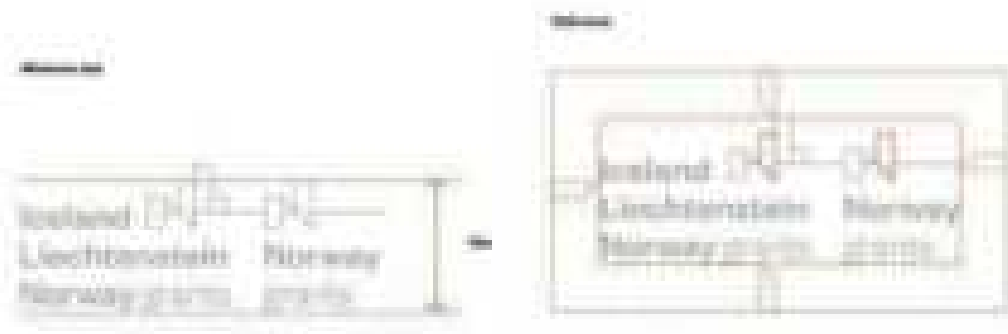
**Κανένα από τα λογότυπα δεν πρέπει να χρησιμοποιείται σε άλλο χρώμα εκτός από το λευκό ή το μαύρο. Η έκδοση σε λευκό χρησιμοποιείται σε **χρωματιστό φόντο** (συμπεριλαμβανομένου του μαύρου φόντου).**

### Πώς να τοποθετήσετε το λογότυπο σε μια επιφάνεια επικοινωνίας

Εδώ θα βρείτε μια παρουσίαση για το ελάχιστο μέγεθος και τη ζώνη ασφαλείας (δηλαδή όπου δεν πρέπει να βάλετε άλλο κείμενο ή στοιχεία) γύρω από τα λογότυπα. Θα πρέπει να μετρήσετε το ύψος από την κορυφή του τρίτου στοιχείου στο εικονίδιο λογότυπου έως το κάτω μέρος του «G» των επιχορηγήσεων, για να διατηρήσετε τη συνοχή σε όλη την οπτική ταυτότητα.

Το ίδιο στοιχείο θα πρέπει επίσης να χρησιμοποιηθεί ως σημείο αναφοράς για τη ζώνη ασφαλείας γύρω από τα λογότυπα.

Οι ίδιες αρχές ισχύουν για τη χρήση όλων των λογότυπων.



Ανατρέξτε στη σελίδα 68 για περισσότερα παραδείγματα πιθανών συνδυασμών χρωμάτων για την εμφάνιση των λογότυπων.

**Όλα τα στοιχεία του λογότυπου είναι απαραίτητα εκτός αν αναφέρεται ότι πρόκειται για **σύσταση** ή ότι είναι αποδεκτές άλλες εναλλακτικές.**

## Εξαγωγή και συμπίεση λογότυπου

Η συνδεδεμένη γραμμή αναπαριστά τον ορίζοντα που είναι ευέλικτος και ικανός να προσαρμόζεται στο πλάτος της επιλεγμένης επιφάνειας για να δημιουργεί απόσταση και να επισημαίνει ότι υπάρχουν δύο ξεχωριστές επιχορηγήσεις (EEA and Norway Grants).

Η ελάχιστη απόσταση μεταξύ των επιχορηγήσεων είναι η ίδια με το ύψος μεταξύ των χορηγών όπως φαίνεται στην εικόνα.

Η εξαγωγή του συνδυαστικού λογότυπου των EEA and Norway Grants μπορεί να χρησιμοποιηθεί στο πάνω ή το κάτω μέρος του υλικού επικοινωνίας σας. Το λογότυπο με την εκτεταμένη γραμμή πρέπει να είναι μόνο του, και η τοποθέτηση άλλων στοιχείων, εκτός, πάνω ή κάτω από τη γραμμή δεν είναι αποδεκτή. Αν το λογότυπο με την εκτεταμένη γραμμή χρησιμοποιείται στο πάνω μέρος ενός εγγράφου, δεν πρέπει να τοποθετούνται άλλα λογότυπα δίπλα του στο ίδιο επίπεδο.

Το λογότυπο που έχει εξαχθεί μπορεί να χρησιμοποιείται σε δημοσιεύσεις, επιστολές, σημειώματα, παρουσιάσεις, βίντεο, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, προσκλήσεις, προωθητικό υλικό κ.λπ., καθώς και σε είδη γραφείου. Μη χρησιμοποιείτε αυτό το λογότυπο αν μαζί με τα ονομάτων χωρών που περιλαμβάνει είναι δυσανάγνωστο.

Μόνο το συνδυαστικό λογότυπο των EEA and Norway Grants (1) μπορεί να χρησιμοποιηθεί με την εκτεταμένη γραμμή.



## Χρήση του λογότυπου σε συνδυασμό με άλλα λογότυπα (από κοινού προώθηση σήματος "co-branding")

Η κατευθυντήρια αρχή για τη χρήση και την τοποθέτηση του λογότυπου στο υλικό σας είναι ότι το λογότυπο των EEA and Norway Grants υπερισχύει. Το λογότυπο είναι ένα σημαντικό στοιχείο για την προβολή των συνεισφορών της Ισλανδίας, του Λιχτενστάιν και της Νορβηγίας μέσω των EEA and Norway Grants. Για το co-branding, θα πρέπει να υπάρχει σαφής διαχωρισμός μεταξύ του επιπέδου χρηματοδότησης και των άλλων οργανισμών που συμμετέχουν στη διαχείριση και την υλοποίηση.

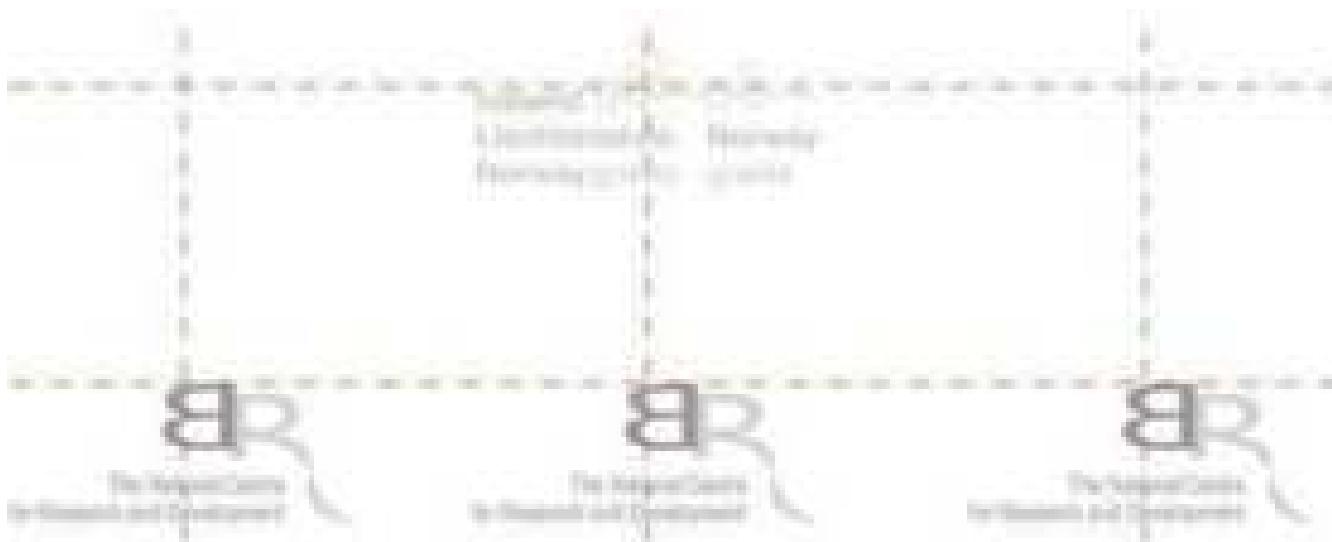
Στις παρακάτω σελίδες παρουσιάζονται οδηγίες με παραδείγματα για το πώς μπορούν και πώς δεν μπορούν να χρησιμοποιούνται τα λογότυπα μαζί με άλλα λογότυπα εταιρών (co-branding).

Όταν το λογότυπο χρησιμοποιείται μαζί με άλλα λογότυπα εταιρών, ο όγκος των διαφορετικών λογότυπων πρέπει να εξισορροπείται, δηλαδή το μέγεθος πρέπει να είναι το ίδιο (παράδειγμα α). Η τυπογραφία των λογότυπων πρέπει να είναι πάντα οριζόντια ευθυγραμμισμένη στην κορυφή και κάθετα στο κέντρο.

