

INFORMATION- OCH KOMMUNIKATIONSGUIDE

FÖR BEVILJADE UTVECKLINGSPROJEKT HOS LEADER LAPPLAND 2030



Innehåll

INLEDNING	3
INFORMATIONSKRAV.....	3
ANVÄNDNING AV EU-LOGOTYP	3
Varför visa finansieringen från EU?.....	3
Grundläggande krav för EU-logotypen.....	3
Färger	4
EU-logotypen.....	4
Skyddat område	5
Då behöver du inte använda EU-logotypen.....	5
ANVÄNDNING AV LEADER LAPPLAND 2030-LOGOTYP	5
Varför visa finansieringen från Leader Lappland 2030?	5
Grundläggande krav för Leader Lappland 2030-logotypen.....	5
Färger	5
Leader Lappland 2030-logotypen	6
Då behöver du inte använda Leader Lappland 2030s logotyp.....	6
KANALER	6
Sociala medier.....	6
Webbplats	7
Tryckt material.....	7
Muntlig information.....	7
EU-skylt.....	7
AVDRAG	7
MARKNADSFÖRING AV DITT PROJEKT	8
Ta hjälp av utvecklingskontoret	8
Håll oss informerade och uppdaterade	8
Utnyttja våra nätverk i sociala medier.....	8
Leader Lappland 2030s webb	8
Vanliga frågor och svar om lokalt ledd utveckling genom leadermetoden	9

INLEDNING

Grattis till ditt beviljade utvecklingsprojekt! Vid finansiering från EU och Leader Lappland 2030 finns det ett informationskrav som du måste förhålla dig till. Denna guide syftar i att hjälpa er göra rätt i era kommunikationsinsatser. Har ni funderingar, vänd er till utvecklingskontoret. Du som mottagare av EU-medel måste kunna visa och vara införstådd med hur du kan säkerställa tydligheten för EU:s emblem och tillhörande text om finansiering i alla skeden av ditt projekt.

INFORMATIONSKRAV

När ditt projekt tar fram informations- eller kommunikationsmaterial, ska du alltid ha med EU:s logotyp samt Leader Lappland 2030s logotyp.

Informations- eller kommunikationsmaterial kan vara en specificerad utgift i projektets budget eller producerat av en person som är verksam inom projektet. Det kan till exempel vara broschyrer, nyhetsbrev, skyltmaterial (exempelvis skyltar, beachflaggor, roll-ups) och annonser. Det kan också gälla digitala medier så som webbplatser, sociala medier, presentationer och filmer.

Logotyperna behöver inte finnas med när ni informerar om er ordinarie verksamhet. Om någon annan informerar om projektet finns det heller inga krav på innehåll eller logotyper – såvida det inte ingår i projektets budget.

Exempel: En journalist som skriver om ert projekt i en tidning är inte tvingad att publicera logotyperna. Om ert projekt däremot köper en annonsplats i samma tidning så måste logotyperna vara med.

Om du inte följer villkoren för information och logotyper blir det avdrag på stödet. Läs mer om det i stycket om avdrag.

ANVÄNDNING AV EU-LOGOTYP

Varför visa finansieringen från EU?

Att visa finansiering från EU har på senare år blivit allt viktigare. EU-kommissionen vill synliggöra att EU underlättar och möjliggör delar i människors vardag. Detta ska även motverka ifrågasättanden av EU:s nytta och gemensamma värderingar om demokrati och mänskliga rättigheter. På samma sätt som en sponsor ställer krav på att företagsnamn eller logotyper ska synas i de aktiviteter de ger stöd till, vill EU att det ska synas vad de har varit med och finansierat.

Grundläggande krav för EU-logotypen

Eftersom du är en mottagare av EU-medel har du en allmän skyldighet att kommunicera och att ge EU större synlighet. Ett viktigt krav i detta sammanhang är att EU:s logotyp ska visas på ett korrekt och tydligt sätt.

- **Tänk på storleken på logotypen**
Om andra logotyper visas tillsammans med EU:s logotyp ska EU:s vara minst lika stort som den största av de andra logotyperna. Förutom EU:s logotyp får inga andra visuella identifikationer eller logotyper användas för att dra uppmärksamheten till EU-stödet.
- **EU:s logotyp får inte ändras** eller slås samman med andra grafiska element eller texter.
- **Det är viktigt att tillräcklig kontrast säkerställs mellan EU:s logotyp och bakgrunden.**
Om man måste ha en färgad bakgrund ska flaggan omges av en vit kant med en bredd som motsvarar 1/25 av rektangelns höjd (negativ version av logotypen).

