

Atveseļošanas fonda komunikācijas un dizaina vadlīnijas

Izstrādātas Eiropas Komisijas projekta ietvaros “Komunikācijas spēju stiprināšana par Atveseļošanas un noturības mehānisma plāna priekšrocībām” (*“Building Capacities for Effective Communication of the Benefits of the Recovery and Resilience Plans”*)

2024. GADS



Finansē
Eiropas Savienība
NextGenerationEU

2027
Nacionālais
attīstības plans



Finanšu ministrija

Šis dokuments ir tapis ar Eiropas Savienības finansiālu atbalstu. Par tā saturu atbild tikai autors(-i). Materiālā paustais neatspoguļo Eiropas Savienības oficiālo viedokli. Projekts ir finansēts ar Eiropas Savienības līdzekļiem, izmantojot Tehniskā atbalsta instrumentu, ko pārvalda Eiropas Komisijas Strukturālo reformu atbalsta ģenerāldirektorāts. Vadlīnijas ir sagatavotas 2024. gada aprīlī saskaņā ar EK līgumu Nr. REFORM/2021/OP/0006-07 – PWC. Tās ir tapušas kā daļa no projekta “Komunikācijas spēju stiprināšana par Atveseļošanas un noturības mehānisma plāna priekšrocībām” (*“Building Capacities for Effective Communication of the Benefits of the Recovery and Resilience Plans”*).

© Eiropas Savienība, 2024. gads



Eiropas Komisijas dokumentu atkalizmantošanas politiku īsteno, pamatojoties uz Komisijas Lēmumu 2011/833/ES (2011. gada 12. decembris) par Komisijas dokumentu atkalizmantošanu (OV L 330, 14.12.2011., 39. lpp. – <https://eurlex.europa.eu/eli/dec/2011/833/oj>).

Ja vien nav norādīts citādi, šo dokumentu atkalizmantojot atļauts ar Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) licenci (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). Tas nozīmē, ka ir atļauta atkalizmantošana ar pienācīgu atsaukšanos uz dokumentu un norādēm uz grozījumiem.

Strukturālo reformu atbalsta ģenerāldirektorāts

REFORM@ec.europa.eu

+32 2 299 11 11 (Komisijas centrāle)

Eiropas Komisija

Rue de la Loi 170 / Wetstraat 170

1049 Brisele, Beļģija

Satura rādītājs

Saīsinājumi un to skaidrojumi	4
Ievads	5
Kam šīs vadlīnijas ir paredzētas?	6
Kā komunikācijā iesaistītās puses var izmantot šīs vadlīnijas?	7
1. AF atpazīstamības veicināšana	8
1.1 Vispārējā pieeja AF komunikācijā Latvijā	9
1.2 Padomi un praktiski ieteikumi, kā informēt par AF Latvijā	12
1.3 AF darbības virzieni Latvijā	14
2. AF komunikācijas vadlīnijas	17
2.1 ES obligātās prasības	18
2.2 AF vizuālā identitāte, tās elementi un lietojums Latvijā	19
2.2.1 Logo	20
2.2.2 Burtveidols	25
2.2.3 Krāsas	26
2.2.4 Simbols – vējdzirnavas	28
2.2.5 Foto un ikonas	30
2.2.6 Prasības dažādām iesaistītajām pusēm	31
2.3 Vizuālās identitātes izvietojums	33
2.3.1 Digitālā komunikācija	34
2.3.2 Obligātie fiziskie elementi – stendi, plāksnes, plakāti	50
2.3.3 Pasākumi	60
3. Ieinteresēto pušu iesaistīšana AF plāna komunikācijā	65
3.1 Ieinteresēto pušu lomas un pienākumi	66
3.2 Padomi un praktiski ieteikumi, kā iesaistīt dažādas ieinteresētās puses AF plāna komunikācijā	67
Noderīgi	70
Pielikumi	71

Saīsinājumi un to skaidrojumi

SAĪSINĀJUMS

SKAIDROJUMS

AF	Atveseļošanas fonds
ANM	Atveseļošanas un noturības mehānisms
EK	Eiropas Komisija
EP	Eiropas Parlaments
ES	Eiropas Savienība
FM	Finanšu ministrija
FS	AF finansējuma saņēmēji
I	AF vadībā iesaistītās iestādes
K	AF koordinējošā iestāde
LLPA	Latvijas Lielo pilsētu asociācija
LPS	Latvijas Pašvaldību savienība
NAP	Nacionālās attīstības plāns
NVO	Nevalstiska organizācija
S	Sabiedrība

Ievads

Atveseļošanas un noturības mehānisms (ANM), ko Latvijā vienkāršoti sauc par Atveseļošanas fondu (AF), ir Eiropas Savienības (ES) pagaidu instruments un atveseļošanas plāna NextGenerationEU centrālais elements, lai palīdzētu ES dalībvalstīm atgūties no Covid-19 pandēmijas un ekonomiskā un sociālā sloga Krievijas karadarbības dēļ Ukrainā, kā arī lai palīdzētu visai ES kļūt spēcīgākai un noturīgākai. AF piešķir 723,8 miljardus EUR, lai atbalstītu dalībvalstu ekonomisko un sociālo noturību, veicot ilgtspējīgas, izaugsmi veicinošas reformas un investīcijas. Latvijas tautsaimniecībā līdz 2026. gada beigām no AF paredzēts investēt 1,97 miljardus eiro.

Skaidrai un efektīvai komunikācijai ir būtiska nozīme veiksmīgā AF īstenošanā. Tā kalpo kā līdzeklis, lai parādītu, cik nozīmīgi AF ietekmē cilvēku dzīvi. Komunikācijas aktivitāšu mērķis ir izcelt AF iespējas un parādīt rezultātus, kas sasniegti, sadarbojoties visām iesaistītajām pusēm.

Šīs vadlīnijas sniedz skaidrus norādījumus AF komunikācijai, piedāvā efektīvas komunikācijas padomus un komunikācijas veidnes, ko var viegli lietot komunikācijā iesaistītās puses. Vadlīnijas ir pielāgotas komunikācijai par AF Latvijā un palīdz korekti un pilnvērtīgi ievērot AF komunikācijas prasības ikdienas komunikācijas aktivitātēs.