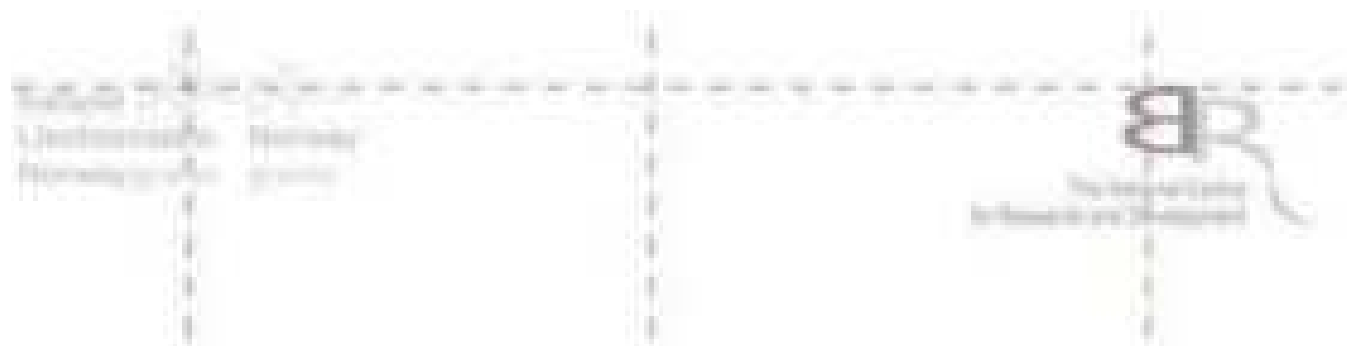
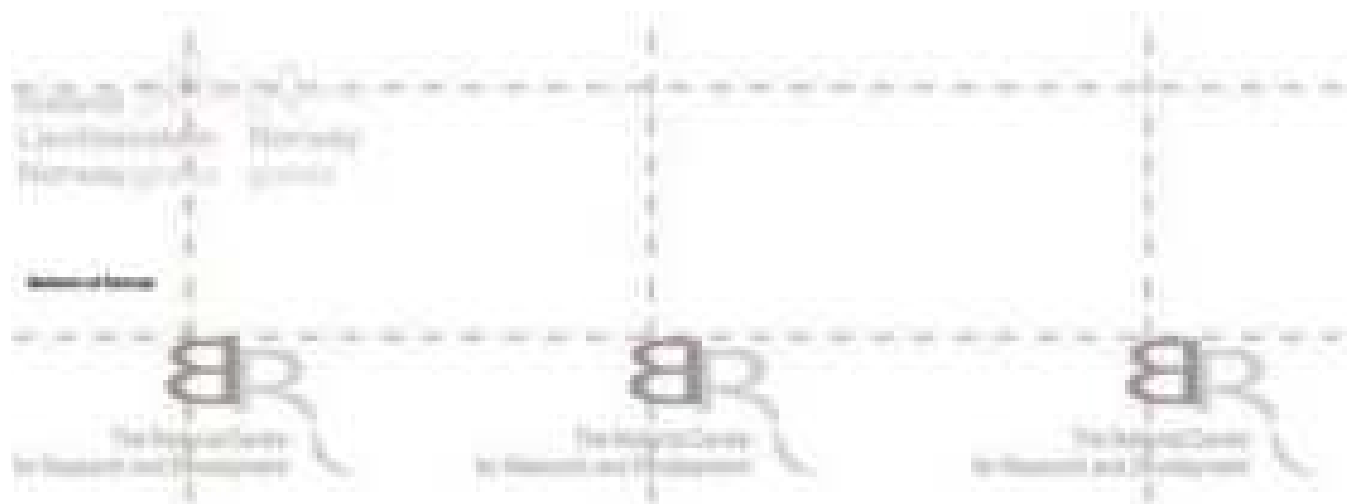
Αν χρησιμοποιείται μαζί με άλλα λογότυπα, το λογότυπο των EEA and Norway Grants πρέπει να τοποθετείται αριστερά (παράδειγμα β) ή/και στην κορυφή μόνο του (παράδειγμα α, παράδειγμα γ).

**Συστάσεις:** Όταν χρησιμοποιούνται μαζί, όλα τα λογότυπα θα πρέπει κατά προτίμηση να χρησιμοποιούνται σε μαύρο και λευκό χρώμα για μια πιο συνεκτική οπτική εμφάνιση. Η χρήση λογότυπου εταιρίου σε έγχρωμη έκδοση είναι αποδεκτή αν οι κανόνες για τη χρήση λογότυπων εταιρίου απαιτούν να είναι έγχρωμα.

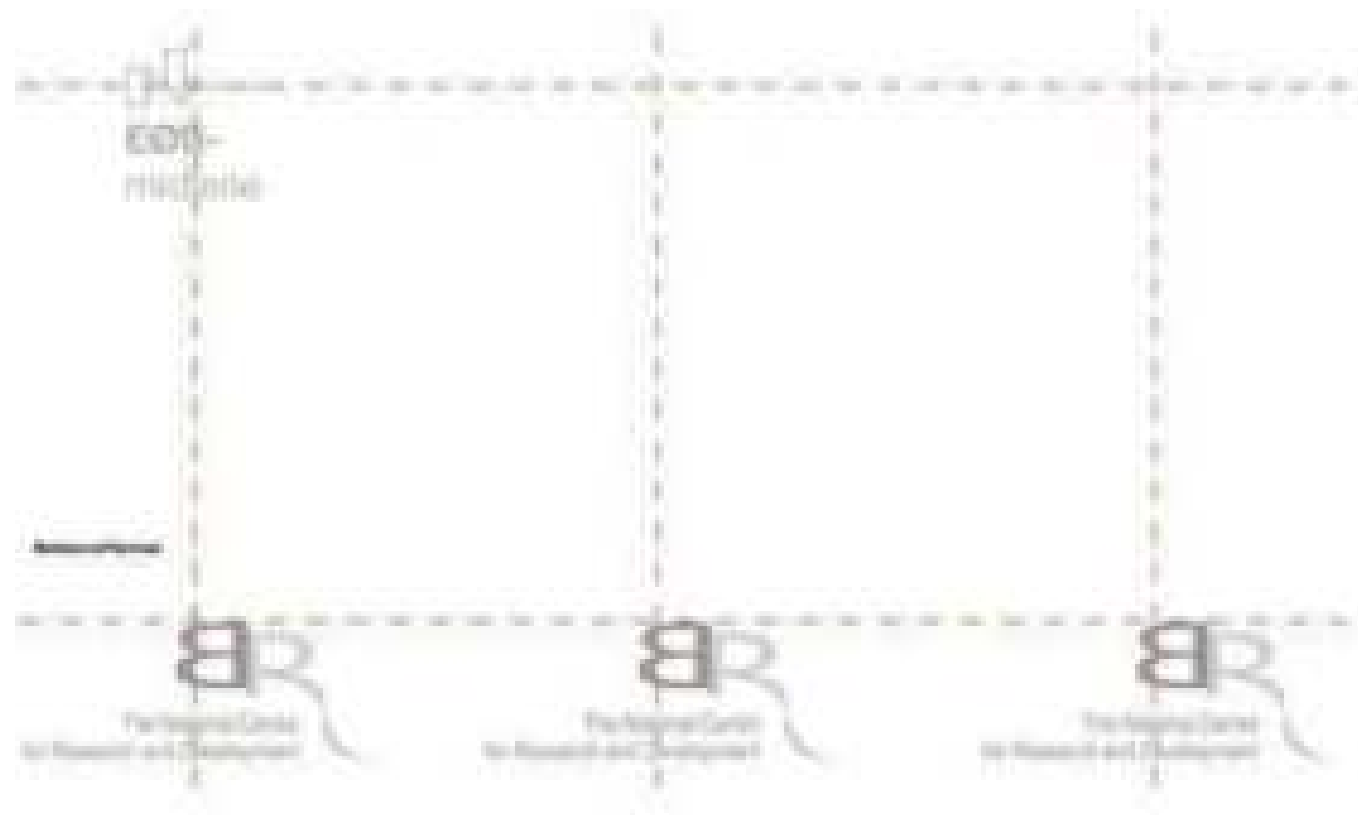
### Παράδειγμα α



Δείτε περισσότερα παραδείγματα στις παρακάτω σελίδες.

**Παράδειγμα β****Παράδειγμα γ**

### Παράδειγμα δ



Το λογότυπο για τα προγράμματα και τις χρηματοδοτήσεις των EEA and Norway Grants, καθώς και του προγράμματος Active Citizens Fund, μπορεί να χρησιμοποιείται μαζί με τα λογότυπα των Διαχειριστών Προγραμμάτων, των Διαχειριστών επενδυτικών ταμείων ή των Εταίρων Προγράμματος από τις δότριες χώρες αν το λογότυπο των EEA and Norway Grants υπερισχύει (δηλ. τοποθετείται στην κορυφή και τα προς αριστερά μόνο του) και αν υπάρχει σαφής διαχωρισμός μεταξύ του επιπέδου χρηματοδότησης και διαχείρισης. Αυτό πρέπει να γίνει με την προσθήκη μιας χαρακτηριστικής φράσης πάνω από τα λογότυπα των διαχειριστών ή εταίρων αναφέροντας «Χρηματοδότηση υπό τη διαχείριση του:», «Πρόγραμμα υπό τη διαχείριση του:» ή «Σε συνεργασία με:». (παράδειγμα ε). Η χαρακτηριστική φράση μπορεί να είναι στα αγγλικά ή στην τοπική γλώσσα.

