

Komunikacija i vidljivost

Priručnik za vanjske aktivnosti EU



Travanj 2008

IZDAVAČ:

Središnji državni ured za razvojnu strategiju i koordinaciju fondova EU
Ova publikacija je izdana uz financijsku pomoć Europske Unije

NAKLADA:

1 500 komada

ISBN:

978-953-7443-06-1

CIP zapis dostupan u računalnom katalogu Nacionalne i sveučilišne
knjižnice u Zagrebu pod brojem 675403.

Sadržaj

I UVOD.....	7
2 KOMUNIKACIJA I VIDLJIVOST: VODIČ KORAK PO KORAK.....	9
2.1 Prikladna vidljivost.....	9
2.2 Ključna publika i ciljne skupine.....	10
2.3 Planovi za komunikaciju i vidljivost.....	10
2.3.1 Predložak plana za komunikaciju i vidljivost.....	10
2.3.2 Proračun za komunikaciju.....	12
2.3.3 Nacrt i provedba plana.....	13
2.3.4 Izvještavanje.....	14
3 MEĐUNARODNE ORGANIZACIJE.....	15
3.1 Uvod.....	15
3.2 Organizacije, fondovi i programi Ujedinjenih naroda i asimiliranih entiteta (UNAFPs).....	15
3.2.1 Pozadina i postojeći okvir suradnje.....	15
3.2.2 Operativni kriteriji primjenjivi na aktivnosti u svezi komunikacije i vidljivosti koje poduzimaju UN i EK.....	16
3.2.3 Aktivnosti u svezi komunikacije i vidljivosti.....	18
3.3 Grupa Svjetske banke.....	19
4 PRILAGODBA PLANA KOMUNIKACIJE I VIDLJIVOSTI PROJEKTU....	20
4.1 Osnove.....	20

4.2 Ostale komunikacijske aktivnosti.....	21
4.2.1 Priopćenja za tisak.....	22
4.2.2 Konferencije za tisak.....	23
4.2.3 Posjete novinara.....	23
4.2.4 Letci, brošure i bilteni.....	23
4.2.5 Web stranice.....	24
4.2.6 Panoi.....	25
4.2.7 Spomen ploče.....	26
4.2.8 Okomite zastave - Banneri.....	26
4.2.9 Vozila, materijali i oprema.....	26
4.2.10 Promotivni predmeti.....	27
4.2.11 Fotografije.....	27
4.2.12 Audiovizualne produkcije.....	29
4.2.13 Javna događanja i posjete.....	29
4.2.14 Informativne kampanje.....	30
4.3 Vidljivost prikladna za specifične tipove projekata.....	30
4.3.1 Pružanje usluge nabave i opremanja.....	30
4.3.2 Projekti u svezi infrastrukture.....	31
4.3.3 Tehnička pomoć i studije.....	31
4.3.4 Bespovratna sredstva.....	31
4.3.5 Potpora proračunu.....	31
5 IZVJEŠTAVANJE.....	32
6 DODATNE INFORMACIJE.....	34
PRILOG I KOMUNIKACIJSKA MATRICA: KAKO I KADA KOMUNICIRATI ŠTO I KOMU?.....	35
PRILOG 2 ELEMENTI VIZUALNOG IDENTITETA EU.....	37
1 Zastava EU.....	37
2 Geometrijski opis.....	37
3 Boje.....	38
4 Pozadine.....	38
5 Izmjene i dodatci.....	39

6 Isključenje odgovornost.....	39
7 Internetske poveznice.....	39
8 EU vidljivost po završetku projekta.....	40
PRILOG 3 PREDLOŠCI KOMUNIKACIJSKIH PROIZVODA.....	41
1 Priopćenja za tisak.....	41
2 Letci.....	42
3 Brošure.....	44
4 Bilteni (Newsletteri).....	45
5 Panoi.....	46
6 Spomen ploče.....	47
7 Okomite zastave (Banneri).....	47
8 Natpisi za vozila.....	48
9 Promotivni predmeti.....	48
PRILOG 4 OPISI PROGRAMA I OSNOVNE PORUKE.....	50
1 Osnovna poruka.....	50
2 Definicija Europske unije i njenih institucija.....	51

I Uvod

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

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

Ovaj priručnik sadrži i obvezne zahtjeve postavljene svim izvođačima i partnerima u provedbi¹ u sklopu ugovora i sporazuma o financiranju, koji se odnose isključivo na njih, bilo da ih je potpisala Europska komisija ili koje drugo ugovaračko tijelo. U svim drugim slučajevima priručnik je osmišljen samo kako bi pružio smjernice, ako nije drugačije naznačeno. U svim slučajevima važeće su odredbe pojedinačnih ugovora, sporazuma o financiranju ili sporazuma o doprinosu.

Povrh i ponad osnovnih elemenata statičke vidljivosti i informacija, a imajući u vidu kontekst svakog pojedinog projekta, izvođače, partnere u provedbi i međunarodne organizacije potiče se da, gdje god to raspoloživi proračun i

¹ U svrhu ovog priručnika, "partnerima u provedbi" smatraju se agencije ili javna tijela država korisnica financijske potpore EU, korisnici bespovratnih sredstava, jedinice koje upravljaju projektima i svi drugi entiteti koji izvode aktivnost djelomično ili u potpunosti financiranu od strane EU. Obratite pažnju da se međunarodne organizacije ne smatraju "partnerima u provedbi" u svrhu ovog priručnika.

resursi dozvoljavaju, izrade plan vidljivosti i komunikacije koji će, na dinamičan način, naglasiti utjecaj potpore EU. Ovo može zahtijevati zapošljavanje vanjskih stručnih suradnika.

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

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

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

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

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

2 | Komunikacija i vidljivost: vodič korak po korak

2.1 Prikladna vidljivost

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

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

- o Aktivnosti se moraju pravovremeno organizirati
- o Informacije koje se koriste moraju biti točne
- o Aktivnosti trebaju biti koordinirane s Europskom komisijom
- o Ciljna publika treba biti ispravno izabrana
- o Poruke moraju biti od interesa ciljnoj publici
- o Aktivnosti moraju biti prikladne u smislu potrošenih resursa i očekivanog učinka

Osim toga, u svakom bi planu trebalo ostaviti prostora za iskorištavanje dobre prilike. Dobar komunikacijski refleks i sposobnost iskorištavanja neočekivanih prilika za dobrobit aktivnosti često su jednako važni kao i formalniji naponi, a isto tako često mogu biti i besplatni.

Tamo gdje se pojave takve prilike, one trebaju biti iskorištene. Plan komunikacije i vidljivosti za bilo koju aktivnost trebao bi težiti maksimalnoj sinergiji sa sveobuhvatnom strategijom vidljivosti Delegacije EK (ili nadležnog odjela Komisije) i, u slučaju UN-a, nadležne organizacije UN-a.