Nemot vērā to, ka ES dalībvalstu reformas un investīcijas AF finansē līdz 2026. gada 31. decembrim, vadlīnijas var tikt regulāri pilnveidotas.



Kam šīs vadlīnijas ir paredzētas?

AF kontekstā ir ļoti svarīgi īstenot vienotu komunikācijas pieeju, tāpēc šīs vadlīnijas ir izveidotas ikvienam, kurš uzrauga vai īsteno komunikācijas aktivitātes par AF Latvijā.

Vadlīnijas ir īpaši veidotas šādām struktūrām:

1. K

AF koordinējošā iestāde:

Finanšu ministrija (FM), kura veic AF plāna koordinatora funkcijas.

2. I

AF vadībā iesaistītās iestādes:

atbildīgās nozaru ministrijas un Valsts kanceleja, Centrālā finanšu un līgumu aģentūra, Lauku atbalsta dienests, revīzijas iestāde, iepirkumu uzraudzības birojs.

3. FS

AF finansējuma saņēmēji:

fiziska vai juridiska persona, tai skaitā tiešās vai pastarpinātās pārvaldes iestādes, atvasināta publiska persona vai cita valsts iestāde, kura atbilstoši AF plāna īstenošanai un uzraudzību regulējošajiem tiesību aktiem saņem ES AF finansējumu.

4. S

Sabiedrība:

jebkura persona. Nolūkā nodrošināt informācijas apriti par ES politikas mērķiem, prioritātēm, ieviešanas gaitu un sasniegtajiem rezultātiem.



Kā komunikācijā iesaistītās puses var izmantot šīs vadlīnijas?

Vadlīnijas ir izstrādātas, lai veidotu un stiprinātu vienotu komunikācijas pieeju par AF Latvijā neatkarīgi no komunikācijas aktivitāšu īstenotāja. To mērķis ir panākt vienotu komunikācijas pieeju un veidot vienotu AF tēlu, stiprināt komunikācijā iesaistīto pušu sadarbību un sniegt nepieciešamos norādījumus, lai novērstu neskaidrības un sarežģījumus AF komunikācijā.

Šīs vadlīnijas:

➤ **Apkopo** ES un Latvijas komunikācijas prasības, kuras jāievēro, veidojot komunikācijas materiālus un īstenojot komunikācijas aktivitātes par AF Latvijā

➤ **Piedāvā** praktiskus padomus un ieteikumus, lai uzlabotu komunikācijas aktivitāšu ietekmi un rezultātus

➤ **Nodrošina** praktiski izmantojamas komunikācijas veidnes un ieteikumus kvalitatīvu komunikācijas materiālu izstrādē



1.

AF atpazīstamības veicināšana

1.1

Vispārējā pieeja AF komunikācijā Latvijā

1.2

**Padomi un praktiski ieteikumi, kā informēt
par AF Latvijā**

1.3

AF darbības virzieni Latvijā

1.1

Vispārējā pieeja AF komunikācijā Latvijā

1.1.1 AF nosaukums

ANM ir jauna, EK centralizēti pārvaldīta budžeta programma, kas tika izveidota papildus 2021.–2027. gada plānošanas perioda ES daudzgadu budžetam kā koordinēta ES reakcija Covid-19 krīzei. ANM paredz nozīmīgas investīcijas, vienlaikus ES dalībvalstīm īstenojot strukturālās reformas, kas saistītas ar pāreju uz zaļo un digitālo ekonomiku, kā arī Covid-19 krīzes radītās sociālās un ekonomiskās ietekmes mazināšanu un Eiropas ekonomikas noturības stimulēšanu ilgtermiņā. Lai saņemtu finansējumu, Latvija ir izstrādājusi un EK apstiprinājusi Latvijas [ANM plānu](#), kas nosaka konkrētas līdz 2026. gada augustam īstenojamās investīcijas un reformas.

Lai izvairītos no nepareiza nosaukumu lietojuma un korekti nodotu plašākai sabiedrībai informāciju par ANM, kā arī lai atvieglotu un uzlabotu komunikāciju par ANM investīcijām, reformām un ieguvumiem, Latvijā komunikācijā ar mērķauditorijām tiek izmantots nosaukums ATVESEĻOŠANAS FONDS (AF) un attiecīgi ATVESEĻOŠANAS FONDA PLĀNS (runājot par [Latvijas Atveseļošanas un noturības mehānisma plānu](#)).

**Atveseļošanas un noturības mehānisms
(ANM) Latvijā**



**ATVESEĻOŠANAS FONDS
(AF)**

**Latvijas Atveseļošanas
un noturības mehānisma plāns**



**ATVESEĻOŠANAS FONDA PLĀNS
(AF plāns)**

1.1.2

Darbības virzieni un to nosaukumi

AF regulējumā (Eiropā) noteikti seši pīlāri jeb darbības virzieni:

- (1) Zaļā pāreja;
- (2) Digitālā transformācija;
- (3) Gudra, ilgtspējīga un iekļaujoša izaugsme;
- (4) Sociālā un teritoriālā kohēzija;
- (5) Veselība un ekonomiskā, sociālā un institucionālā noturība;
- (6) Nākamās paaudzes, bērnu un jauniešu politika.

Latvija AF plāna īstenošanai ir izvēlējusies un AF plānā definējusi 6 komponentes:

- (1) Klimata pārmaiņas un ilgtspēja;
- (2) Digitālā transformācija;
- (3) Nevienlīdzības mazināšana;
- (4) Ekonomikas transformācija un produktivitātes reforma;
- (5) Veselība;
- (6) Likuma vara.

Latvijas AF plāna struktūra, kā arī komponentu saturs kopumā sniedz tiešu atbalstu AF regulējumā (Eiropā) noteiktajiem 6 pīlāriem, un vairākas Latvijas AF plāna komponentes precīzi atbilst konkrētos pīlāros identificētajiem izaicinājumiem, bet atsevišķiem pīlāriem pienesumu sniedz vairākas plāna komponentes. Tāpēc tiešā veidā katru AF regulējuma (Eiropā) pīlāru sasaistīt ar Latvijas AF plāna komponentēm nav iespējams.

