

# Kommunikationsguide för Nord-projekt

**Interreg**  
Nord  
Europeiska regionala utvecklingsfonden



# Varför kommunikation?

- Ni gör fantastisk verksamhet! - Det behöver så många som möjligt få veta – ni arbetar inom teman som är viktiga för de allra flesta i regionen på något sätt. **TIPS! Hitta det sammanhanget och kommunicera det.**
- Ni gör fantastisk verksamhet delvis med hjälp av Interreg Nord-pengar - Visa på att pengarna gör nytta för den enskilda medborgaren. **TIPS! Hitta små berättelser och berätta dem kort- gärna med hjälp av bilder eller film. Finns bra gratisprogram online, till exempel Biteable.com.**
- Vad har hänt och vad kommer att hända? – Konkreta resultat och förväntningar gör sig fint på en infografik som dessutom är lätt att sprida. **TIPS! Finns bra gratisprogram på nätet, till exempel piktochart.com, canva.com. Behövs bara några resultat, exempel på aktiviteter och vad följande mål är.**
- Fler projekt kanske blir inspirerade eller nya samarbeten påbörjas.
- Ert projekt och effekterna av det har bättre möjligheter att leva kvar efter projektidens slut om omvärlden vet om det som gjorts.

*The two words 'information' and 'communication' are often used interchangeably, but they signify quite different things. Information is giving out; communication is getting through.*

*-Sydney J. Harris-*

EU-programmet Interreg Nord stöttar gränsöverskridande samarbete med avsikt att stärka den ekonomiska och sociala utvecklingen under perioden 2014-2020. Det övergripande målet för Nordprogrammet är att förstärka programrådets konkurrenskraft och attraktivitet. Programmet omfattar norra Sverige, norra Finland, norra Norge samt Sápmi.

Kort  
Introduktion

Siffror som gärna får vara lite överraskande men väldigt konkreta och säkra

### Interreg Nord i siffror



Här skulle man kunna presentera projektets aktiviteter, resultat eller mål

### Insatsområden och exempel på projekt



# Vad måste man tänka på?

Fundera igenom vem man vill nå och vad man vill nå ut med!

Till skillnad från bara några år tillbaka i tiden så fungerar det inte längre att man informerar och att man har en bred publik som lyssnar. Alla lider av "information overload" och det är därför som man **måste vara smart** i sin kommunikation.

Hur tar man till sig information/kommunikation då?

- **Digitalt** - Nästan 100% använder internet. Så om man vill synas måste man finnas där med ett bra material.
- Inte längre lika vanligt att sitta framför en desktop och sluka material på internet utan man **sitter oftast med sin smartphone** och vill ha snabb och säker information. Detta påverkar naturligtvis hur man måste utforma sitt kommunikationsmaterial för att någon ska lägga märke till det.
- Det som **irriterar** när man konsumerar kommunikation digitalt är **osorterad information som inte verkar korrekt**.
- Läs om vilka regler som gäller för din organisation gällande **tillgänglighet**. Mer information hittar du på:  
[www.digg.se](http://www.digg.se)  
[www.saaavutettavuusvaatimukset.fi](http://www.saaavutettavuusvaatimukset.fi)
- Bilden till vänster är en infografik gjord i gratisprogramvaran piktochart. Infografik lämpar sig mycket bra i webbpublicering till exempel!

# Vad är effektivt att kommunicera?

*För att kunna visa upp för så många som möjligt att pengarna från Interreg Nord gör nytta behöver man kunna sprida resultat som är tillräckligt konkreta och som berör.*

## Hur?

- **Bilder!** – en bild säger mer än 1000 ord (om den är bra).
- **Filmer!** – säger ännu mer och är lätta att dela.
- **Berättelser!** – hitta något som berör. Kan projektet (eller resultatet av det) hjälpa någon, har någon fått ett arbete, har något blivit mycket enklare för någon etc.
- **Infografik** - lätt att dela- lätt att förstå.