Για τα έργα, πρέπει να χρησιμοποιείται το σχετικό λογότυπο των EEA and Norway Grants και να τοποθετείται πάνω/αριστερά για να επισημανθεί ότι από εκεί προέρχεται η χρηματοδότηση.

Τα λογότυπα των φορέων προώθησης έργου και των εταίρων μπορούν να χρησιμοποιούνται μαζί με το λογότυπο των EEA and Norway Grants με σαφή ένδειξη ότι το έργο υλοποιείται από τον φορέα υλοποίησης ή/και σε συνεργασία με τον εταίρο, και εφόσον έχει τοποθετηθεί το λογότυπο των EEA and Norway Grants πάνω/αριστερά μόνο του.

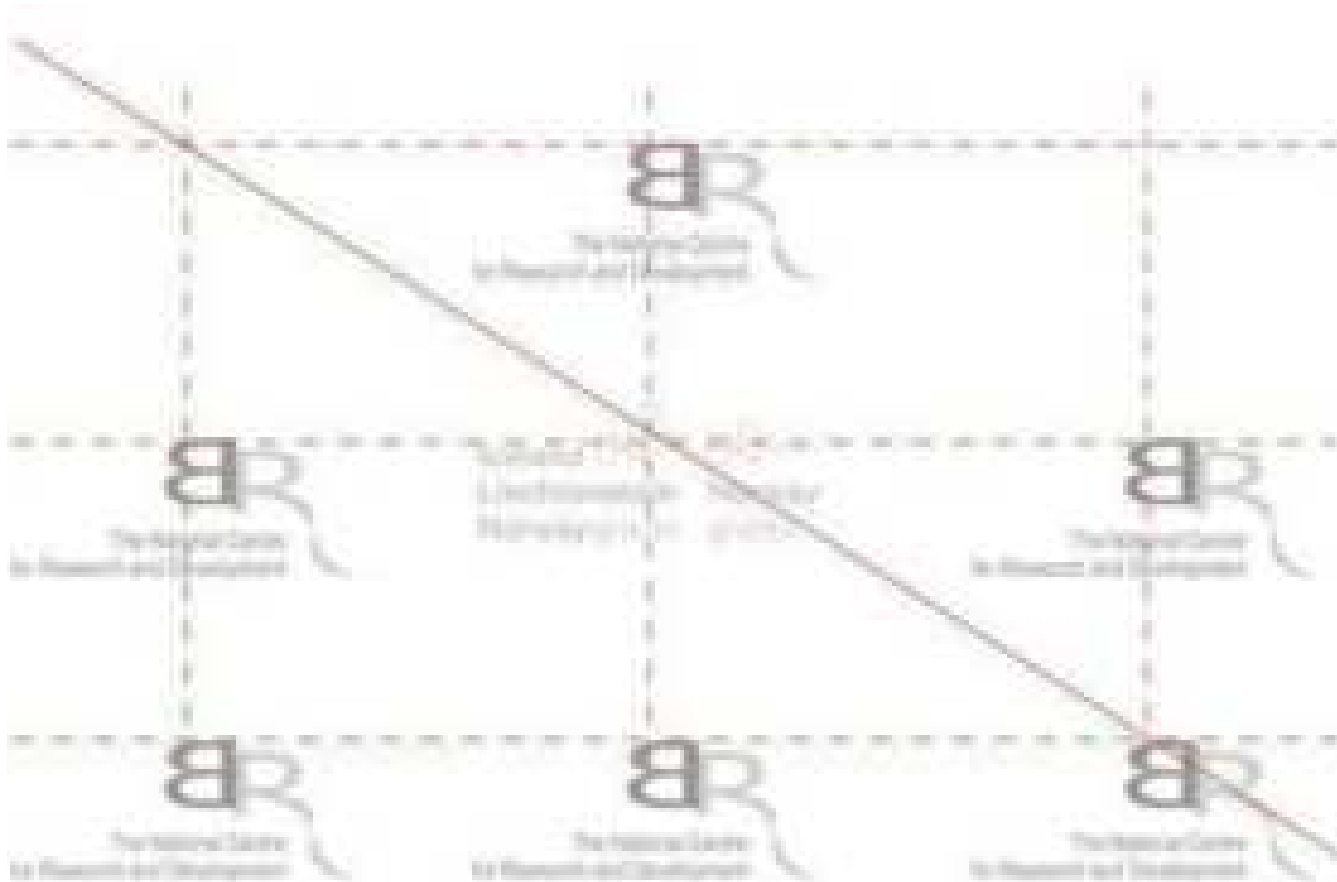
Για προγράμματα, έργα, πρωτοβουλίες, εκδηλώσεις και δραστηριότητες που συγχρηματοδοτούνται, ανατρέξτε στις ακόλουθες σελίδες.

#### Παράδειγμα ε



Το λογότυπο των EEA and Norway Grants πρέπει πάντα να υπερισχύει και να υπάρχει σαφής διαχωρισμός μεταξύ του επιπέδου χρηματοδότησης και διαχείρισης. Αυτό (παράδειγμα στ) είναι ένα παράδειγμα λανθασμένης χρήσης λογότυπου όπου το λογότυπο των Grants «πνίγεται» μεταξύ άλλων λογότυπων και δεν είναι σαφές ποιος χρηματοδοτεί την πρωτοβουλία.

#### Παράδειγμα στ



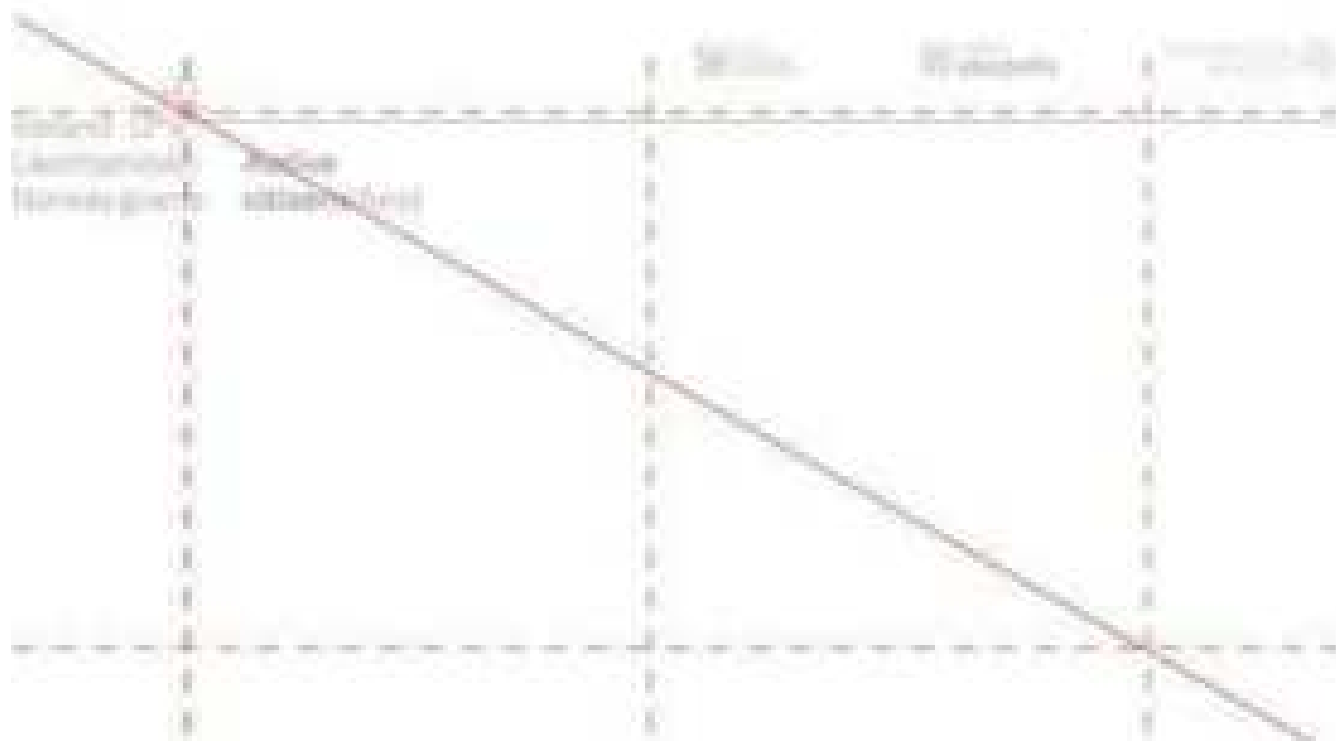


Το λογότυπο του προγράμματος Active Citizens Fund υπερισχύει (δηλ. τοποθετείται στην κορυφή μόνο του) και τα λογότυπα των Διαχειριστών επενδυτικών ταμείων δεν πρέπει να τοποθετούνται δίπλα του. Το λογότυπο του Διαχειριστή επενδυτικού ταμείου μπορεί να τοποθετηθεί στο κάτω μέρος ή σε άλλο στην επιφάνεια επικοινωνίας, εφόσον υπάρχει σαφής διαχωρισμός μεταξύ του επιπέδου χρηματοδότησης και διαχείρισης. Αυτό πρέπει να γίνει με την προσθήκη μιας χαρακτηριστικής φράσης πάνω από τα λογότυπα των διαχειριστών ή εταίρων αναφέροντας «Χρηματοδότηση υπό τη διαχείριση του:» (παράδειγμα ε).