2.2 Ključna publika i ciljne skupine

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

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

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

2.3 Planovi za komunikaciju i vidljivost

2.3.1 Predložak plana za komunikaciju i vidljivost

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

Izvođači, partneri u provedbi ili međunarodne organizacije trebaju izraditi plan komunikacije i vidljivosti koji se morati uskladiti s dužnosnicima Komisije (Delegacije) koji upravljaju projektom, te moraju usko surađivati s kadrom Komisije (Delegacije) odgovornim za komunikacijske aktivnosti.

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

Predložak plana za komunikaciju i vidljivost

Opći ciljevi strategije za komunikaciju

1. Sveobuhvatni komunikacijski ciljevi

2. Ciljne skupine

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

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

Primjeri komunikacijskih ciljeva:

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

Komunikacijske aktivnosti

4. Glavne aktivnosti koje će se odvijati tijekom razdoblja pokrivenog planom komunikacije i vidljivosti

Uključiti detalje o:

- o naravi aktivnosti
- o odgovornostima za provedbu aktivnosti

⁴ Za međunarodne organizacije vidi poglavlje 3.3.
U skladu s onima postavljenim u logičkom okviru projekta.

5. Odabrani komunikacijski alati

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

Pokazatelji postignuća⁵

6. Izvršenje komunikacijskih ciljeva

Uključiti pokazatelje postignuća za različite predložene alate

7. Sredstva za dobivanje povratnih informacija (prema potrebi)

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

Resursi

8. Ljudski resursi

- o Broj osoba/dana potrebnih za provedbu komunikacijskih aktivnosti
- o Članovi upravljačkog tima odgovorni za komunikacijske aktivnosti

9. Financijski resursi

- o Proračun potreban za provedbu komunikacijskih aktivnosti (u apsolutnim iznosima i kao postotak cjelokupnog budžeta aktivnosti)

2.3.2 Proračun za komunikaciju

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

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

⁵ EK je potpisala slične sporazume i s drugim međunarodnim organizacijama, poput Svjetske banke (vidi odjeljak 3.5).

Moguće su i situacije u kojima sporazum o financiranju ili sporazum o doprinosu ne uključuju definirani iznos unutar proračuna za aktivnosti vidljivosti. U ovakvim slučajevima, i u konzultaciji s Komisijom, trebao bi se odrediti minimalni iznos od 1000€ za osnovne predmete vidljivosti (npr. naljepnice i drugi materijal vizualnog identiteta).

2.3.3 Nacrt i provedba plana

Dok sâm plan treba biti usuglašen s Komisijom, dužnosnici zemlje partnera i ostali partneri (npr. ostali donatori) možda će se trebati uvesti u proces, kako bi se osigurala komplementarnost napora.

Pri osmišljavanju komunikacijskih aktivnosti koje će se financirati u sklopu operativnog sporazuma, dužnosnici EU-a i partnerske organizacije trebaju u obzir uzeti sljedeće:

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

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

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

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

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

2.3.4 Izvještavanje

U izvještavanju prevladavaju standardni zahtjevi za izvještavanjem predviđeni odredbama specifičnih ugovora, sporazuma o financiranju i sporazuma o doprinosu. Ovi izvještaji trebaju sadržavati podatke o tijeku aktivnosti u svezi vidljivosti.

3 Međunarodne organizacije

3.1 Uvod

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

3.2 Organizacije, fondovi i programi Ujedinjenih naroda i asimiliranih entiteta (UN AFPs)⁶

3.2.1 Pozadina i postojeći okvir suradnje

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

Narav njihovog odnosa te njezin utjecaj na svrhu i način na koji se izvode aktivnosti u svezi komunikacije i vidljivosti, vidljiva je u Zajedničkom akcijskom planu za vidljivost (Joint Visibility Action Plan), kojeg su u rujnu 2006. potpisali povjerenica EK za vanjske poslove, Benita Ferrero-Waldner i zamjenik tajnika UN-a, general Mark Malloch Brown. Akcijski plan naglašava zajedničku

⁶ EK je potpisala slične sporazume i s drugim međunarodnim organizacijama, poput Svjetske banke (vidi odjeljak 3.5).

predanost komunikaciji rezultata partnerstva između UN-a i Komisije svim korisnicima i vanjskim dionicima u interesu transparentnosti pri uporabi javnih fondova, te kao sredstvo unapređivanja globalne solidarnosti.

Veza između fondova UN-a i Europske komisije uređena je Okvirnim sporazumom za financiranje i administraciju (Financial and Administrative Framework Agreement - FAFA). Ovaj Sporazum je primjenjiv na sve Glavne uprave Europske komisije kao i na sve organizacije UN-a koje su ga potpisale, i definira pravne obveze u svezi niza aspekata, uključujući i vidljivost.

Konkretno, Članak 11. FAFA-e definira pravne obveze UN-a u svezi vidljivosti. Njegov se prošireni sadržaj ponavlja u Članku 6. Općih uvjeta primjenjivih na sporazume o doprinosu Europske Zajednice s međunarodnim organizacijama.

I Članak 11. FAFA-e i Članak 6. Općih uvjeta jasno naznačuju da organizacije UN-a moraju poduzeti sve prikladne mjere kako bi publicirale činjenicu da je određena aktivnost financirana od strane Europske unije. Ovi članci također nude osnovne smjernice u svezi ciljne publike i alata vidljivosti, te definiraju ispravnu proceduru u svezi s veličinom i istaknutošću priznanja, isključenja odgovornosti na publikacijama UN-a, te u svezi sa zahtjevima za vidljivost u odnosu na opremu kupljenu doprinosom EK. Ostala poglavlja ovog priručnika sadržavaju reference na relevantne odredbe FAFA-e i sporazuma o doprinosu.

Prihvatljivi troškovi u svezi komunikacije i vidljivosti navedeni su u odjeljku 3 FAFA-e i Članku 14. Općih uvjeta.⁷

3.2.2 Operativni kriteriji primjenjivi na aktivnosti u svezi komunikacije i vidljivosti koje poduzimaju UN i EK

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

U sklopu početne faze aktivnosti, organizacija UN-a koja provodi aktivnost

⁷ http://ec.europa.eu/europeaid/work/procedures/implementation/international_organisations/annexes_standard_documents/index_en.htm

i Delegacija EK trebaju raspraviti i usuglasiti plan komunikacije i vidljivosti koji će naglasiti odgovarajuće komunikacijske aktivnosti [vidi poglavlje 2]. Po usuglašavanju, organizacija UN-a izvjestit će o provedbi plana u sklopu standardnih zahtjeva za izvještavanjem predviđenih u svakom pojedinom Sporazumu o doprinosu.

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

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

- o Visina i udio financijske potpore Komisije

Europska komisija prepoznaje činjenicu da aktivnosti vidljivosti moraju uzeti u obzir i odražavati višestranu prirodu multidonatorskih sporazuma, čak i kada naglašavaju partnerstvo s Komisijom.