Komunikācijā AF plānā lietotā definējuma KOMPONENTES vietā tiek izmantots formulējums AF DARBĪBAS VIRZIENI un daži nosaukumi tiek saīsināti un vienkāršoti:

AF PLĀNS

Komponentes

Klimata pārmaiņas un ilgtspēja*

Digitālā transformācija

Nevienlīdzības mazināšana

Ekonomikas transformācija un produktivitātes reforma

Veselība

Likuma vara

>> KOMUNIKĀCIJA

Darbības virzieni

Klimats un enerģētika (tai skaitā REPowerEU)

Digitālā transformācija

Nevienlīdzības mazināšana

Ekonomikas transformācija

Veselība

Likuma vara

* 2022. gada pavasarī, reaģējot uz izaicinājumiem, ko izraisīja Krievijas iebrukums Ukrainā, EK nāca klajā ar plānu REPowerEU, ar kuru tiek papildināts AF plāns un kurā viens no galvenajiem mērķiem ir panākt Eiropas neatkarību no Krievijas energoresursu importa. Komunikācijā tam netiek definēts jauns darbības virziens, bet, ņemot vērā tā mērķu sakritību ar Klimata un enerģētikas darbības virzienu, tie apvienoti vienā.

2021.–2027. gada periodam Latvija ir izstrādājusi komunikācijas stratēģiju¹, kas paredz vienotu pieeju komunikācijai par ES fondiem, ietverot:

- ES kohēzijas politiku (tostarp pārrobežu programmas)
- Kopējās zivsaimniecības politikas fondu darbības programmas
- Kopējās Latvijas lauksaimniecības politikas stratēģiskos plānus
- AF

AF plāna komunikācijai jāaskan ar vispārējo pieeju, ES fondu komunikācijā īpašu uzmanību pievēršot šādu AF plāna komunikācijai izvirzīto mērķu sasniegšanai:

Virsmērķis:

Veicināt AF atpazīstamību un sabiedrības izpratni par AF mērķiem gan valsts ekonomikas atveseļošanā pēc pandēmijas izraisītās krīzes, gan Latvijas enerģētiskās neatkarības stiprināšanā no Krievijas energoresursu importa, gan Latvijas pārejā uz digitālu un klimatam draudzīgu ekonomiku.

Apakšmērķi:

- Informēt plašāku sabiedrību un veicināt tās izpratni par AF plānā noteikto investīciju projektu un strukturālo reformu nozīmi mērķu sasniegšanā šādos Latvijai izvēlētos virzienos:
 - 1.1. Klimata pārmaiņās un vides ilgtspēja;
 - 1.2. Digitālajā transformācijā;
 - 1.3. Nevienlīdzības mazināšana;
 - 1.4. Ekonomikas transformācija un produktivitāte;
 - 1.5. Veselība;
 - 1.6. Likuma varas, tai skaitā ekonomisko noziegumu izmeklēšanas, kapacitātes stiprināšana.
- Īpaši izcelt un vērst pastiprinātu sabiedrības uzmanību uz investīciju projektiem/reformu pasākumiem, kuri AF plānā identificēti kā Latvijai stratēģiski svarīgi.
- Nodrošināt savlaicīgu, skaidru un saprotamu informāciju potenciālajiem AF projektu īstenotājiem un finansējuma saņēmējiem.
- Veicināt atklātību par AF investīcijām un reformu pasākumiem, nodrošinot procesa caurskatāmību un izsekojamību.
- Sekmēt sadarbību starp AF vadībā iesaistītajām iestādēm, informācijas starpniekiem un informācijas partneriem.

¹ Finanšu ministrija, "Komunikācijas stratēģija Eiropas Savienības fondiem 2021.–2027. gada plānošanas periodam un Atveseļošanas fondam LATVIJĀ" (2021).
Pieejams tīmekļvietnē esfondi.lv sadaļā Normatīvie akti un dokumenti > Atveseļošanas fonds > Vadlīnijas un skaidrojumi > Komunikācijas prasības

1.2

Padomi un praktiski ieteikumi, kā informēt par AF Latvijā



Ievērojiet korektus Latvijas komunikācijai definētos nosaukumus! (Skatīt 1.1 un 1.3 nodaļu)

Šo nosaukumu lietošana ir būtiska, lai veidotu vienotu un saskaņotu AF tēlu Latvijā, kā arī lai neradītu apjukumu.

Atvēršanas fonds

Atvēršanas fonda plāns

Darbības virzieni:

- Klimats un enerģētika (tai skaitā REPowerEU)
- Digitālā transformācija
- Nevienlīdzības mazināšana
- Ekonomikas transformācija
- Veselība
- Likuma vara



Ievērojiet ES un Latvijas vizuālās identitātes prasības AF komunikācijā! (Skatīt vadlīniju 2. nodaļu)

Šo prasību ievērošana ir būtiska, lai veidotu vienotu, saskaņotu un atpazīstamu AF tēlu Latvijā, kā arī lai izpildītu visas normatīvo aktu un regulējumu prasības.



Izmantojiet sagatavotās AF komunikācijas materiālu veidnes, pielāgojot tās savām vajadzībām! (Skatīt vadlīniju pielikumus)

Šajās vadlīnijās ir biežāk izmantoto komunikācijas materiālu veidnes, kas izstrādātas, lai palīdzētu kvalitatīvi un saskaņoti informēt par AF Latvijā. Šīs veidnes palīdzēs ieturēt vienotu komunikācijas stilu un radīt vienotu AF tēlu, tajā pašā laikā ļaujot integrēt katras iestādes vizuālos elementus.



Izceliet stratēģiski svarīgās aktivitātes/reformu virzienus un informējiet par tiem tam paredzētajā veidā!