- **Den lägsta tillåtna höjden på EU:s emblem är 1 cm.** När det gäller särskilda produkter, som pennor, kan emblemet återges i en mindre storlek
- **Logotypen ska i de allra flesta fall vara i färg,** men det går att använda en svart-vit logotyp i välmotiverade fall.
- **Logotypen finns som både vertikal och horisontell version.** Du använder den version som är bäst anpassad i din layout.

Färger

EU-flaggans färger är:



EU corporate blue
C: 100 | M: 80 | Y: 0 | K: 0
R: 0 | G: 51 | B: 153
#003399



Yellow 100 %
C: 0 | M: 0 | Y: 100 | K: 0
R: 255 | G: 204 | B: 0
#FFCC00

EU-logotypen

POSITIV VERSION

(Fyrfärgstryck eller digitalt tryck)



**Medfinansieras av
Europeiska unionen**



**Medfinansieras av
Europeiska unionen**

Ladda ner logotyp

Ladda ner logotyp

NEGATIV VERSION



**Medfinansieras av
Europeiska unionen**



**Medfinansieras av
Europeiska unionen**

Ladda ner logotyp

Ladda ner logotyp

ENFÄRGSTRYCK

Om endast svart och vitt är tillgängligt.



**Medfinansieras av
Europeiska unionen**



**Medfinansieras av
Europeiska unionen**

Ladda ner logotyp

Ladda ner logotyp



Medfinansieras av
Europeiska unionen

Ladda ner logotyp



Medfinansieras av
Europeiska unionen

Ladda ner logotyp

Observera att samtliga logotyper laddas ner i png-format. Behöver du ett annat format som tex eps - hör av dig!

Skyddat område

Det skyddade området ska hållas fritt från annan text, logotyper, bilder och andra visuella element som kan konkurrera om uppmärksamheten och försämra läsbarheten



Då behöver du inte använda EU-logotypen

Material som ett projekt tar fram, men som inte innehåller någon information, behöver inte ha med EU-logotypen. Det gäller till exempel mindre reklamföremål.

ANVÄNDNING AV LEADER LAPPLAND 2030-LOGOTYP

Varför visa finansieringen från Leader Lappland 2030?

Leader Sverige tar nu ett krafttag för att bli mer synliga som finansärer på landsbygden. Vi vill vara det självklara valet när det kommer till att söka finansiering för utvecklingsprojekt på landsbygden. Men för att nå det målet måste vi synas mer. Så precis som EU, vill vi att det ska synas att vi har varit med och finansierat ditt projekt.

Grundläggande krav för Leader Lappland 2030-logotypen

- **Tänk på storleken på logotypen**
Om andra logotyper visas tillsammans med Leader Lappland 2030s logotyp ska vår vara minst lika stor som den största av de andra logotyperna. Förutom Leader Lappland 2030s logotyp får inga andra visuella identifikationer eller logotyper användas för att dra uppmärksamheten till leader-stödet.
- **Leader Lappland 2030s logotyp får inte ändras** eller slås samman med andra grafiska element eller texter.
- **Logotypen ska i de allra flesta fall vara i färg**, men det går att använda en svart-vit logotyp i välmotiverade fall. Det är viktigt att tillräcklig kontrast säkerställs mellan Leader Lappland 2030s logotyp och bakgrunden. Du använder den version som är bäst anpassad i din layout.

Färger

Leader Lappland 2030s färg är:



Leader standardgrön
C: 40 | M: 10 | Y: 60 | K: 0
R: 172 | G: 194 | B: 128
#ACC280

Leader Lapland 2030-logotypen

POSITIV VERSION



Ladda ner logotyp

NEGATIV VERSION



Ladda ner logotyp

ENFÄRGSTRYCK



Ladda ner logotyp



Ladda ner logotyp

Observera att samtliga logotyper laddas ner i png-format. Behöver du ett annat format som tex eps - hör av dig!

Då behöver du inte använda Leader Lapland 2030s logotyp

Material som ett projekt tar fram, men som inte innehåller någon information, behöver inte ha med Leader Lapland 2030s logotyp. Det gäller till exempel mindre reklamföremål. Fråga utvecklingskontoret om föremålet du ska ta fram behöver logotyp eller inte.