## Ta hjälp av:

- **Taggar** #interregnord
- **Lokala medier** – om de ser att det berör blir det lätt en nyhet.
- **Gratis program** på nätet: [prezi.com](http://prezi.com), [canva.com](http://canva.com), [piktochart.com](http://piktochart.com), [biteable.com](http://biteable.com).
- Våga **be andra** sprida! Få andra att prata om ert projekt (politiker, bloggare, deltagare...).
- **Använd handläggarna och infopoint!** Vi delar, publicerar och sprider gärna! Skicka alltid material om event och liknande till handläggarna också.

### *People will forget*

- Long text
- Unclear messages
- Long series of data
- Most of what you say

### *People will remember*

- Visual information
- Short, clear information
- Stories
- Personalised, meaningful content

INTERact – Communication toolkit 3.0

## Kampanjer- exempel

- **Mitt Europa – Europe in My Region** är en informationssatsning i hela EU som ger projekt möjlighet att visa sin verksamhet
- **Europeiska samarbetets dag – European cooperation day - 21 september**
- Håll ögonen öppna! Flera kampanjer brukar dyka upp årligen!



# Grafiska riktlinjer

**Logotyp:** Projekt kan välja mellan att använda denna



eller denna + texten "Europeiska unionen" och texten "Europeiska regionala utvecklingsfonden"



Någon av dessa **måste** användas i allt material som ni tar fram för att informera, genomföra och marknadsföra ert projekt (även i filmer, radio och liknande!).

Alla tillåtna varianter av logotyperna hittar ni på [Interreg Nords webbplats](#)

Då ni använder logotyperna måste ni dessutom tänka på:

- Andra logotyper som ni använder **får inte vara högre eller bredare än EU-flaggan**
- Logotypen måste vara **synlig** och tydlig så att man **kan läsa texten**
- Om ni har en hemsida ska **logotypen synas direkt** (man ska inte behöva skrolla) och den ska vara i färg (alltid på web - i största möjliga grad i övrigt)
- Om logotypen sätts på en färgad bakgrund ska en vit ram finnas runt rektangeln (dvs EU-flaggan) som är 1/25 del av rektangelns höjd.
- Runt logotypen måste det finnas **fritt utrymme** motsvarande detta:





Här kan ni exempelvis berätta kort om projektet, dess huvudmål och aktiviteter.

## Övriga informationsskyldigheter

Ni ska sätta upp minst en affisch med information om projektet:

- Affischen ska vara synlig för allmänheten, exempelvis i entrén till byggnaden ni finns i.
- Affischen måste vara i minst A3-format och det ska vara tydligt att projektet har fått stöd från EU.
- EU-emblemet med tillhörande texter ska finnas med.
- Det finns en [mall](#) för affischen som projekten kan använda.
- När ni i projektets namn träffar media ska ni alltid nämna att projektet är finansierat av Interreg Nord.



## Lite om GDPR- förordningen

Att fotografera och i synnerhet att fotografera på event har blivit lite svårare sedan den nya dataskyddsförordningen (GDPR) trädde ikraft. Alla bilder man tar där en person kan identifieras ses som insamling av personuppgift. Det finns några enkla saker man kan göra för att göra rätt ändå:

- På event/aktiviteter - se till att de som deltar på papper får bocka i att de godkänner att de kan komma att fotograferas under eventet/aktiviteten. Man kan göra detta redan i anmälningsformuläret eller på en lista när man registrerar sig då man är på plats. På större event kan det vara smart att ha olika färg på nyckelband/namnbrickor beroende på ifall man vill bli fotograferad eller inte.
- Informera om hur bilderna kommer att användas och hur länge ni kommer att spara dem. Håll koll på detta datum och ifall ni måste förlänga tillståndet så måste det göras innan tiden går ut.
- Om det är barn på bilderna så måste samtycke från föräldrarna finnas.
- Bilderna ska förvaras säkert (krypterat).
- Om man inte har fått tillstånd att dela bilderna så ska detta respekteras och tydliggöras.
- En person kan också när som helst begära att informationen om hen raderas och då ska detta göras omgående, allt inklusive raw-filer.