2021.–2027. gada plānošanas periodā ES fondu komunikācijā īpašs uzsvars tiek likts uz AF plānā identificētajiem stratēģiski svarīgajiem projektiem un reformu pasākumiem. (Skatīt 1. pielikumu.) Uz tiem attiecināmas visas AF komunikācijas prasības un papildus tām stratēģiski svarīgo projektu īstenošanai:

- izstrādā komunikācijas plānu, ko iesniedz atbildīgajai ministrijai. Tā ieviešanas izmaksas iekļauj projekta budžetā;
- nodrošina vismaz vienu plašāka mēroga publicitātes pasākumu mediju intereses un sabiedrības uzmanības piesaistīšanai;
- cieši sadarbojas ar atbildīgo ministriju, AF koordinējošo iestādi un EK pārstāvniecību Latvijā.



Informējiet arī par citām aktivitātēm un reformu virzieniem!

Lai veicinātu izpratni par AF kopumā un atklātu tā atbalsta daudzveidību, iekļaujiet komunikācijā arī citas AF aktivitātes un atbalstītos projektus.



Ievērojiet regularitāti un izceliet dažādus projektu un reformu posmus!

Informējiet par AF progresu kopumā, stāstot gan par plāniem, ja arī tie vēl ir vispārīgi, gan par norises posmiem un rezultātiem. Pastāstiet par plānoto pirms programmu atvēršanas, lai nodrošinātu savlaicīgu informācijas apriti, kā arī informējiet par progresu.



Nododiet informāciju vienkāršā, plašākai sabiedrībai saprotamā valodā!

Vairieties no sarežģītiem formulējumiem un sarežģītus projektu nosaukumus papildiniet ar plašākai sabiedrībai saprotamiem skaidrojumiem.



Uzsveriet komunikācijā ieguvumus konkrētām mērķa grupām un plašākai sabiedrībai, kur iespējams, lietojot praktiskus piemērus!

Gan stāstot par AF kopumā vai kādu darbības virzienu, gan par konkrētām aktivitātēm, vienmēr izceliet to ieguvumus. Formulējiet tos pēc iespējas praktiskāk un saprotamāk, piemēram, minot kvantitatīvus ieguvumus vai pastāstot, kas mainīsies noteiktām mērķa grupām vai plašākai sabiedrībai kopumā (kur iespējams).

PIEMĒRS: Energoefektivitātes uzlabošana valsts sektora ēkās, t.sk. vēsturiskos namos, dzīvojamās ēkās un uzņēmumos ļaus samazināt to uzturēšanai veltāmos valsts budžeta līdzekļus.

PIEMĒRS: Rīgas metropoles areāla transporta sistēmas zaļināšanas projektā tiks izbūvēti pieci jauni veloceļi un ieviesti dabai draudzīgāki transportlīdzekļi, kas ilgtermiņā uzlabos gaisa kvalitāti.



Izmantojiet cilvēku un uzņēmumu pieredzes stāstus!

Stāstiet par konkrētiem uzņēmumiem, kas saņēmuši atbalstu vai piedalījušies kādā AF aktivitātē, izceļot praktisko ieguvumu un rezultātus, kā arī par cilvēkiem, kuri saskārušies ar AF darbības rezultātiem vai arī bijuši iesaistīti kādas aktivitātes īstenošanā. Komunikācijas mērķu sasniegšanā arī EK līmenī prioritāte ir AF ieguvumi un cilvēkstāsti par tiem. ES fondu vienotajā tīmekļa vietnē tam pat ir veltīta atsevišķa sadaļa – izmantojiet to, kā arī publicējiet pieredzes stāstus sociālajos medijos.



Iedrošiniēt potenciālos finansējuma saņēmējus piedalīties AF darbības virzienu izsludinātajās atlasēs!

To sekmēs gan laikus sākt informācijas apriti, gan skaidri procesu apraksti un norādes, kur vērsties pēc palīdzības, gan arī iepriekšējo atbalsta saņēmēju veiksmes stāsti.



Primāri izvēlieties digitālos komunikācijas kanālus!

Tie mūsdienās sasniedz lielāku sabiedrības daļu, kā arī atbilst Zaļā kursa mērķiem un dabai draudzīgai resursu aprītei. Taču neaizmirstiet arī par to sabiedrības daļu, kas digitālos komunikācijas kanālus izmanto reti vai neizmanto, tāpēc papildus lietojiet arī atbalsta kanālus – informāciju pilsētvidē vai telpās, pasākumus u.c. (Plašāk skatīt vadlīniju 2.3 nodaļā)



Ievērojiet vienu pieeju komunikācijas aktivitātēs par jebkuru AF darbības virzienu!

Lai gan Latvijas, tāpat kā visas Eiropas prioritāte, ir Klimata un enerģētikas (tai skaitā REPowerEU) un Digitālās transformācijas virziens, ievērojiet vienotus komunikācijas principus, sniedzot informāciju par jebkuru AF darbības virzienu, t.i., ievērojiet regularitāti komunikācijā, informējiet gan par stratēģiski svarīgajām aktivitātēm/reformu virzieniem, gan par citiem, izmantojiet praktiskus piemērus un stāstiet vienkāršā, plašākai sabiedrībai saprotamā valodā.

1.3

AF darbības virzieni Latvijā

Kā skaidrots iepriekš (skatīt vadlīniju 1.1 sadaļu, īpaši – DARBĪBAS VIRZIENI UN TO NOSAUKUMI), Latvija AF plāna īstenošanai ir izvēlējusies un AF plānā definējusi reformas un investīcijas sešos AF darbības virzienos.

Lai gan Latvijas lielākie virzieni (pēc finansējuma) ir Klimats un enerģētika (tai skaitā REPowerEU) un Digitālā transformācija, komunikācijā noteikta vienota pieeja visiem virzieniem. Lai to īstenotu, nepieciešams izmantot gan kopējo skaidrojumu, ka AF Latvijā ir seši darbības virzieni, gan svarīgākos faktus par katru no tiem. (Skatīt tālāk 15. un 16. lpp.)