Δεν υπάρχει εκτεταμένη γραμμή στο λογότυπο του Active Citizens Fund (παράδειγμα ζ).

Για τις πρωτοβουλίες, εκδηλώσεις, δραστηριότητες, κ.λπ. που συγχρηματοδοτούνται στο πλαίσιο του προγράμματος Active Citizens Fund, πρέπει να τηρούνται οι απαιτήσεις λογότυπου για συγχρηματοδότηση. Ανατρέξτε στις παρακάτω σελίδες για περισσότερες πληροφορίες.

### Παράδειγμα ζ



## Χρήση λογότυπου σε περιπτώσεις συγχρηματοδότησης

Για τις πρωτοβουλίες των EEA and Norway Grants οι οποίες συγχρηματοδοτούνται με εθνική χρηματοδότηση (όπως προγράμματα, συνέδρια, εκδηλώσεις, πρωτοβουλίες, έργα, κλπ.), το λογότυπο των EEA and Norway Grants μπορεί να χρησιμοποιηθεί μαζί με άλλα λογότυπα. Το λογότυπο των EEA and Norway Grants πρέπει να υπερισχύει και να τοποθετείται αριστερά ή/και πάνω (παραδείγματα α, β, γ, δ). Σε περιπτώσεις συγχρηματοδότησης, τα λογότυπα των εταίρων μπορούν να χρησιμοποιηθούν παράλληλα.

*Οι αποκλίσεις κατά την τοποθέτηση του λογότυπου των EEA and Norway Grants στα αριστερά ή/και στην κορυφή γίνονται αποδεκτές, αν οι κανόνες για τη χρήση των λογότυπων των εθνικών κυβερνήσεων ή των υπουργείων απαιτούν την τοποθέτηση του λογότυπου τους πάνω ή στα αριστερά.*

Το όνομα και τα λογότυπα των διοργανωτών ενδέχεται να υπερισχύουν των λογότυπων των Grants στην περίπτωση πρωτοβουλιών που επιδοτούνται ή χρηματοδοτούνται μέσω των Grants, όπως συνέδρια, σεμινάρια, εκδηλώσεις κ.λπ. τα οποία:

- (i) περιλαμβάνουν έναν ή περισσότερους χορηγούς,
- (ii) διοργανώνονται από κοινού από, π.χ. οργανισμούς από τις δότριες χώρες (συμπεριλαμβανομένων των Εταίρων Προγράμματος από τις δότριες χώρες και των Διαχειριστών Προγραμμάτων από τις δότριες χώρες), οργανισμούς χώρας-δικαιούχου (συμπεριλαμβανομένων των Διαχειριστών προγραμμάτων και των Διαχειριστών επενδυτικών ταμείων) και άλλους εταίρους (π.χ. διεθνείς οργανισμούς-εταίρους ή εξωτερικούς εταίρους).

Σε αυτές τις περιπτώσεις, η τοποθέτηση του λογότυπου των Grants ή/και των λογότυπων των δότριων χωρών αποφασίζεται από τους εμπλεκόμενους οργανισμούς του χορηγού.

# Στερεότυπα κείμενα

Τα ακόλουθα πρότυπα κείμενα μπορούν να χρησιμοποιηθούν σε εθνικούς ιστότοπους ή ιστοσελίδες προγραμμάτων ή έργων, σε δημοσιεύσεις ή άλλο ενημερωτικό υλικό, στο οπισθόφυλλο των εκδόσεων, στο τέλος των δελτίων Τύπου στην ενότητα «Σημειώσεις προς τους συντάκτες», ή οπουδήποτε αλλού όπου αναγνωρίζετε την υποστήριξη από την Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και τη Νορβηγία μέσω του προγράμματος EEA and Norway Grants.

Αν το πρόγραμμα/έργο σας λαμβάνει χρηματοδότηση μόνο από τα EEA Grants, χρησιμοποιήστε το πρώτο στερεότυπο κείμενο («EEA Grants»). Αν λαμβάνετε χρηματοδότηση από τα Norway Grants, χρησιμοποιήστε το δεύτερο στερεότυπο κείμενο («Norway Grants»). Το πρότυπο κείμενο 3 «EEA and Norway Grants» περιλαμβάνει και τις δύο επιχορηγήσεις. Μπορείτε επίσης να χρησιμοποιήσετε τμήματα αυτών των πρότυπων κειμένων.

## Πρότυπο κείμενο 1 – EEA Grants

Τα EEA Grants αντιπροσωπεύουν τη συμβολή της Ισλανδίας, του Λιχτενστάιν και της Νορβηγίας για μια πράσινη, ανταγωνιστική Ευρώπη χωρίς αποκλεισμούς.

Υπάρχουν δύο γενικοί στόχοι: η μείωση των οικονομικών και κοινωνικών ανισοτήτων στην Ευρώπη και η ενίσχυση των διμερών σχέσεων μεταξύ των χωρών-δικαιούχων και των 15 χωρών της ΕΕ της Κεντρικής και Νότιας Ευρώπης και της Βαλτικής.

Οι τρεις δότριες χώρες συνεργάζονται στενά με την ΕΕ βάσει της συμφωνίας για τον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο (ΕΟΧ). Οι δότριες χώρες έχουν προσφέρει 3,3 δισεκατομμύρια ευρώ μέσω διαδοχικών προγραμμάτων επιχορηγήσεων μεταξύ των ετών 1994 και 2014. Για την περίοδο 2014-2021, τα EEA Grants ανέρχονται σε 1,55 δισεκατομμύρια ευρώ. Οι προτεραιότητες για αυτή την περίοδο είναι οι εξής:

- #1 Καινοτομία, έρευνα, εκπαίδευση και ανταγωνιστικότητα
- #2 Κοινωνική ένταξη, ανεργία των νέων και μείωση της φτώχειας
- #3 Περιβάλλον, ενέργεια, κλιματική αλλαγή και οικονομία χαμηλών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα
- #4 Πολιτισμός, κοινωνία των πολιτών, χρηστή διακυβέρνηση και θεμελιώδη δικαιώματα
- #5 Δικαιοσύνη και εσωτερικές υποθέσεις

Τα EEA Grants χρηματοδοτούνται από κοινού από την Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και τη Νορβηγία, οι συνεισφορές των οποίων βασίζονται στο ΑΕγχΠ τους.

Η επιλεξιμότητα που προβλέπεται στις επιχορηγήσεις αντικατοπτρίζει τα κριτήρια που ορίζονται για το Ταμείο Συνοχής της ΕΕ και έχουν στόχο χώρες-μέλη στις οποίες το ακαθάριστο εθνικό εισόδημα (ΑΕΕ) ανά κάτοικο είναι μικρότερο από το 90% του μέσου όρου της ΕΕ.

## Πρότυπο κείμενο 2 – Norway Grants

Τα Norway Grants και EEA Grants αντιπροσωπεύουν τη συνεισφορά της Νορβηγίας για μια πράσινη, ανταγωνιστική Ευρώπη χωρίς αποκλεισμούς.

Μέσω των Norway Grants και EEA Grants, η Νορβηγία συνεισφέρει στη μείωση των κοινωνικών και οικονομικών ανισοτήτων και στην ενίσχυση των διμερών σχέσεων με τις χώρες-δικαιούχους της Κεντρικής και Νότιας Ευρώπης και της Βαλτικής. Η Νορβηγία συνεργάζεται στενά με την ΕΕ μέσω της συμφωνίας για τον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο (ΕΟΧ). Μαζί με τους άλλους χορηγούς, η Νορβηγία έχει προσφέρει 3,3 δισεκατομμύρια ευρώ μέσω διαδοχικών προγραμμάτων επιχορηγήσεων μεταξύ των ετών 1994 και 2014.