KANALER

Sociala medier

EU-logotypen och Leader Lapland 2030s logotyp ska finnas i färg i de sociala medier som innehåller information om projektet eller investeringen. Det ska också finnas en kort beskrivning av projektet.

Du ska berätta om:

- syftet med insatsen
- vilket resultat den har lett till
- att investeringen eller projektet delvis har finansierats av EU och Leader Lapland 2030.

Att ha med information om projekt samt logotyper i sociala medier kan vara svårt, beroende på hur plattformen är uppbyggd. Därför är kravet på logotyper begränsat till Facebook. Övriga sociala medier är undantagna från logotyp-kravet.

Facebooksidor som är skapade av projektet och drivs av projektets personal eller som används för att sprida information om projektet under projekttiden ska ha samtliga logotyper på synlig plats, skilda från flödet, lämpligen i omslagsbild.

På en Facebooksida går det att ange information under "Om" och "Mer info", där kan du lämpligen skriva "Projektet finansieras med stöd från EU och Leader Lapland 2030." Uppge då också länken till Leader Lapland 2030s webbplats www.leaderlapland.se

Webbplats

Har ni en webbplats med information om er verksamhet ska någon av webbplatsens sidor innehålla en beskrivning av projektet samt de två logotyperna (i färg).

Du ska berätta om:

- syftet med insatsen
- vilket resultat den har lett till
- att investeringen eller projektet delvis har finansierats av EU och Leader Lappland 2030.

Uppge också länken till Leader Lappland 2030s webbplats www.leaderlappland.se

Om ni anger en länk till den webbsida som ovanstående information och logotyp finns på när ni ansöker om utbetalning så går handläggningen lite snabbare.

Produkt- och marknadsföringsplattformar som ni inte kontrollerar men där projektets produkter presenteras behöver inte ha med logotyper. Exempel på sådana plattformar kan vara turistdestinationers marknadsföringssidor eller andra produktförmedlingssidor. Ett annat exempel är redaktionell text. Observera att detta inte gäller om ni betalar för medverkan på en plattform, då ska logotyperna finnas med.

Hur länge logotyperna ska finnas på er webb beror på om projektet omfattas av femårsregeln. Vad som gäller för er framgår i ert beslut om stöd från Jordbruksverket

Tryckt material

Alla handlingar som rör genomförandet av ert projekt eller som är avsedda för allmänheten eller projektdeltagare ska innehålla information om att projektet fått finansiering från EU och Leader Lappland 2030. Det kan t.ex. vara inbjudningar, program, broschyrer, affischer och dylikt.

Om ni tar fram information i bokform ska logotyperna sitta på titelsidan. En bok har vanligtvis en titelsida, vilket är sida nummer två eller tre i boken där titel, författare och annan information brukar stå. Om boken inte har en titelsida ska logotyperna placeras på framsidan

Muntlig information

Till media och vid arrangemang ska ni informera om finansieringen. Ni kan till exempel säga: Det här leaderprojektet kan genomföras tack vare finansiering från EU och Leader Lappland 2030.

EU-skylt

I vissa fall ska du även sätta upp en skylt som visar var pengarna kommer ifrån. I så fall kommer myndigheten som beslutar om ditt stöd att beställa en skylt eller affisch som skickas hem till dig. Hur länge skylten ska sitta uppe beror på om projektet omfattas av femårsregeln. Vad som gäller för er framgår i ert beslut om stöd från Jordbruksverket

AVDRAG

Om det vid redovisning eller kontroller upptäcks att ni inte har följt informationskraven, kan det bli aktuellt att göra avdrag. Vanligtvis ligger avdraget på två procent av stödbeloppet. Det kan också bli fråga om återkrav av redan utbetalt stöd.

MARKNADSFÖRING AV DITT PROJEKT

Ta hjälp av utvecklingskontoret

Via personalen hos Leader Lappland 2030 kan ni bl.a. få hjälp med:

- Korrekt användning av logotyper
- Framtagning av egen enklare grafisk profil för projektet
- Hjälp med bilder, logotyper och grafik
- Pressmeddelanden
- Spridning av nyheter, aktiviteter, evenemang och resultat

Håll oss informerade och uppdaterade

Leader Lappland 2030 är måna om att synliggöra alla projekt samt projektens utveckling och aktiviteter. Vi på utvecklingskontoret blir dessutom ofta kontaktade av personer eller media som eftersöker information om eller kontaktuppgifter till de olika utvecklingsprojekten i vårt område.