-  **Klimats un enerģētika
(tai skaitā REPowerEU)**
-  **Digitālā transformācija**
-  **Nevienlīdzības mazināšana**
-  **Ekonomikas transformācija**
-  **Veselība**
-  **Likuma vara**

Risināmie uzdevumi/ izaicinājumi

Mērķi

Galvenās aktivitātes

Finansējums

Klimats un enerģētika (tai skaitā REPowerEU)

Ilgtermiņa, energoefektivitāte un enerģijas
starpvienojumi

**Veicināt zaļo pārkārtošanos un vides mērķus,
kas saistīti ar klimata pārmaiņu mazināšanos
un pielāgošanos pārmaiņām:**

- ieguldīt līdzekļus tīrā sabiedriskā transporta
(jo īpaši dzelzceļa) infrastruktūrā;
- novēršot ar klimata pārmaiņām saistītus riskus,
piemēram, ugunsgrēkus un plūdus;
- preventīvi īstenojot rūpīgi pārdomātus publisko
investīciju projektus un koncentrējoties uz zaļo
un digitālo pārkārtošanos.

Ēku energoefektivitātes uzlabošana (publiskajām
ēkām un daudzdzīvokļu mājām)

Energoefektivitātes paaugstināšana
uzņēmējdarbībā

Atjaunojamās enerģijas īpatsvara palielināšana

Katastrofu pārvaldības sistēmas adaptēšana
klimata pārmaiņām, plūdu riska mazināšana

Investēšana dabai draudzīga transporta sektora
izveidē

41%

810,9 milj. EUR

Digitālā transformācija

Pamatprasmju un moderno digitālo prasmju
trūkums un zema uzņēmumu digitālā integrācija

**Veicināt sabiedrības un ekonomikas digitālo
pārkārtošanos, tostarp izklūšanu no Covid-19
krīzes:**

- attīstot nepieciešamo infrastruktūru, spējas un
prasmes;
- uzlabojot efektivitāti, digitālos procesus un datu
pārvaldību valsts pārvaldē;
- sniedzot atbalstu uzņēmumiem digitālās
pārkārtošanās īstenošanai;
- uzlabojot savienojamību.

Publisko pakalpojumu digitālā transformēšana

Uzņēmumu digitālā transformēšana

Sabiedrības digitālo prasmju attīstīšana

Plaťjoslas interneta tīkla infrastruktūras attīstīšana

19%

365,3 milj. EUR

Nevienlīdzības mazināšana

Teritoriālā un sociālā nevienlīdzība Latvijā,
ko saasināja Covid-19 pandēmija

Samazināt nevienlīdzību:

- radot vairāk darba vietu reģionos;
- uzlabojot reģionālo savienojamību un piekļuvi
kvalitatīviem pakalpojumiem;
- nodrošinot pieejamākus mājokļus;
- uzlabojot skolu infrastruktūru;
- palīdzot darba ņēmējiem un bezdarbniekiem
paaugstināt kvalifikāciju un pārkvalificēties;
- stiprināt sociālās drošības tīklu;
- uzlabot ēku pieejamību.

Valsts reģionālo un vietējo autoceļu tīkla
uzlabošana

Industriālo parku un teritoriju attīstīšana reģionos
(jaunu darba vietu izveide)

Zemu izmaksu īres mājokļu būvniecība

Sociālās iekļaušanas un nodarbinātības
veicināšana

Izglītības iestāžu infrastruktūras pilnveidošana

19%

378,5 milj. EUR

Risināmie uzdevumi/ izaicinājumi

Mērķi

Galvenās aktivitātes

Finansējums

Ekonomikas transformācija

Zemi ieguldījumi inovācijās, sadrumstalotība inovāciju pārvaldībā un augstākās izglītības sistēmā

Palielināt produktivitāti, paaugstinot ieguldījumus pētniecībā un izstrādē, veicināt konkurenci:

- izveidojot ilgspējīgas inovāciju sistēmas;
- palielinot augstākās izglītības kvalitāti un efektivitāti, kā ar pētniecību;
- ilgtermiņā panākt labākas prasmes iedzīvotājiem.

Inovāciju un privāto investīciju piesaistīšana pētniecībā

Valsts atbalsta instrumenta izveide inovāciju klasteru attīstīšanai uzņēmējdarbībā

Augstskolu pārvaldības modeļa maiņa

10%

196 milj. EUR

Veselība

Veselības aprūpes sistēmas un tās cilvēkresursu noturība, pieejamība, kvalitāte un izmaksu lietderība

Uzlabot veselības aprūpes noturību un pieejamību:

- izstrādājot pamatnostādnes un nepieciešamo infrastruktūru, lai nodrošinātu integrētus veselības aprūpes pakalpojumus;
- uzlabojot pakalpojumu sniegšanas modeļus;
- uzlabojot cilvēkresursu nodrošinājumu un veselības aprūpes speciālistu profesionālās attīstības sistēmu.

Medicīnas izglītības sistēmas attīstīšana

Veselības aprūpes pakalpojumu efektivitātes uzlabošana

Ārstniecības iestāžu gatavības vairošana epidemioloģiskām krīzēm

Onkoloģijas nozares metodiskā vadīšana

9%

181,5 milj. EUR

Likuma vara

Nodokļu saistību izpilde, tiesībsardzība saistībā ar ekonomikas noziegumiem, valsts pārvaldi un publiskajiem iepirkumiem

Samazināt ēnu ekonomiku un veicināt godīgāku uzņēmējdarbības vidi, kā arī uzlabot tiesu sistēmas kvalitāti un efektivitāti:

- apkarojot ekonomikas noziegumus;
- modernizējot valsts pārvaldi;
- uzlabojot publisko iepirkumu kvalitāti, efektivitāti un integritāti, attīstības sistēmu.

Ēnu ekonomikas mazināšana

Atklātības un konkurences palielināšana publisko iepirkumu jomā

Tiesībsargājošo iestāžu darbinieku kvalifikācijas paaugstināšana

Nodokļu administrēšanas un muitas jomas attīstīšana

Publiskās pārvaldes un nevalstisko organizāciju kapacitātes stiprināšana

2%

37 milj. EUR

2.

AF komunikācijas vadlīnijas

2.1

ES obligātās prasības

2.2

**AF vizuālā identitāte, tās elementi
un lietojums Latvijā**

2.3

Vizuālās identitātes izvietojums

2.1

ES obligātās prasības

EK ir noteikusi juridiski saistošus komunikācijas un redzamības noteikumus ES finansējuma programmām, tajā skaitā arī atsevišķus noteikumus par AF.