Τα Norway Grants χρηματοδοτούνται αποκλειστικά από τη Νορβηγία και διατίθενται στις χώρες που εντάχθηκαν στην ΕΕ μετά από το 2003. Για την περίοδο 2014-2021, τα Norway Grants ανέρχονται σε 1,25 δισεκατομμύρια ευρώ. Οι προτεραιότητες για αυτή την περίοδο είναι οι εξής:

- #1 Καινοτομία, έρευνα, εκπαίδευση και ανταγωνιστικότητα
- #2 Κοινωνική ένταξη, ανεργία των νέων και μείωση της φτώχειας
- #3 Περιβάλλον, ενέργεια, κλιματική αλλαγή και οικονομία χαμηλών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα
- #4 Πολιτισμός, κοινωνία των πολιτών, χρηστή διακυβέρνηση και θεμελιώδη δικαιώματα
- #5 Δικαιοσύνη και εσωτερικές υποθέσεις

## Τυποποιημένο κείμενο EEA and Norway Grants

Τα EEA and Norway Grants αντιπροσωπεύουν τη συμβολή της Ισλανδίας, του Λιχτενστάιν και της Νορβηγίας για μια πράσινη, ανταγωνιστική Ευρώπη χωρίς αποκλεισμούς.

Υπάρχουν δύο γενικοί στόχοι: η μείωση των οικονομικών και κοινωνικών ανισοτήτων στην Ευρώπη και η ενίσχυση των διμερών σχέσεων μεταξύ των χωρών-δικαιούχων και των 15 χωρών της ΕΕ της Κεντρικής και Νότιας Ευρώπης και της Βαλτικής. Οι τρεις δότριες χώρες συνεργάζονται στενά με την ΕΕ βάσει της συμφωνίας για τον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο (ΕΟΧ). Οι δότριες χώρες έχουν προσφέρει 3,3 δισεκατομμύρια ευρώ μέσω διαδοχικών προγραμμάτων επιχορηγήσεων μεταξύ των ετών 1994 και 2014.

Για την περίοδο 2014-2021, τα EEA and Norway Grants ανέρχονται σε 2,8 δισεκατομμύρια ευρώ. Οι προτεραιότητες για αυτή την περίοδο είναι οι εξής:

**#1** Καινοτομία, έρευνα, εκπαίδευση και ανταγωνιστικότητα

**#2** Κοινωνική ένταξη, ανεργία των νέων και μείωση της φτώχειας

**#3** Περιβάλλον, ενέργεια, κλιματική αλλαγή και οικονομία χαμηλών εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα

**#4** Πολιτισμός, κοινωνία των πολιτών, χρηστή διακυβέρνηση και θεμελιώδη δικαιώματα

**#5** Δικαιοσύνη και εσωτερικές υποθέσεις

Η επιλεξιμότητα που προβλέπεται στις επιχορηγήσεις αντικατοπτρίζει τα κριτήρια που ορίζονται για το Ταμείο Συνοχής της ΕΕ και έχουν στόχο χώρες μέλη στις οποίες το ακαθάριστο εθνικό εισόδημα (ΑΕΕ) ανά κάτοικο είναι μικρότερο από το 90% του μέσου όρου της ΕΕ.

Το πρόγραμμα EEA and Norway Grants αποτελείται από δύο χρηματοδοτικούς μηχανισμούς. Τα EEA Grants χρηματοδοτούνται από κοινού από την Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και τη Νορβηγία, οι συνεισφορές των οποίων βασίζονται στο ΑΕγχΠ τους. Τα Norway Grants χρηματοδοτούνται αποκλειστικά από τη Νορβηγία.

## **Λογαριασμός αποθεμάτων για βεβαίωση της υποστήριξης των EEA Grants ή/και Norway Grants**

### **EEA Grants**

Το (τίτλος έργου/προγράμματος) επωφελείται με επιχορηγήσεις ποσού ευρώ (ποσό – δίνεται στρογγυλοποιημένο ποσό) από την Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και τη Νορβηγία μέσω των EEA Grants. Ο σκοπός του έργου/προγράμματος (χρησιμοποιήστε τον σχετικό όρο) είναι (αντικείμενο).

### **Norway Grants**

Το (τίτλος έργου/προγράμματος) επωφελείται με επιχορηγήσεις ποσού ευρώ (ποσό – δίνεται στρογγυλοποιημένο ποσό) από τη Νορβηγία. Ο σκοπός του έργου/προγράμματος (χρησιμοποιήστε τον σχετικό όρο) είναι (αντικείμενο).

### **EEA and Norway Grants**

Το (τίτλος έργου/προγράμματος) επωφελείται με επιχορηγήσεις ποσού ευρώ (ποσό – δίνεται στρογγυλοποιημένο ποσό) από την Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και τη Νορβηγία μέσω των EEA and Norway Grants. Ο σκοπός του έργου/προγράμματος (χρησιμοποιήστε τον σχετικό όρο) είναι (αντικείμενο).

## Συχνές ερωτήσεις

**EEA and Norway Grants – Για μια Ευρώπη πράσινη, ανταγωνιστική και χωρίς αποκλεισμούς.**

### Τι;

Η Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και η Νορβηγία παρέχουν χρηματοδότηση 2,8 δισεκατομμυρίων ευρώ σε 15 κράτη μέλη της ΕΕ και του ΕΟΧ της Κεντρικής και Νότιας Ευρώπης και της Βαλτικής για την περίοδο 2014-2021.

### Γιατί;

Τα EEA and Norway Grants έχουν τη βάση τους στη Συμφωνία για τον ΕΟΧ. Βάσει αυτής της συμφωνίας, η Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και η Νορβηγία ανήκουν στην εσωτερική αγορά της ΕΕ. Στη συμφωνία καθορίζεται κοινός στόχος συνεργασίας για τη μείωση των κοινωνικών και οικονομικών ανισοτήτων στην Ευρώπη. Για τον λόγο αυτό, οι δότριες χώρες θέσπισαν τα EEA and Norway Grants.

### Πού

Οι χώρες δικαιούχοι είναι η Βουλγαρία, η Κροατία, η Κύπρος, η Τσεχική Δημοκρατία, η Εσθονία, η Ελλάδα<sup>1</sup>, η Ουγγαρία, η Λετονία, η Λιθουανία, η Μάλτα, η Πολωνία, η Πορτογαλία<sup>1</sup>, η Ρουμανία, η Σλοβακία και η Σλοβενία.

### Ποιοι τομείς;

Μέσω των EEA and Norway Grants, η Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και η Νορβηγία στοχεύουν να συμβάλλουν, μεταξύ άλλων, στην ανάπτυξη και την απασχόληση, στην αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής και της ενεργειακής εξάρτησης καθώς και στη μείωση της φτώχειας και του κοινωνικού αποκλεισμού.

### Ποιοι;

Δικαιούχοι είναι οι τοπικές, περιφερειακές και εθνικές αρχές, εκπαιδευτικά και ερευνητικά ιδρύματα, φοιτητές, εκπαιδευτικοί και ερευνητές, μη κυβερνητικοί οργανισμοί, μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις και κοινωνικοί εταίροι.

## Περισσότερες πληροφορίες

[www.eeagrants.org](http://www.eeagrants.org)

[www.norwaygrants.org](http://www.norwaygrants.org)

# Τυπογραφία

**Απαιτήσεις:** Η γραμματοσειρά Founders Grotesk είναι εκσυγχρονισμένη έκδοση της γραμματοσειράς grotesque αρ. 7, που δημιουργήθηκε στο χυτήριο «Miller & Richard» το 1912. Έχει βελτιστοποιηθεί για λόγους αναγνωσιμότητας και είναι μια ευχάριστη γραμματοσειρά.

Η γραμματοσειρά Founders Grotesk θα πρέπει να χρησιμοποιείται μόνο σε πάχος regular και semibold. Το Semibold χρησιμοποιείται για τίτλους και το regular για κείμενο.

Η γραμματοσειρά προορίζεται για χρήση σε όλη την οπτική επικοινωνία για τα EEA and Norway Grants για να διασφαλιστεί η συνοχή στην εμφάνιση όσον αφορά την οπτική ταυτότητα.

Το μέγεθος γραμματοσειράς για επιστολόχαρτα ορίζεται σε 22 στιγμές για τίτλους, σε 12 στιγμές για τίτλους άρθρων, σε 9 στιγμές για σώμα κειμένου και σε 9 στιγμές για γραμμές. Τα μεγέθη θα πρέπει να προσαρμόζονται στα μεγαλύτερα έντυπα για να διασφαλίζεται η αναγνωσιμότητα.