U slučaju kada je doprinos Komisije dio višedonatorske aktivnosti ili je kanaliziran kroz UN-ov Trust Fund osnovan za globalne, regionalne ili inicijative široke tematike, ili tamo gdje nije, zbog razumljivih razloga, moguće ili prikladno identificirati aktivnosti financirane od strane EU, Europska komisija slaže se da će prikladna vidljivost njezinog doprinosa biti ostvarena unutar konteksta šire vidljivosti i komunikacije osmišljene za cjelokupnu inicijativu. O ovom će pitanju raspravljati organizacija UN-a i Europska komisija iz slučaja u slučaj, tijekom početne faze aktivnosti, a rezultati će biti vidljivi u Sporazumu o doprinosu.

- o Hitnost

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

osim ako nije drugačije usuglašeno među partnerima.

Treba napomenuti da, u kontekstu njihovog humanitarnog partnerstva, agencije UN-a i Komisija mogu usvojiti specifične pristupe vidljivosti i komunikaciji kako bi očuvale jasan identitet nepristranih operacija humanitarne pomoći baziranih isključivo na potrebama.

- o Narav projekta

Plan komunikacije i vidljivosti trebao bi biti prilagođen naravi projekta. Tematsko područje i geografski opseg projekta moraju definirati parametre aktivnosti vidljivosti. Primjerice, projekti u svezi koordinacije, sigurnosti i sl., najvjerojatnije neće zahtijevati veliku komponentu vidljivosti, ako ikakvu.

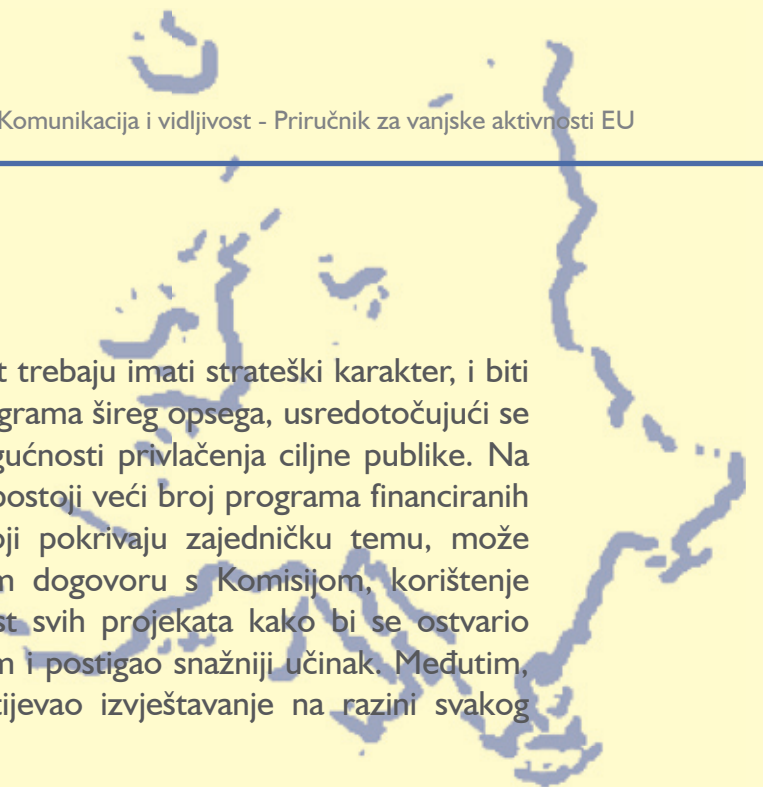
- o Ostale okolnosti

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

3.2.3 Aktivnosti u svezi komunikacije i vidljivosti

Neiscrpan popis specifičnih aktivnosti koje se, ovisno o okolnostima, mogu provoditi, nalazi se u poglavlju 4 ovog priručnika. U praksi, izbor najučinkovitijih i najprikladnijih modaliteta ovisit će o visini i udjelu financijske potpore EK, te o hitnosti, naravi i kontekstu aktivnosti kako je navedeno u odjeljku 3.3.

Osim komunikacijskih aktivnosti vezanih uz određene projekte, kada god



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

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

3.3 Grupa Svjetske banke

U slučaju Svjetske banke, naša suradnja je također poduprta snažnim političkim odredbama – Limelette procesom, godišnjim pregledom koordinacije i suradnje između Komisije i Svjetske banke koji služi i kao forum za unapređivanje suradnje. Suradnju dopunjuju i godišnje konzultacije o provedbi Okvirnog sporazuma Svjetske banke, pojednostavljenog ugovornog sporazuma čije se odredbe primjenjuju na ugovore potpisane između Komisije i Svjetske banke, koji je potpisan 2001. i revidiran 2003. Sadašnja je verzija ovog sporazuma važeća do ožujka 2009.

U lipnju 2006., povjerenica EK za vanjske poslove Benita Ferrero-Waldner i ondašnji predsjednik Svjetske banke Paul Wolfowitz, potpisali su interpretativni dokument o klauzuli o vidljivosti Okvirnog sporazuma. Ovaj dokument pokriva iste probleme kao i Akcijski plan potpisan s Ujedinjenim narodima, naročito pripremu planova za komunikaciju i vidljivost za specifične projekte, izvještavanje, a usredotočen je na ključne razvojne poruke.

Zajedničke smjernice o vidljivosti za projekte EK i Svjetske banke na terenu trenutno su u fazi finalizacije. Ovaj će priručnik biti ažuriran prikladnim referencama nakon usuglašavanja ovih smjernica.

4 Prilagodba plana komunikacije i vidljivosti projektu

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

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

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

4.1 Osnove

Prije započinjanja bilo kakve aktivnosti vezane za informiranje, komunikaciju ili vidljivost, izvođači, partneri u provedbi i međunarodne organizacije trebaju kontaktirati dužnosnika za tisak i informiranje Delegacije Europske komisije akreditiranog u njihovoj zemlji. Dužnosnik za tisak i informiranje odgovoran je za koordinaciju sveukupne komunikacijske strategije EU u državi ili državama u kojima je njegova/njezina Delegacija Komisije akreditirana. Dužnosnik za tisak i informiranje može također pružiti informaciju o pitanjima prava

intelektualnog vlasništva (autorska prava itd.). Voditelj projekta uvijek bi trebao biti uključen u kontakte s dužnosnikom za tisak i informiranje.

Izvođači, partneri u provedbi ili međunarodne organizacije moraju koristiti svoj uobičajeni listovni papir na memorandumima ili uvodnim faks porukama, no moraju dodati rečenicu «Ovaj projekt/program financira EU», kao i logo EU, u slučajevima kada pišu o temama u svezi projekta (vidi Prilog 1). Grafički identitet EU-a mora biti jednako vidljiv glede smještaja i veličine kao i onaj izvođača ili partnera u provedbi. Na međunarodne organizacije primjenjuju se specifična pravila (vidi Standardni sporazum o doprinosu, članak 6.2 Općih uvjeta):

Isključenje odgovornosti (vidi odjeljak 0) mora biti uključeno u sve publikacije.