Šīs prasības veido pamatu, uz kura katra dalībvalsts veido savu komunikāciju. Tā kā šie nosacījumi ir obligāti, to neievērošana var radīt finansiālas sekas.

Obligātās prasības izriet no šādiem dokumentiem:

- [Eiropas Parlamenta un Padomes Regula \(ES\) 2021/241 \(2021. gada 12. februāris\), ar ko izveido Atveseļošanas un noturības mehānismu:](#)
34. pants (Informācija, komunikācija un publicitāte).
- [Atveseļošanas un noturības mehānisma finansēšanas nolīgums:](#)
10. pants (Informācijas publicēšana, Savienības finansējuma redzamība un izmantošanas tiesības) paredz specifiskus noteikumus par AF komunikāciju.

(Detalizētu informāciju skatīt 2. pielikumā)

2.2

AF vizuālā identitāte, tās elementi un lietojums Latvijā

Latvijas AF komunikācijas vizuālā identitāte balstās uz **obligātajām ES fondu komunikācijas prasībām, kas noteiktas:**

- [Eiropas Parlamenta un Padomes Regulā \(ES\) 2021/241 \(2021. gada 12. februāris\), ar ko izveido Atveseļošanas un noturības mehānismu:](#)
34. pants (Informācija, komunikācija un publicitāte);
- [Komunikācijas un redzamības noteikumos. Eiropas Savienības finansējuma programmas 2021.–2027. gadam; Komisijas un Latvijas Republikas Atveseļošanas un noturības mehānisma finansēšanas nolīgumā:](#)
10. pants (Informācijas publicēšana, Savienības finansējuma redzamība un izmantošanas tiesības);
- Tāpat saskaņā ar Latvijas regulējumu un [Komunikācijas stratēģiju Eiropas Savienības fondiem 2021.–2027. gada plānošanas periodā un Atveseļošanas fondam LATVIJĀ.](#)

2.2.1 Logo

2.2.2 Burtveidols

2.2.3 Krāsas

2.2.4 Simbols – vējdzirnavas

2.2.5 Foto un ikonas

2.2.6 Prasības dažādām iesaistītajām pusēm

2.2.1 Logo



1.

ES emblēma ar piebildi par *NextGenerationEU* finansējumu

OBLIGĀTS

AF komunikācijā jāizmanto ES emblēmas vertikālā versija, kas apvienota ar piebildi par *NextGenerationEU* finansējumu.

Fiziskajos vizuālajos elementos (stendi, plāksnes, plakāti) var izmantot ES emblēmas horizontālo versiju.

Lejupielādēt [šeit](#)

KRĀSU KODI

HEX: 003399
RGB: 0 / 51 / 153
CMYK: 100 / 80 / 0 / 0
PANTONE: Reflex Blue

HEX: 59595C
RGB: 89 / 89 / 92
CMYK: 65 / 55 / 52 / 27

2.

Nacionālā attīstības plāna (NAP), AF logo

OBLIGĀTS

AF komunikācijā Latvijā papildu ES emblēmai ar piebildi par *NextGenerationEU* finansējumu jāizmanto NAP logo.

Lejupielādēt [šeit](#),
apakšsadaļā “Vadlīnijas un skaidrojumi”.

KRĀSU KODI

HEX: A1142B
RGB: 161 / 20 / 43

3.

Papildus var izmantot finansējuma saņēmēja un citus logo

PĒC NEPIECIEŠAMĪBAS

Paraugā lietotais Finanšu ministrijas logo izmantots kā piemērs cita logo lietojumam.

Logotipiem jālieto iestāžu vadlīnijās noteiktie krāsu kodi.

SVARĪGI

Logo vienmēr izmantojami kopā un jāievēro šāda secība (no kreisās puses):

1. ES emblēma ar piebildi par *NextGenerationEU* finansējumu
2. NAP logo
3. Citi logo, ja nepieciešams

Visiem logo jābūt vienādā augstumā, papildinošie logo nedrīkst būt lielāki par ES emblēmu ar piebildi par *NextGenerationEU*!

Izņēmuma gadījums var būt ja finansējuma saņēmējs savam projektam izstrādā atsevišķu vizuālās atpazīstamības zīmi, kas tiek izmantota projekta komunikācijā. Tādā gadījumā šī vizuālās atpazīstamības zīme var būt lielāka par pārējiem logo. Šādas atsevišķas vizuālās atpazīstamības zīmes izveide un izmantošana ir atļauta.

2.2.1.1

Logo ansamblja uzbūve un krāsu versijas

Veidojot logo ansambli, starp logo jāievēro minimālais brīvais laukums

Brīvo laukumu veido abu obligāto logo brīvo laukumu kopsumma:
1/2 ES emblēmas karoga augstums + NAP 7 augstums.



Šāds brīvais laukums jāievēro, arī pievienojot koordinējošo iestāžu logo

Piemērs ar vienas iestādes logo



Piemērs ar divu iestāžu logo



Pieļaujama trīs krāsu versija (pēc nepieciešamības)

PRIMĀRI: pilnkrāsu versija

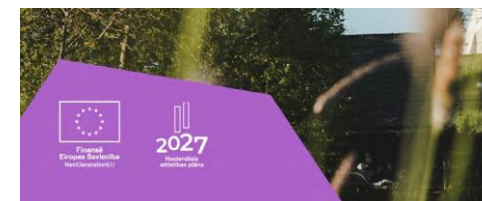
Izmantošanai uz balta vai gaiša fona

! Uz krāsaina fona ES karogam vienmēr apkārt balts rāmis (1/25 karoga augstuma)