Τα χρώματα στους τίτλους χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία περισσότερο ευχάριστης και αναγνωρίσιμης εμφάνισης.

Founders grotesk regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆΘÀ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøà!?,.,:()&%#

Founders grotesk semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆΘÀ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøà!?,.,:()&%#

Founders regular

Founders grotesk semibold

Founders regular

Founders bold

Founders extra bold

Founders

Founders grotesk semibold

Founders regular

Founders bold

Founders extra bold

Founders grotesk semibold

Founders grotesk semibold

Founders regular

Founders bold

Founders extra bold



## Τυπογραφία

**Απαιτήσεις:** Η γραμματοσειρά Arial χρησιμοποιείται ως δευτερεύουσα γραμματοσειρά και μόνο όταν η γραμματοσειρά Founders Grotesk δεν είναι διαθέσιμη.

Η γραμματοσειρά Arial θα πρέπει να χρησιμοποιείται μόνο σε πάχος regular και semibold. Το bold χρησιμοποιείται για τίτλους και το regular για κείμενο.

Η γραμματοσειρά Arial δεν χρησιμοποιείται ποτέ σε συνδυασμό με τη γραμματοσειρά Founders Grotesk.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå!?,,:()&%#

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÆØÅ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyzæøå!?,,:()&%#

Font combinations

Headline: Arial Bold

Subheadline: Arial

Section title:

Body text:

Headline

Section title

Section title

Section title

Section title

Section title

Section title

Section title

Section title

Section title

# Χρώματα

**Απαιτήσεις:** Τα χρώματα κάνουν την οπτική ταυτότητα πιο αναγνωρίσιμη και ευχάριστη. Το κόκκινο και το μπλε αντιπροσωπεύουν τα χρώματα της σημαίας της Ισλανδίας, του Λιχτενστάιν και της Νορβηγίας και θα πρέπει να χρησιμοποιούνται για να επισημαίνονται σημαντικές πληροφορίες και να τραβούν την προσοχή στα πιο σημαντικά μέρη της σύνθεσής/στοιχιοθεσίας σας.

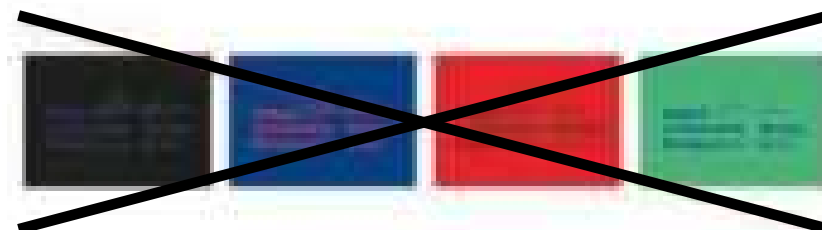
Το πράσινο θα πρέπει να χρησιμοποιείται με τον ίδιο τρόπο που χρησιμοποιείται το κόκκινο και το μπλε, αλλά μόνο για πληροφορίες που συνδέονται ή δημοσιεύονται στο πλαίσιο του Active Citizens Fund.

Ενώ το κόκκινο, το μπλε και το πράσινο είναι τα βασικά χρώματα της οπτικής ταυτότητας και τα μόνα χρώματα που μπορούν να χρησιμοποιούνται στα λογότυπα (βλ. επόμενη σελίδα), μπορείτε να χρησιμοποιείτε άλλα χρώματα όταν σχεδιάζετε φυλλάδια, εκδόσεις, βίντεο κ.λπ., καθώς επίσης στον ιστότοπό σας, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε παρουσιάσεις προγραμμάτων και έργων.



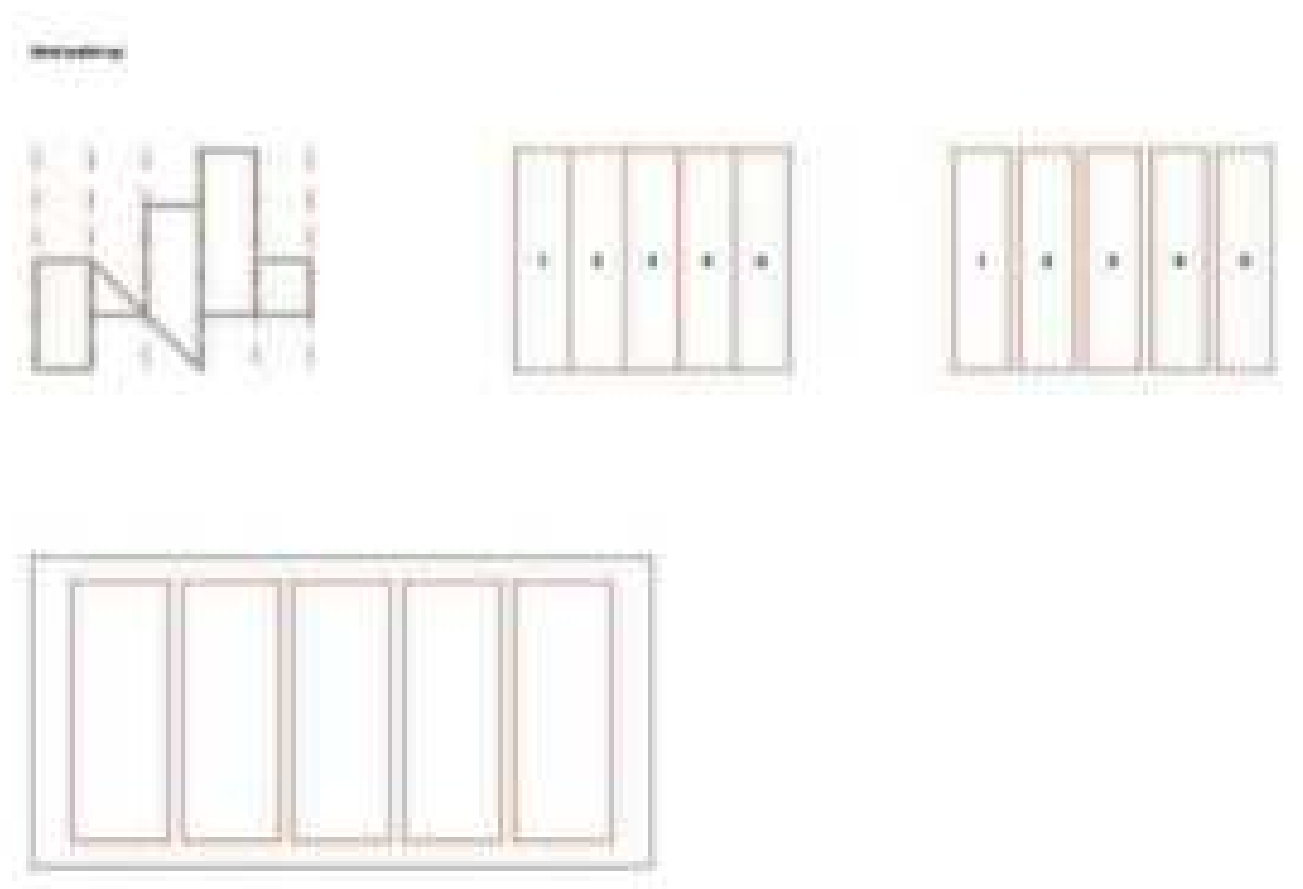
## Χρώματα

**Απαιτήσεις:** Χρησιμοποιείτε μόνο τους ακόλουθους συνδυασμούς χρωμάτων στην προβολή των λογότυπων. Μην επικαλύπτετε το κόκκινο, το μπλε και το πράσινο διότι έτσι θα μειωθεί η αναγνωσιμότητα λόγω της χαμηλής αντίθεσης μεταξύ των χρωμάτων.