4.2 Ostale komunikacijske aktivnosti

Ostali elementi plana za komunikaciju i vidljivost mogu uključivati:

- o Priopćenja za tisak (vidi odjeljak 4.2.1)
- o Konferencije za tisak (vidi odjeljak 4.2.2)
- o Posjete novinara (vidi odjeljak 4.2.3)
- o Letke, brošure i biltene (newslettere) (vidi odjeljak 4.2.4)
- o Web stranice (vidi odjeljak 4.2.5)
- o Panoe (vidi odjeljak 4.2.6)
- o Spomen ploče (vidi odjeljak 4.2.7)
- o Okomite zastave (banneri) (vidi odjeljak 4.2.8)
- o Vozila, materijale i opremu (vidi odjeljak 4.2.9)
- o Promotivne predmete (vidi odjeljak 4.2.10)
- o Fotografije (vidi odjeljak 4.2.11)
- o Audiovizualne produkcije (vidi odjeljak 4.2.12)
- o Javne priredbe i posjete (vidi odjeljak 4.2.13)
- o Informativne kampanje (vidi odjeljak 4.2.14)

Osnovne smjernice o ovim elementima navedene su u daljnjem tekstu. Predlošci različitih komunikacijskih proizvoda nalaze se u Prilogu 2.

4.2.1 Priopćenja za tisak

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

Kada partner u provedbi ili međunarodna organizacija izda priopćenje za tisak u kontekstu projekta, trebaju se povezati s dužnosnikom za tisak i informiranje Delegacije Europske komisije te mjerodavnim odjelom Komisije prije njegove objave. Kada pak Komisija objavljuje priopćenje za tisak, izvođač mora pružiti sve potrebne tehničke informacije koje će Delegaciji ili Komisiji omogućiti objavu.

Opće je pravilo da izvođači ne izdaju priopćenja za tisak, niti izjave za javnost ukoliko to nije odobreno od strane Delegacije Komisije. U slučaju aktivnosti provedenih u suradnji s međunarodnim organizacijama, kada EU planira izdati priopćenje za tisak koje se tiče aktivnosti, treba kontaktirati nadležnu međunarodnu organizaciju za slično odobrenje.

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

Priopćenje mora imati datum na vrhu, te također mora naznačiti kada se informacija može priopćiti. Općenito, novinari preferiraju da priopćenje mogu odmah koristiti, pa u tom slučaju «za trenutnu objavu» ('For immediate release') mora biti napisano na vrhu dokumenta. No, ponekad je prikladno odgoditi priopćenje do, npr. objave financijskih podataka. U tom se slučaju jednostavni izraz, poput npr. «Ne koristiti prije 10:00, 15. listopada» mora navesti na vrhu dokumenta ('Not to be used before 10:00 hours, 15 October').

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

Objava mora biti na jednoj A4 stranici kada god je to moguće; ako je duža,

«nastavak slijedi» mora biti vidljivo napisano u dnu svake sljedeće stranice. Na kraju dokumenta obvezatno napišite «kraj» (end).

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

4.2.2 Konferencije za tisak

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

Na samoj konferenciji za tisak mora biti izložena zastava EU ukoliko se izlažu druge zastave i simboli.

4.2.3 Posjete novinara

Grupne posjete novinara mjestima na kojima se provodi projekt nude dodatne mogućnosti za vidljivost. Takve bi posjete trebale biti pravovremeno organizirane i usredotočiti se na vidljiva postignuća. Kada je to prikladno, grupe ili novinare trebaju pratiti predstavnici Delegacije EK.

4.2.4 Letci, brošure i bilteni

Publikacije poput letaka, brošura i biltena (newslettera) mogu biti korisne pri prenošenju rezultata projekta specifičnoj publici.

- o Letci moraju sadržavati osnovne činjenične informacije kao i adrese (kao što su poštanske adrese ili web stranice) na kojima se mogu dobiti daljnje informacije;
- o Brošure mogu sadržavati detaljnije informacije, naglašavajući kontekst, uključujući i razgovore s dionicima, korisnicima itd;
- o Biltene karakterizira periodičnost objavljivanja, a objavljuju se kako bi informirali o napretku projekta. Ovo je naročito korisno za

projekte u svezi infrastrukture, programe obuke i slično, gdje se učinak aktivnosti najbolje vidi tijekom dužeg vremena.

Publikacije uvijek trebaju imati u vidu njihove krajnje korisnike, te se usredotočiti na naznačene rezultate projekta, a ne na financijske ili administrativne detalje. Tekstovi trebaju biti kratki i jednostavni, a trebaju se koristiti i fotografije gdje je to moguće za ilustraciju aktivnosti i njezinog konteksta. Ako je moguće, na fotografijama trebaju biti osobe koje sudjeluju u projektu, a ne dužnosnici odgovorni za upravljanje istim.

Općenito, sav pisani materijal mora biti dostupan i u elektroničkom obliku, tako da se može poslati e-mailom ili postaviti na web stranicu. Za materijal u papirnatom obliku, treba razmisliti o distribuciji (popisima poštanskih adresa za dostavu).

Svi letci i brošure trebaju sadržavati osnovne elemente vizualnog identiteta EU, odnosno logo EU (vidi odjeljak 0) i isključenje odgovornosti (vidi odjeljak 0) te detalje o projektu, kao i ime, adresu, telefon, fax i e-mail osobe za kontakt.

Letci i brošure koje će izraditi izvođač i/ili partner u provedbi moraju također uključivati definiciju EU (vidi Prilog 3). Nadalje, u ovakvim slučajevima, naslovna stranica mora jasno identificirati aktivnost kao dio projekta financiranog od strane EU. U donjem dijelu naslovne stranice mora biti vidljivo isključenje odgovornosti iz odjeljka 0. Gornji naslovni dio biltena mora biti dizajniran kako je prikazano u Prilogu 2 (odjeljak 4).

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

4.2.5 Web stranice

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

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

Web stranica treba se postaviti u suradnji s Delegacijom Komisije ili nadležnim dužnosnicima Ureda za suradnju Europe Aid-a (EuropeAid Co-operation Office) koji će osigurati koherentnost i omogućiti poveznice (linkove) s relevantnim stranicama Komisije.

Kao minimum, moraju se uspostaviti poveznice s web stranicama lokalne Delegacije Komisije i Ureda za suradnju Europe Aid-a na sljedeći način:

- o http://ec.europa.eu/index_en.htm (engleski)
- o http://ec.europa.eu/europeaid/index_fr.htm (francuski)
- o http://ec.europa.eu/europeaid/index_es.htm (španjolski)

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

4.2.6 Panoi

Projekti vezani uz infrastrukturu koje financira EU moraju biti jasno identificirani kao takvi pomoću panoa koji opisuju projekt. Panoi moraju biti jasno vidljivi kako bi oni koji pored njih prolaze mogli pročitati i razumijeti narav projekta. Panoi se trebaju postaviti uz prilazne pravce mjestu gdje se projekt odvija, te tu moraju ostati od početka projekta do šest mjeseci po završetku projekta.

Izvođači, partneri u provedbi ili međunarodne organizacije moraju također izraditi pano koji će promicati njihov projekt EU na izložbi ili priredbi, ili na ulazu u centar za obuku ili prijemni ured. Oblik, veličina i dimenzije panoa razlikuju se ovisno o količini informacija koje se moraju prenijeti, te o tome je li pano prijenosan ili učvršćen. Jeftini panoi mogu se izraditi od samoljepljivih slova i dobro smještenog loga EU u gornjem lijevom uglu.