Ta därför för vana och ha som rutin att skicka en kopia på alla era nyhetsbrev, inbjudningar, och pressmeddelanden till Leader Lappland 2030s utvecklingskontor.

Delge oss även löpande information om nyheter, kommande aktiviteter, publicerade nyhetsartiklar och fotografier som vi får lov att använda oss av.

Utnyttja våra nätverk i sociala medier

Om ni använder er av facebook i ert projekt kan ni med fördel inkludera och nyttja våra kanaler via @leaderlappland

Nedanstående hashtags som vi, men även andra leaderområden, använder oss av sig kan vara bra att memorera och tagga inläggen med:

#leadermetoden
#lokaltleddutveckling
#lokalutveckling
#leaderlappland

Leader Lappland 2030s webb

På Leader Lappland 2030s webbplats hittar ni som bekant mycket information och stödmaterial som ni behöver i genomförandet av ert projekt.

Men webbplatsen används också för marknadsföring av vårt leaderområden och av våra projekt. Varje beviljat leaderprojekt får en egen sida som främst innehåller information om projektet syfte och mål samt kontaktuppgifter och länkar till projektets egna plattformar. Efter projektets slut publiceras även några rader om resultatet upp här. Skicka gärna bilder från ert projekt som vi kan använda på vår webbplats när vi presenterar ditt projekt.

Webbplatsen har även en kartfunktion som visar samtliga leaderprojekt i vårt område, vilken kan vara bra att känna till om ni vill se eller visa på spridningen av projekten.

Vanliga frågor och svar om lokalt ledd utveckling genom leadermetoden

Det kan kännas svårt och krångligt att förklara vad lokalt ledd utveckling genom leadermetoden är för något och kanske även hur ert projekt finansieras. Därför tar vi här upp några frågor som ni kan tänkas få, följt av förslag på hur ni kan svara.

Vad är leader?

Leader är en förkortning av ett franskt ord som på svenska betyder ” samordnade aktiviteter för ekonomisk utveckling på landsbygden”.

Vad innebär leadermetoden?

Leadermetoden innebär att det är de som bor och verkar i ett område som ska driva och påverka utvecklingen. Det innebär att skapa en samsyn mellan människor och organisationer kring utvecklingen i ett område i form av tillväxt, arbetstillfällen, företagande och livskvalitet.

Kännetecknande för leadermetoden är:

- ☞ Underifrånperspektivet
- ☞ Lokal kunskap
- ☞ Samarbete
- ☞ Treparterskapet
- ☞ Nyttänkande
- ☞ Lokalt fattade beslut

Hur länge har leadermetoden funnits?

Leadermetoden introducerades 1991 som ett verktyg inom EU för att skapa lokalt engagemang och inflytande och för att öka samarbetet mellan privat, offentlig och ideell sektor. När Sverige gick med i EU blev det under 1996 möjligt att bilda så kallade leaderområden även i Sverige. Leader Lappland 2030s åtta kommuner har varit ett leaderområde i tre programperioder: mellan 2007-2013, 2014-2020 nu 2023-2027.

Det finns idag närmre 2 500 leaderområden i Europa, varav 40 finns i Sverige.

Vad utmärker ett leaderprojekt?

Ett leaderprojekt bygger på leadermetoden men ska också bidra till att målen i den lokala utvecklingsstrategin uppnås. Ett leaderprojekts förväntade resultat ska också vara till bred nytta, det vill säga innebära förbättringar och/eller utveckling för fler än de som genomför själva projektet. Var kommer pengarna ifrån?

Leader Lappland 2030 finansieras med medel från EU, stat, region och medverkande kommuner. Leaderområdet, som innefattar kommunerna Arjeplog, Arvidsjaur, Dorotea, Lycksele, Sorsele, Storuman. Vilhelmina och Åsele arbetar med stöd från jordbruksfonden för Landsbygdsutveckling.

Varför väljer EU att satsa på just leadermetoden?

Lokalt ledd utveckling genom leadermetoden är ett verktyg för att nå målen i Europa 2020, EU:s 10-årsstrategi för tillväxt, jobb och välbefinnande i Europa. Leadermetoden är ett framgångsrikt sätt att bedriva utvecklingsarbete på, då metoden innebär att allt arbete utgår från lokala förutsättningar och lokala initiativ. Ett gemensamt ansvar för lokalsamhället, där samarbetet mellan offentlig, privat och ideell sektor står i fokus, skapar en bra grund för långsiktig och hållbar utveckling.