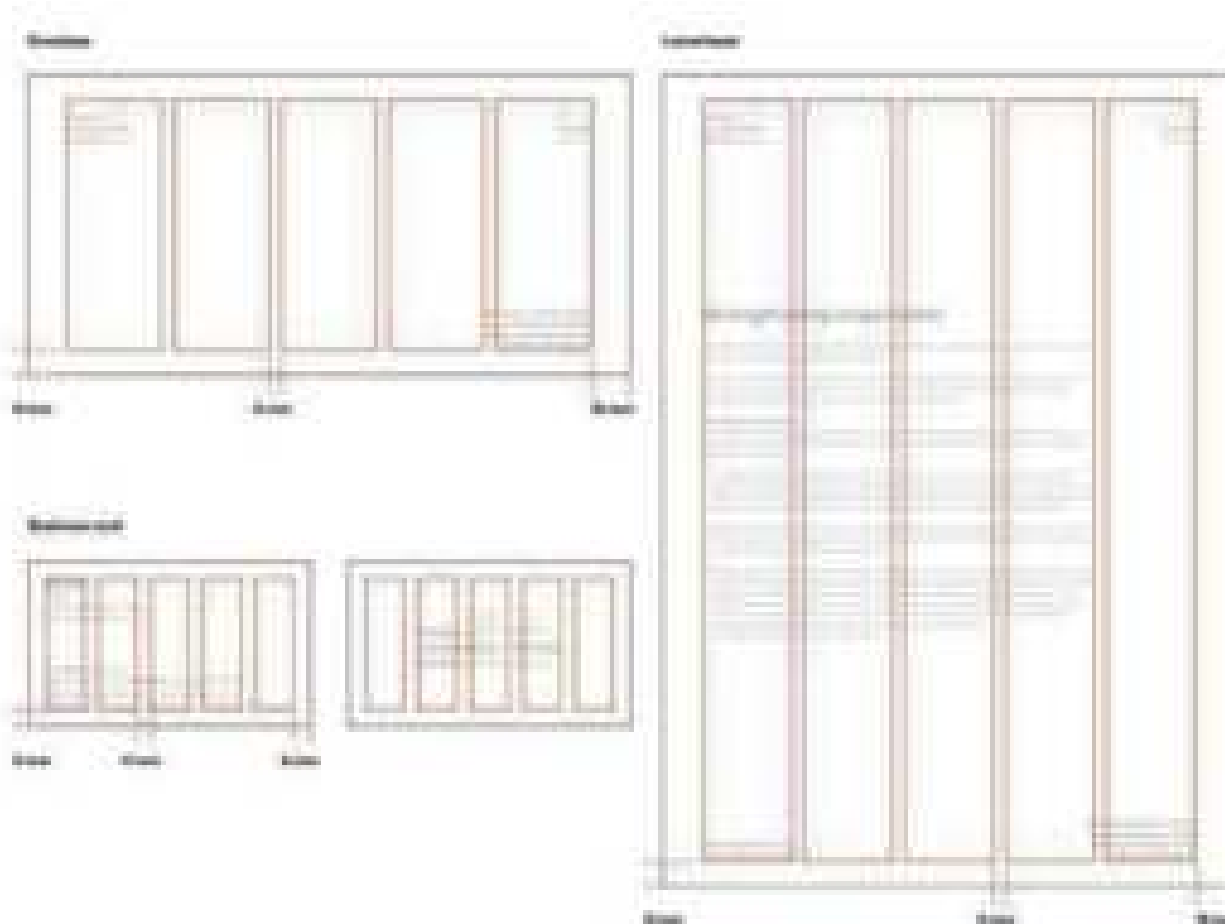
# Πλέγμα

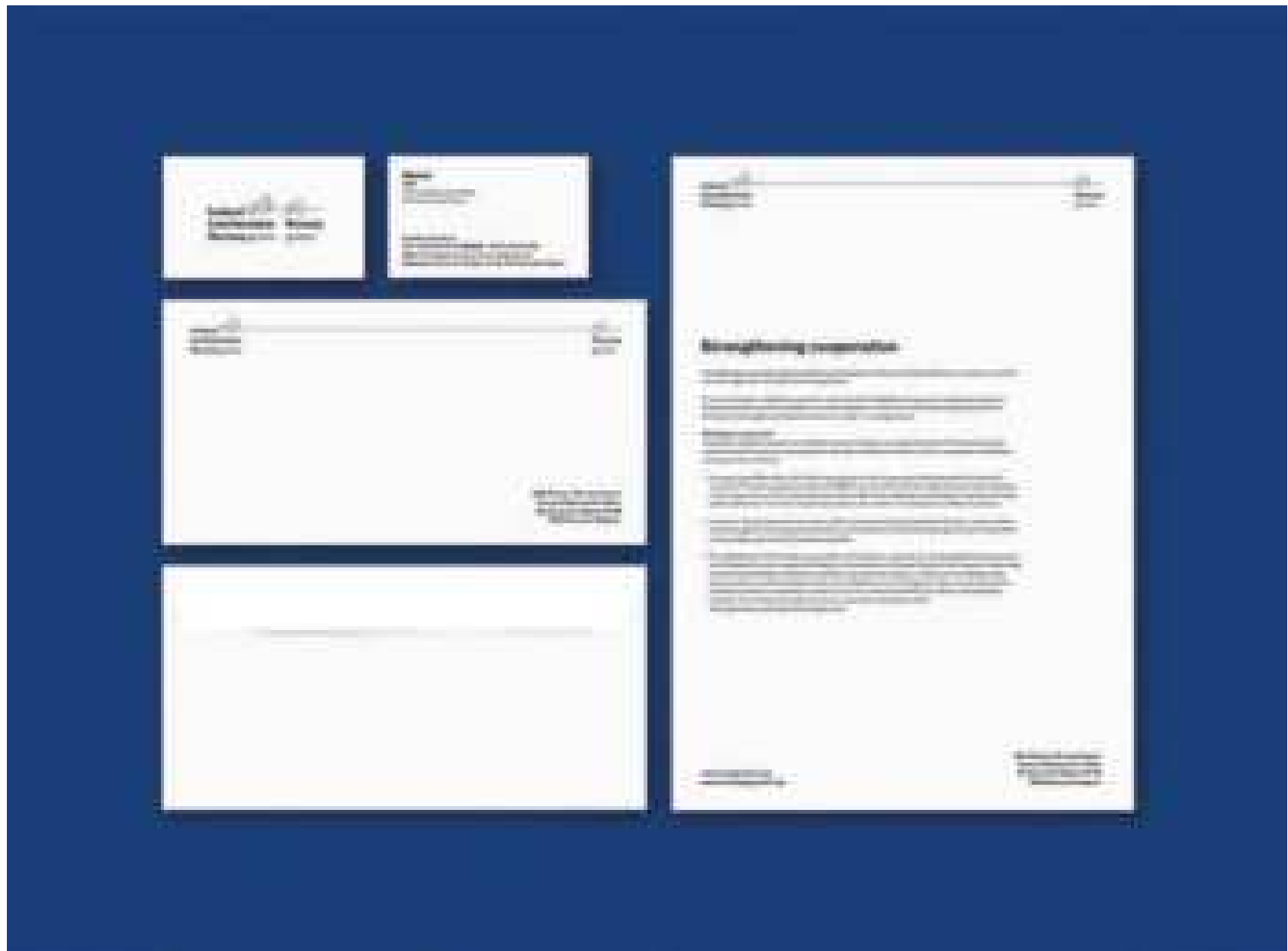
**Απαιτήσεις:** Το σύστημα πλέγματος βασίζεται στις πέντε στήλες στο σύμβολο λογότυπου των EEA and Norway Grants δημιουργώντας ένα συνεχές και εύκολο στη χρήση σύστημα. Στοιχεία στο σύστημα πλέγματος, όπως εικόνες ή κείμενο, μπορούν να επικαλύπτουν πολλές στήλες προκειμένου να δημιουργούνται συνθέσεις που είναι πιο ενδιαφέρουσες και ελκυστικές.



## Πλέγμα

**Απαιτήσεις:** Ακολουθεί ένα παράδειγμα με τον τρόπο που χρησιμοποιείται το σύστημα πλέγματος σε διάφορα είδη επιστολόχαρτων. Το πλέγμα βοηθά στη δημιουργία μιας συνεκτικής οπτικής εμφάνισης σε διάφορες επιφάνειες. Το διάστημα μεταξύ των στηλών και των περιθωρίων ρυθμίζεται μόνο για επιστολόχαρτα και είναι απαραίτητη η προσαρμογή για μεγαλύτερες επιφάνειες.





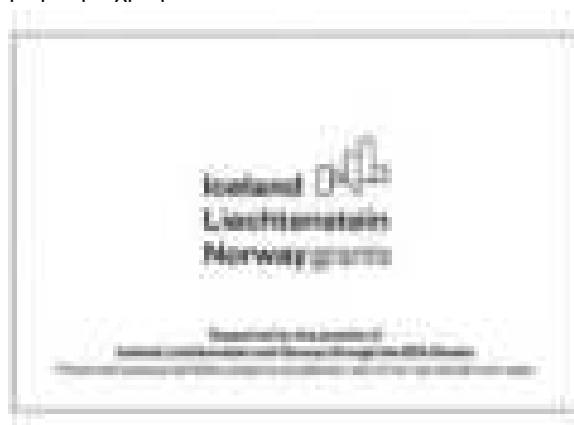
# Αναμνηστική πλακέτα

**Απαιτήσεις:** Υπάρχουν τρεις διαφορετικές εκδόσεις της αναμνηστικής πλακέτας. Χρησιμοποιείτε μόνο την έκδοση που είναι σχετική, ανάλογα με το αν το έργο ή το πρόγραμμά σας υποστηρίζεται από τα EEA and Norway Grants (και από τους δύο μηχανισμούς), μόνο από τα EEA Grants ή μόνο από τα Norway Grants.