Ukoliko izvođači ili partneri u provedbi smatraju prikladnim dodati logo partnerske organizacije na pano, on mora biti smješten u gornjem desnom uglu. S međunarodnim organizacijama trebaju se usuglasiti specifični dogovori.

4.2.7 Spomen ploče

Trajne spomen ploče učinkovit su način priznavanja uključenja EU u gradnju ili planiranje trajnih građevina kao što su kuće, klinike, tvornice, institucije, centri za obuku, ceste, mostovi itd.

Kao dio svečanosti otvorenja trajnih građevina podignutih financiranjem ili sufinanciranjem EU-a, izvođači, partneri u provedbi i međunarodne organizacije moraju postaviti trajnu spomen ploču na najvidljivijem dijelu građevine, kao što je glavni ulaz ili pročelje zgrade. Kada je to prikladno, spomen plača može sadržavati sljedeću rečenicu: «Ovu (ime građevine) financirala je Europska unija», te logo EU smješten ispod nje.

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

4.2.8 Okomite zastave - Banneri

Plastične ili platnene okomite zastave (banneri) slične primjeru pokazanom u Prilogu 3 (7) moraju se izraditi kada je to specificirano u komunikacijskoj strategiji projekta. Njihova predviđena svrha jest da služe kao pozadinska kulisa tijekom posebnih priredbi kao što su svečana otvorenja ili konferencije.

4.2.9 Vozila, materijali i oprema

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

Ako nije drugačije usuglašeno s Komisijom, svi materijali i oprema dostavljeni u sklopu projekta financiranog od strane EU moraju biti jasno identificirani te trebaju imati istaknut logo EU i rečenicu «Osigurano potporom EU» na radnom jeziku EU programa i na lokalnom jeziku. Sva vozila korištena u projektima s potporom EU moraju nositi natpise za vozila (vidi odjeljak 0).

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

4.2.10 Promotivni predmeti

Promotivni predmeti moraju se dijeliti kada je to specificirano u strategiji komunikacije projekta. Sve vrste promotivnih predmeta (kao npr. majice, kape i kemijske olovke) mogu izraditi partner u provedbi, izvođač ili međunarodne organizacije kao pomoćni materijal za informativne i komunikacijske aktivnosti u okviru njihovog projekta. Prije donošenja bilo kakve odluke o proizvodnji takvih predmeta, mora se savjetovati dužnosnik za tisak i informiranje pri Delegaciji EU.

Proizvedeni promotivni predmeti moraju biti jasno obilježeni logom EU, te po mogućnosti i riječima «Europska unija» i osnovnim porukama ili osnovnim izrekama. Dužnosnik za tisak i informiranje može osigurati ogledne primjerke takvih predmeta.

Na određenim promotivnim predmetima (npr. kemijskim olovkama i bannerima) gdje nije moguće uključiti osnovne poruke u cjelosti, mora se pojavljivati barem logo EU, te jedna od osnovnih poruka usuglašena s delegacijom Komisije (vidi također Prilog 2).

4.2.11 Fotografije

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

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

komunikacijskog materijala.

4.2.11.1 Odabir fotografija

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

Odabrane fotografije moraju najbolje ilustrirati rezultate i učinak projekta, te bi trebale pratiti pisane informacije o projektu. Kao i sa pisanim materijalom, sudionici u projektu trebaju biti u središtu pažnje, a ne dužnosnici koji njime upravljaju na sastancima na kojima se raspravlja o problemima i sl.

4.2.11.2 Arhivi fotografija

Općenito, treba koristiti digitalnu fotografiju kako bi se omogućilo reproduciranje na web stranice i ostali informativni materijal (za tiskani materijal, treba se koristiti minimalna rezolucija od 300 dpi).

Kopije fotografija moraju se poslati sljedećim institucijama:

- o dužnosniku za tisak i informiranje pri Delegaciji EK;
- o jedinici Europe Aid-a za informiranje, komunikaciju i izvršno poslovanje (EuropeAid Information Communication and Front Office Unit – vidi odjeljak 6 za adresu).

Kopije fotografija na pozadini moraju imati naznačeno:

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

Europska komisija ima pravo koristiti i reproducirati fotografije predane u gore navedene arhive bez plaćanja autorskih naknada.

4.2.12 Audiovizualne produkcije

Audiovizualni materijal može biti prikladan, ali budući da je njegova proizvodnja skupa, priprema se samo onda kada postoji realna šansa da će biti iskorišten u medijima.

Međutim, produkcija kratkih video uradaka može biti vrlo jednostavna, i to u svrhu korištenja na web stranicama, ili kao dio promidžbenog materijala.

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

- o dužnosniku za tisak i informiranje pri Delegaciji EK;
- o jedinici Europe Aid-a za informiranje, komunikaciju i izvršno poslovanje (EuropeAid Information, Communication and Front Office Unit) (vidi odjeljak 6 za adresu).

Ukoliko nije drugačije naznačeno u odgovarajućem ugovoru/sporazumu, izbor za objavu neobrađenog filmskog materijala mora se poslati u jedinicu Europe Aid-a za informiranje, komunikaciju i izvršno poslovanje (Europe Aid Information, Communication and Front Office Unit).

4.2.13 Javna događanja i posjete

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

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

Ovisno o okolnostima, treba iskoristiti priliku i izvjesiti zastavu EU i/ili okomite

zastave (vidi odjeljak 0) u sobama za sastanke.

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

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

4.2.14 Informativne kampanje

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

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

4.3 Vidljivost prikladna za specifične tipove projekata

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

4.3.1 Pružanje usluge nabave i opremanja

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

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

4.3.2 Projekti u svezi infrastrukture

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

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

4.3.3 Tehnička pomoć i studije

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

4.3.4 Bespovratna sredstva

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

4.3.5 Potpora proračunu

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

5 | Izvještavanje⁸

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

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

Europska komisija zahtijeva da ti izvještaji potpomažu nadgledanje i vrednovanje projekata. Ona ih također koristi u svrhu informiranja vlada u zemljama partnerima o napretku projekata EU.