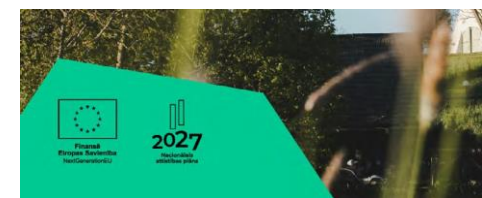
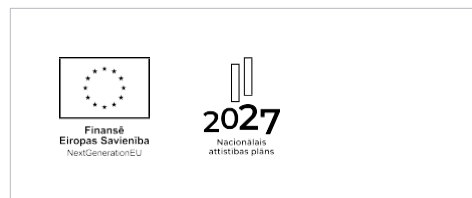
SEKUNDĀRI: baltā versija (White Outline)

Izmantošanai uz tumša fona



PIEĻAUJAMA arī melnā versija (Black Outline)

Uz balta vai gaiša fona, ja paredzēta vienkāršas drukā



2.2.1.2

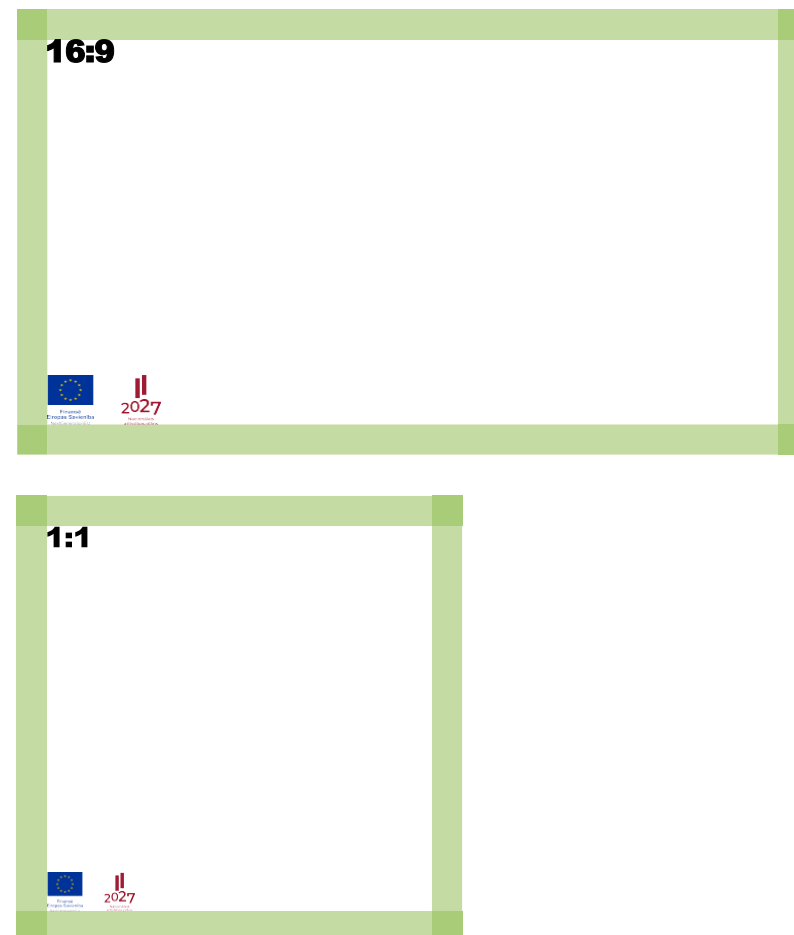
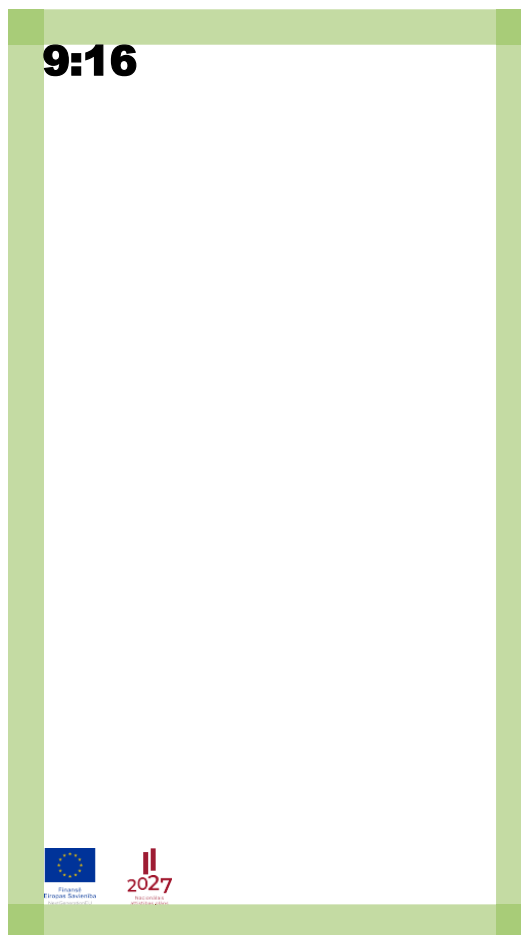
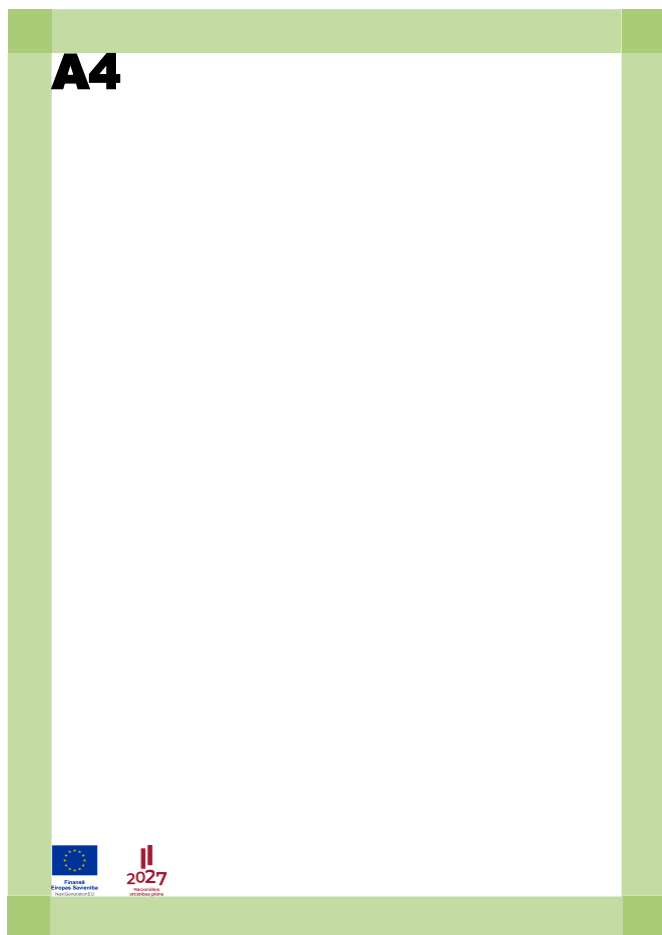
Logo ansamblja izvietojums

Logo ansamblis jāizvieto pie kreisās apakšējās malas.