Η ουσία του κειμένου αποδίδεται ειδικά στην εθνική γλώσσα σας.

Η αναμνηστική πλακέτα θα πρέπει να έχει μέγεθος 200 x 300 mm και να εκτυπώνεται σε κατάλληλο υλικό.

Η αναμνηστική πλακέτα πρέπει να έχει λευκό φόντο και το λογότυπο και το κείμενο να είναι με μαύρο χρώμα.



# Αφίσες, διαφημιστικές πινακίδες και roll-up

**Απαιτήσεις:** Τα roll-up και οι διαφημιστικές πινακίδες χρησιμοποιούνται για την οπτική απεικόνιση ενός συγκεκριμένου έργου ή προγράμματος ή για δημοσιοποίηση της χρηματοδότησης από την Ισλανδία, το Λιχτενστάιν και τη Νορβηγία μέσω των EEA and Norway Grants.

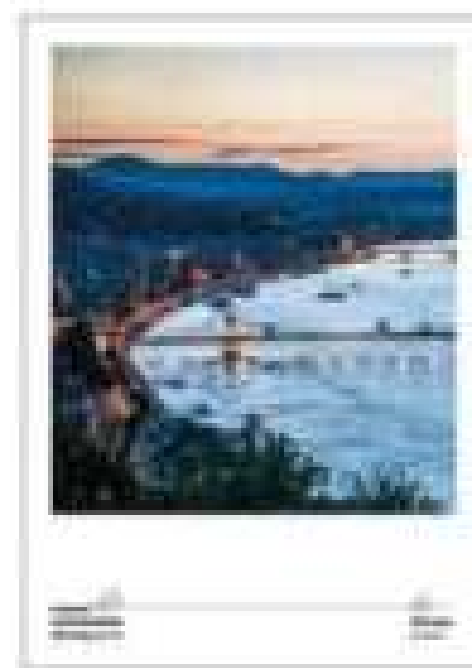
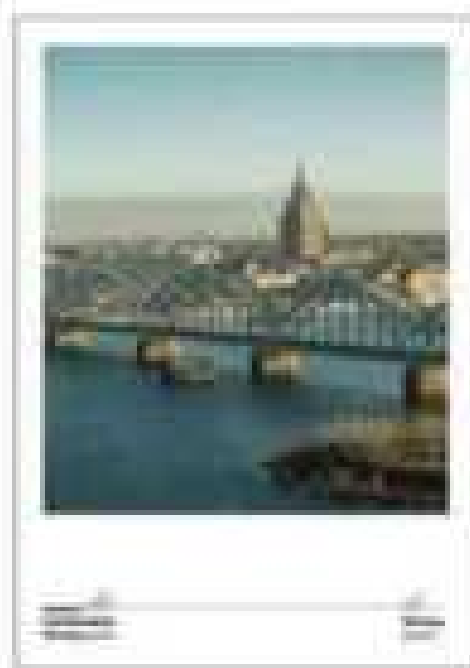
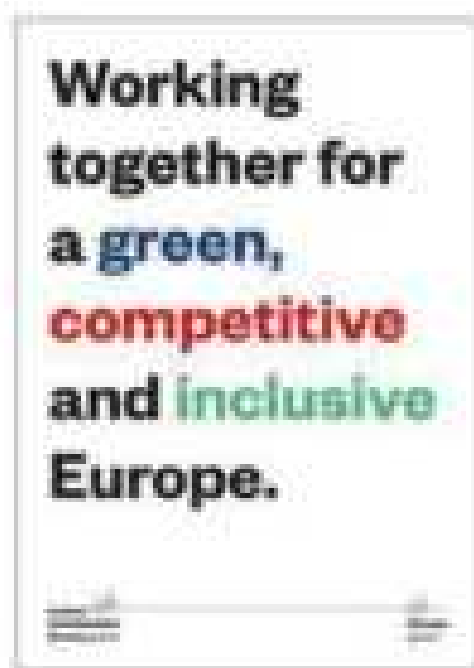
Βεβαιωθείτε ότι το μέγεθος του κειμένου δεν είναι υπερβολικά μεγάλο για την πινακίδα. Πρέπει να είναι ορατά τα σχετικά λογότυπα των EEA and Norway Grants. Αν το έργο ή το πρόγραμμα συγχρηματοδοτείται, τα σχετικά λογότυπα μπορούν να είναι μαζί με το λογότυπο των Grants, σύμφωνα με τις οδηγίες χρήσης του λογότυπου για την περίπτωση συγχρηματοδότησης (βλ. σελίδα 59).

Στις διαφημιστικές πινακίδες πρέπει να διαφημίζονται οι εθνικοί ιστότοποι [www.eeagrants.\[προσδιορισμός χώρας\]](http://www.eeagrants.[προσδιορισμός χώρας]) ή [www.norwaygrants.\[προσδιορισμός χώρας\]](http://www.norwaygrants.[προσδιορισμός χώρας]). Πρέπει επίσης να περιλαμβάνετε πληροφορίες σχετικά με το τι σκοπεύει να επιτύχει το έργο σας ή ποιος θα επωφεληθεί από αυτό, ποιος παρέχει τη χρηματοδότηση (δότες / δότες χώρες), ποιος διαχειρίζεται το έργο και το ποσό που λαμβάνετε.

Η οπτική επίδραση και η αναγνωσιμότητα από απόσταση αρκετών μέτρων είναι πολύ σημαντικές, οπότε θα πρέπει να χρησιμοποιήσετε το κατάλληλο μέγεθος χαρακτήρων. Οι διαφημιστικές πινακίδες διατίθενται σε διάφορα μεγέθη ανάλογα με τον σκοπό χρήσης τους.







## Προωθητικό υλικό

Στο σημείο αυτό θα δείτε ορισμένα παραδείγματα με προωθητικό υλικό για να μπορείτε να εμπνευστείτε. Δεν υπάρχουν περιορισμοί ως προς το είδος του προωθητικού υλικού που μπορείτε να δημιουργήσετε αρκεί να υπάρχει το λογότυπο πάνω σε αυτό.







Σε υλικό προώθησης που είναι μικρό, όπως στυλό, USB-stick, περικάρπια κ.λπ., και στις περιπτώσεις που είναι δυσανάγνωστα τα ονόματα χωρών στο λογότυπο, μπορεί να επιτρέπεται η χρήση του εικονιδίου του λογότυπου αν περιλαμβάνεται η σχετική διεύθυνση ιστού. Ο εθνικός ιστότοπος στη χώρα σας για τα EEA and Norway Grants πρέπει να είναι ο εξής, [www.eeagrants.gr](http://www.eeagrants.gr) [προσδιορισμός χώρας]



## Ενημερωτικό δελτίο

Αυτό είναι ένα παράδειγμα ενημερωτικού δελτίου για να αντλήσετε έμπνευση. Αυτό το ενημερωτικό δελτίο αποτελείται από ένα κύριο άρθρο με γενικές πληροφορίες, μια προαιρετική περιοχή για μια εικόνα ή βίντεο και μια ευέλικτη περιοχή για πολλά άρθρα. Κάθε άρθρο έχει απευθείας σύνδεση για την πλήρη ιστορία του που δημοσιεύεται στον ιστότοπο.



# Παρουσιάσεις

Αυτά είναι παραδείγματα διαφανειών Power Point που μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την παρουσίαση των EEA and Norway Grants. Το πρότυπο είναι διαθέσιμο στη διεύθυνση [www.eeagrants.org/templates](http://www.eeagrants.org/templates).







# Εγχειρίδιο Επικοινωνίας και Σχεδιασμού EEA and Norway Grants 2014-2021

**Εκδότης:** Γραφείο Χρηματοδοτικού Μηχανισμού, Βρυξέλλες

**Αρχισυντάκτης:** Lillann Weggersen

**Συντάκτης:** Miriam Stackpole Dahl

**Συνεισφορές:** Eva Thora Karlsdottir, Mala Wang-Naveen, Raquel Torres Prol, Sunniva Christophersen Haugen

**Δημοσίευση:** Ιανουάριος 2018

**Σχέδιο:** Siste Skrik Kommunikasjon. Οπτική ταυτότητα και λογότυπα από τη Scandinavian Design Group

Η λήψη όλων των φωτογραφιών έγινε από τον Christophe Vander Eecken, εκτός από τις εξής:  
19, 40: Jan Železný, 31: Υπουργείο Εξωτερικών της Νορβηγίας, 34: M. Starowieyska,  
34, 38, 47: FMO, 48: Adam Rostkowski.



[www.eeagrants.org](http://www.eeagrants.org)

[www.norwaygrants.org](http://www.norwaygrants.org)