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

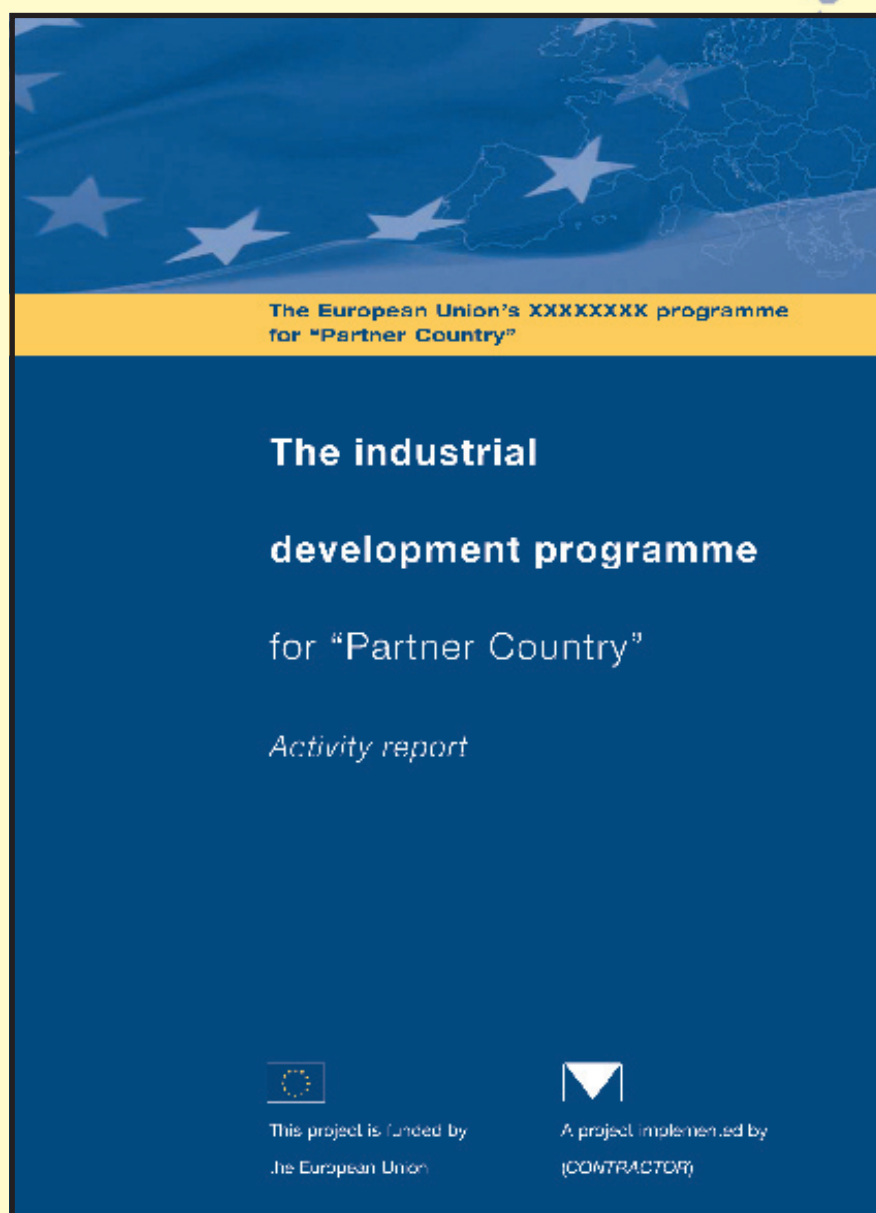
- o Početni izvještaj koji definira plan operacija ili radni plan projekta
- o Periodični izvještaji o napretku koji pokrivaju aktivnosti projekta
- o Izvještaj o završetku projekta.

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

⁸ Ovaj se odjeljak ne odnosi na međunarodne organizacije.

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

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



6 | Dodatne informacije

Ovaj priručnik sastavila je jedinica Europe Aid-a za informiranje, komunikaciju i izvršno poslovanje (Information, Communication and Front Office Unit of the EuropeAid Co-operation Office). On također sadrži i Zajedničke smjernice usuglašene s Ujedinjenim narodima.

Dodatne pojedinosti i/ili pojašnjenja mogu se dobiti od Delegacije EK akreditirane u zemlji u kojoj izvođač, partner u provedbi ili međunarodna organizacija djeluje, ili od jedinice Europe Aid-a za informiranje, komunikaciju i izvršno poslovanje (EuropeAid Co-operation Office Information, Communication and Front Office Unit) na sljedećoj adresi:

European Commission
EuropeAid Co-operation Office
Information, Communication and Front Office Unit – 04 L-41
Office 06/84
B - 1049 Brussels
Tel: + 32 (0)2 296 9497
Fax: + 32 (0)2 299 6407
E-mail: europeaid-info@ec.europa.eu
Web stranica: <http://ec.europa.eu/euro>

Prilog I

Komunikacijska matrica: Kako i kada komunicirati što i komu?

Komunikacija bi se trebala odvijati tijekom svih faza projektnog ciklusa, i treba biti pravodobna. Aktivnosti komunikacije i vidljivosti trebaju se koristiti za najavu, a onda i istovremeno s ključnim prekretnicama.

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

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

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

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

Prilog 2

Elementi vizualnog identiteta EU

1. Zastava EU

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

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

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

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

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

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

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

2. Geometrijski opis

Zastava EU u obliku je plavog pravokutnika, a dio koji vijori iznosi jedan i

pol puta dužinu kopljenog dijela zastave. 12 zlatnih zvijezda smješteno je na jednakim razmacima u nedefiniranom krugu čiji je centar točka presjeka dijagonala pravokutnika. Radijus kruga jednak je jednoj trećini visine kopljenog dijela. Svaka zvijezda ima pet krakova smještenih na obodu nedefiniranog kruga čiji je radijus jednak jednoj osamnaestini kopljenog dijela zastave. Sve su zvijezde uspravne – tj. s jednim vertikalnim krakom okrenutim prema gore, i dva kraka u ravnoj liniji pod pravim kutem s kopljem.

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

3. Boje

Zastava ima sljedeće službene boje:

- o Pantone Reflex Blue za površinu pravokutnika
- o Pantone Process Yellow za zvijezde

Izvođači, partneri u provedbi i međunarodne organizacije moraju, do daljnjeg priopćenja, koristiti boje “Pantone Process Yellow” i “Pantone Reflex Blue”.

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

4. Pozadine

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



Zastava EU može se preuzeti sa sljedeće web stranice:
http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index_en.htm

5. Izmjene i dodatci

Izvođači, partneri u provedbi i međunarodne organizacije trebaju biti svjesne činjenice da kada reproduciraju zastavu EU u biltenima i drugim grafičkim prezentacijama, ona mora biti prikazana u cijelosti, bez ikakvih izmjena i dodataka. Tako zastava EU ne smije biti prikazana kako sadržava bilo koju zastavu ili simbol druge države, donatora ili institucije. Svako se mora prikazati zasebno.

6. Isključenje odgovornosti

EU nije odgovorna za sadržaj komunikacijskog materijala pripremljenog od strane izvođača, partnera u provedbi ili međunarodnih organizacija. Oni stoga, u svojim publikacijama moraju navesti sljedeće isključenje odgovornosti:

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

7. Internetske poveznice

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

8. EU vidljivost po završetku projekta

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

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

S međunarodnim organizacijama treba usuglasiti specifične dogovore.

Prilog 3

Predlošci komunikacijskih proizvoda

Dolje prikazani predlošci obvezatni su za izvođače i partnere u provedbi. Elektroničke verzije ovih predložaka dostupne su na sljedećoj adresi: http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index_en.htm

I. Priopćenja za tisak

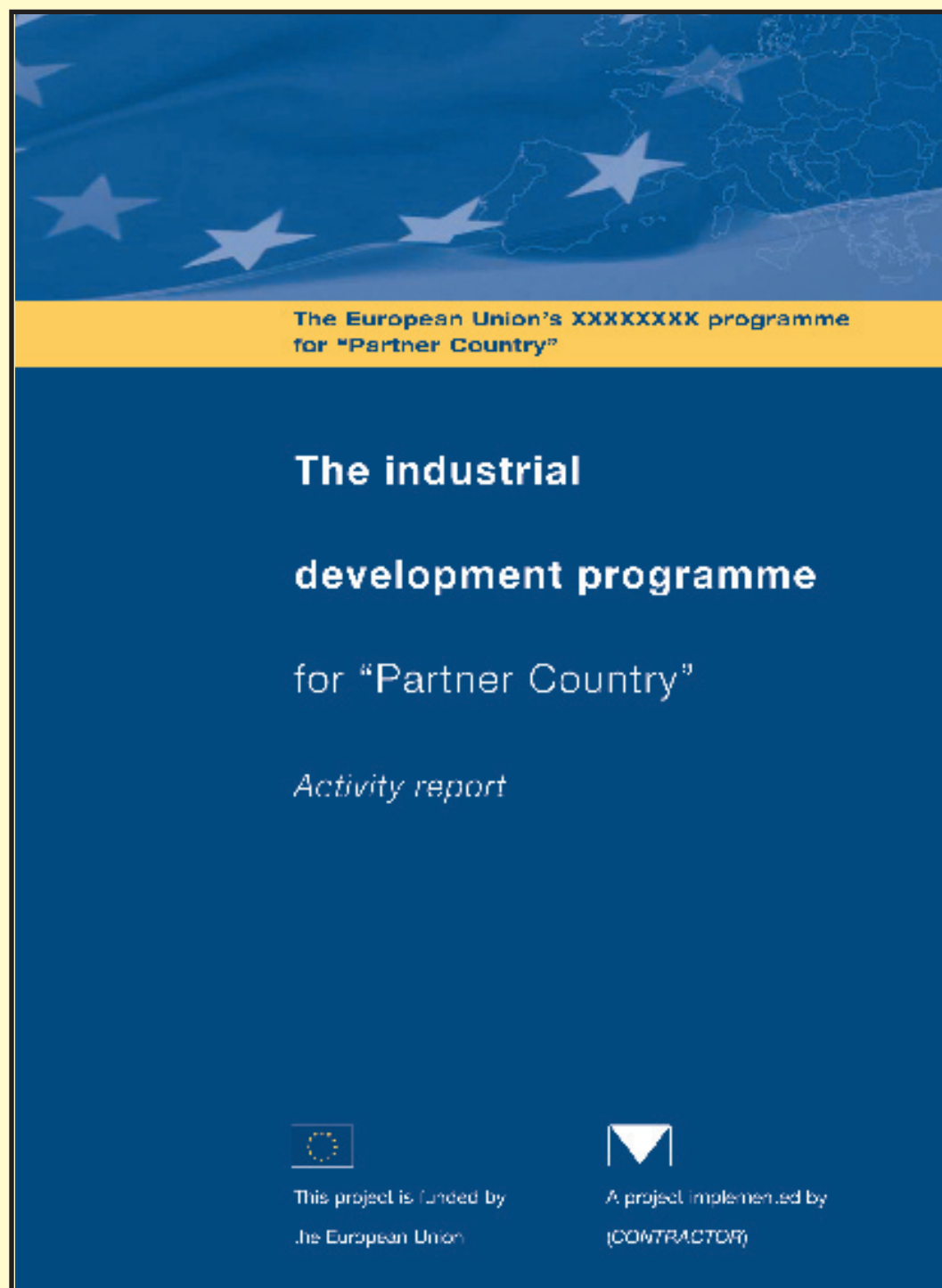


2. Letci



For more information Ms. Janez Jakiš 00354 9 250 11 100 00354 9 250 11 100 Janez.jakis@ec.europa.eu Jaki Jakiš Janez Jakiš The European Commission Representative Office in Ljubljana Ms. Marija Plesnik 00354 9 250 11 100 00354 9 250 11 100 Marija.plesnik@ec.europa.eu Jaki Plesnik Marija Plesnik This programme is implemented by providing financing represented by public funds and non-reimbursable aid from the Ministry of Economic Development.	The project is funded by the REPUBLIC OF SLOVENIA The Slovenian Government and the Ministry of Economic Development, through the Ministry of Economic Development, are financing a project of implementation of part of the European Union's Industrial Development Programme in the Republic of Slovenia. The Ministry of Economic Development is responsible for the implementation of the project. The European Commission is responsible for the implementation of the project.	 The European Union's INDUSTRIAL DEVELOPMENT PROGRAMME Industrial development programme A project implemented by (CONTRACTOR)
The Industrial Development Programme for "Partner Country" The concept The concept of the Industrial Development Programme for "Partner Country" is based on the idea of providing financial support to the industrial sector in the partner country. The concept is based on the idea of providing financial support to the industrial sector in the partner country. The concept is based on the idea of providing financial support to the industrial sector in the partner country. The concept of the Industrial Development Programme for "Partner Country" is based on the idea of providing financial support to the industrial sector in the partner country. The concept is based on the idea of providing financial support to the industrial sector in the partner country. The concept is based on the idea of providing financial support to the industrial sector in the partner country.	The objectives The objectives of the Industrial Development Programme for "Partner Country" are to provide financial support to the industrial sector in the partner country. The objectives are to provide financial support to the industrial sector in the partner country. The objectives are to provide financial support to the industrial sector in the partner country. The objectives of the Industrial Development Programme for "Partner Country" are to provide financial support to the industrial sector in the partner country. The objectives are to provide financial support to the industrial sector in the partner country. The objectives are to provide financial support to the industrial sector in the partner country. The target groups The target groups of the Industrial Development Programme for "Partner Country" are the industrial sector in the partner country. The target groups are the industrial sector in the partner country. The target groups are the industrial sector in the partner country. The target groups of the Industrial Development Programme for "Partner Country" are the industrial sector in the partner country. The target groups are the industrial sector in the partner country. The target groups are the industrial sector in the partner country.	Programme components The components of the Industrial Development Programme for "Partner Country" are the financial support to the industrial sector in the partner country. The components are the financial support to the industrial sector in the partner country. The components are the financial support to the industrial sector in the partner country. The components of the Industrial Development Programme for "Partner Country" are the financial support to the industrial sector in the partner country. The components are the financial support to the industrial sector in the partner country. The components are the financial support to the industrial sector in the partner country. 

3. Brošure



4. Bilteni (Newsletteri)



NEWSLETTER TITLE

Nº 1

A quarterly newsletter published by XXXX — a project funded by the European Union's XXXXXX programme for "Partner Country"

INFO JOB

Titel

Duis aute irure dolor ut amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut nisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolor ut amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut nisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolor ut amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut nisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolor ut amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut nisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis autem vel eum irure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore magna aliquam erat.

Duis aute irure dolor ut amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut nisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolor ut amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut nisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.



There are several different ways that you can create a newsletter. You can use a template or you can create one from scratch. You can also use a newsletter service or you can create one yourself. You can also use a newsletter service or you can create one yourself.

There are several different ways that you can create a newsletter. You can use a template or you can create one from scratch. You can also use a newsletter service or you can create one yourself. You can also use a newsletter service or you can create one yourself.

There are several different ways that you can create a newsletter. You can use a template or you can create one from scratch. You can also use a newsletter service or you can create one yourself. You can also use a newsletter service or you can create one yourself.

In this issue :

- Supporting the Property Law Implementation Plan p. 2
- Enforcing the Customs Law p. 7
- Interview with the Managing Director p. 4






This project is funded by the European Union



This project is implemented by xxxxxxxx

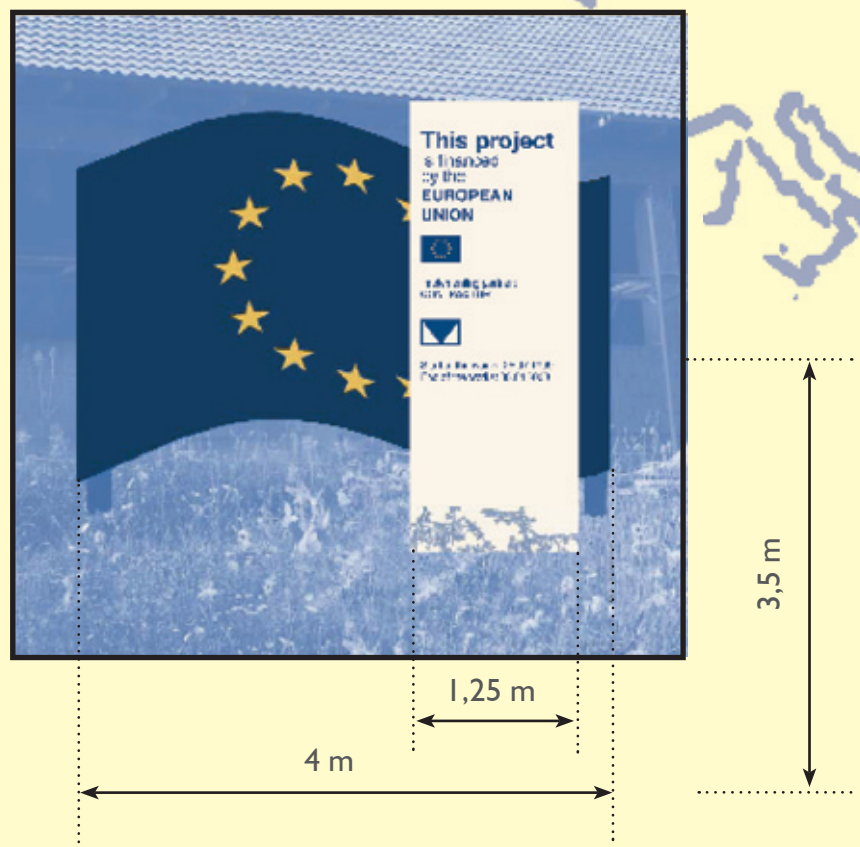
This document represents the views of the project only and does not necessarily reflect the views of the European Commission

5. Panoi



Handwriting practice lines consisting of ten horizontal yellow bars.

6. Spomen ploče



7. Okomite zastave (Banneri)



8. Natpisi za vozila



9. Promotivni predmeti



Važna napomena: Na onim promotivnim predmetima (npr. kemijskim olovkama i okomitim zastavama) na kojima nije moguće ispisati osnovne poruke u njihovoj cijelosti, moraju se pojavljivati barem logo Europske unije, te jedna od sljedećih osnovnih (ili sličnih) poruka, koje naglašavaju zemlju korisnicu i sektor na koji se potpora odnosi:

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

Prilog 4

Opisi programa i osnovne poruke

I. Osnovna poruka

Ako izvođač, partner u provedbi ili međunarodna organizacija žele uključiti osnovnu poruku EU za svoje područje u pisanu komunikaciju, kao što su priopćenja za tisak, publikacije, web stranice projekta ili elektronički informativni materijali, moraju koristiti relevantnu standardnu osnovnu poruku. Osnovna poruka EU i standardne definicije EU i njezinih institucija navedene su u daljnjem tekstu.

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

Osnovna poruka EU

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

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

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

2. Definicija Europske unije i njenih institucija

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

Europska unija - European Union

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

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

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

<http://europa.eu/>

Europska zajednica - European Community

Europske zajednice sastoje se od Europske zajednice (prethodno Europske ekonomske zajednice, prije no što je redefinirana Ugovorom iz Maastrichta 1992. godine) i Euratoma.

Ove zajednice dijele zajedničke institucije i upravljačke strukture.

Europski parlament - European Parliament

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

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

Vijeće Europske unije - Council of the European Union

Poznatije kao Vijeće ministara; specijalizirani ministri vlada svih zemalja članica sastaju se ovdje kako bi donosili odluke i razrješavali državne razlike u različitim područjima politike.

Europsko vijeće, sastavljeno od 27 šefova država ili vlada zasjeda najmanje dva puta godišnje kako bi postavili ciljeve i definirali prioritete. Svaka država članica preuzima predsjedanje naizmjenično na rok od šest mjeseci.

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

Europska komisija - European Commission

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

<http://ec.europa.eu>

Sud Europske zajednice - European Court of Justice

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

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

Europski revizorski sud - European Court of Auditors

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

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

Ostale institucije

Europska investicijska banka - European Investment Bank (EIB)

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

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

Europski gospodarski i socijalni odbor - European Economic and Social Committee (EESC)

Europski gospodarski i socijalni odbor predstavlja stavove i interese organiziranog civilnog društva prema Komisiji, Vijeću i Europskom parlamentu.

Odbor se treba savjetovati u pitanjima u svezi ekonomske i socijalne politike; on također može, samoinicijativno, davati mišljenja o drugim pitanjima koje smatra važnima.

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

Odbor regija - Committee of the Regions (COR)

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

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

Europska središnja banka - European Central Bank (ECB)

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

<http://www.ecb.eu>

VAŽNI KONTAKTI U REPUBLICI HRVATSKOJ

Središnji državni ured za razvojnu strategiju i koordinaciju fondova Europske unije,
Radnička cesta 80/V, 10 000 Zagreb; tel: 01 456 9150,

web: www.strategija.hr

strategija@strategija.hr

Ministarstvo financija/Nacionalni fond,
Katančičeva 5, 10 000 Zagreb; tel: 01 459 1083,

web: www.mfin.hr

dubravka.flinta@mfin.hr; tamara.sonje@mfin.hr

Središnja agencija za financiranje i ugovaranje,
Vukovarska 284 (objekt C), 10 000 Zagreb; tel: 01 459 1245,

web: www.safu.hr

info@safu.hr

Delegacija Europske Komisije,
Trg žrtava fašizma 6, 10000 Zagreb; tel: 01 450 0110,

web: www.delhrv.ec.europa.eu/hr

euinfocentar@euic.hr