Ja vizuālā materiāla specifikas dēļ nepieciešams cits novietojums, pieļaujamas arī šādas versijas:

- logo ansamblis atrodas kreisajā, augšējā stūrī,
- ES emblēma ar piebildi par NextGenEU finansējumu + NAP logo atrodas kreisajā augšējā stūrī, bet papildu logo (piemēram, ministriju) – labajā stūrī.

Brīvajam laukumam no malas jābūt vismaz ES emblēmas karoga augstumā, kas ir arī no teksta brīva drošības zona uz visām malām.



2.2.1.3

Logo ansamblis uz dažādiem foniem

PAREIZS LIETOJUMS

Starp logo un fonu jābūt pietiekamam kontrastam, lai visi logo ir labi redzami un salasāmi, kā arī jāievēro konsekvence logo un tekstu krāsā (nelietot baltus logo un melnu tekstu).



2.2.1.4

Logo ansamblis uz dažādiem foniem

NEPAREIZS LIETOJUMS

Starp logo un fonu jābūt pietiekamam kontrastam, lai visi logo ir labi redzami/ salasāmi, kā arī jāievēro konsekvence logo un tekstu krāsā (nelietot baltus logo un melnu tekstu).



2.2.2

Burtveidols

AF komunikācijā Latvijā lietojams burtveidols **ARIAL** – Arial Regular, Arial Bold un Arial Black (ja pieejams).

Canva izvietotajās veidnēs, izņēmuma kārtā, pieļaujama Arial Black fonta aizstāšana ar Gotham Black.

Arial Black

Aa Āā Bb Cc Čč Dd Ee Ēē Ff Gg Ģģ Hh Ii Īī Jj Kk
Ķķ Ll Ļļ Mm Nn Ņņ Oo Pp Rr Ss Šš Tt Uu Ūū Vv
Zz Žž
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Arial Bold

Aa Āā Bb Cc Čč Dd Ee Ēē Ff Gg Ģģ Hh Ii Īī Jj Kk Ķķ Ll
Ļļ Mm Nn Ņņ Oo Pp Rr Ss Šš Tt Uu Ūū Vv Zz Žž
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Arial

Aa Āā Bb Cc Čč Dd Ee Ēē Ff Gg Ģģ Hh Ii Īī Jj Kk Ķķ Ll Ļļ
Mm Nn Ņņ Oo Pp Rr Ss Šš Tt Uu Ūū Vv Zz Žž
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Virsrakstiem ieteicams lietot **ARIAL BLACK**

Virsrakstus ar lielajiem burtiem (CAPSLOCK) ieteicams izmantot tikai tad, ja teksts ir īss. Gari CAPSLOCK teksti būs grūti uztverami

Apakšvirsrakstiem ieteicams lietot **ARIAL BLACK**

Pamatteksam izmantojams Arial Regular

Ieteikums neizmantot pārāk daudz LIELO BURTU un *slīprakstu*

Lai vairāk izceltu kādu informāciju, tekstu var ievietot krāsas blokā (ievērojot krāsu izmantošanas vadlīnijas 2.2.3 punktā)

PIEMĒRI

ATVESEĻOŠANAS FONDS LATVIJĀ

! Lietojot krāsu blokus, attālumiem no teksta jābūt vienādiem:

- no kreisās un labās malas;
- no augšas un apakšas

E-LIETAS PROGRAMMAS
II POSMS



E-LIETAS PROGRAMMAS
II POSMS



SVARĪGI!

Teksti tiek rakstīti horizontāli, nav pieļaujama to rotācija

2.2.3

Krāsas

AF Latvijā ir seši darbības virzieni, un vizuālajos materiālos katram no tiem izmantojama noteikta krāsa:

Klimats un enerģētika
(tai skaitā RePowerEU)

HEX:
#00C992

RGB:
0 / 201 / 146

Digitālā
transformācija

HEX:
#AC61C8

RGB:
172 / 97 / 200

Nevienlīdzības
mazināšana

HEX:
#ff8225

RGB:
255 / 130 / 37

Ekonomikas
transformācija

HEX:
#02b2fe

RGB:
2 / 178 / 254

Veselība

HEX:
#d64242

RGB:
214 / 66 / 66

Likuma vara

HEX:
#feee39

RGB:
254 / 238 / 57

Lai nodrošinātu tekstu salasāmību, jāietur šāda “fona krāsa – teksta krāsa” attiecība katrā darbības virzienā:

**Melni
burti**

**Balti
burti**

**Melni
burti**

**Melni
burti**

**Balti
burti**

**Melni
burti**

**Cita
krāsa**

**Cita
krāsa**

**Cita
krāsa**

**Cita
krāsa**

**Cita
krāsa**

**Cita
krāsa**

Krāsu izmantošana materiālos

Ja iespējams un ja tas nav pretrunā ar citām identitātes krāsām, katram darbības virzienam piešķirto krāsu ieteicams izmantot kā vizuālā materiāla akcentu.

Krāsu ieteicams lietot akcentu elementos un kā virsraksta un/vai cita izceļamā teksta fonu.

PIEMĒRI



Veidojot vizuālos materiālus, kuros tiek pieminēti visi darbības virzieni, nav vēlams izmantot teksta fona krāsojumu lielā laukumā, ieteicams lietot citus atdalošos teksta elementus attiecīgā darbības virziena krāsā.

PIEMĒRI



2.2.4

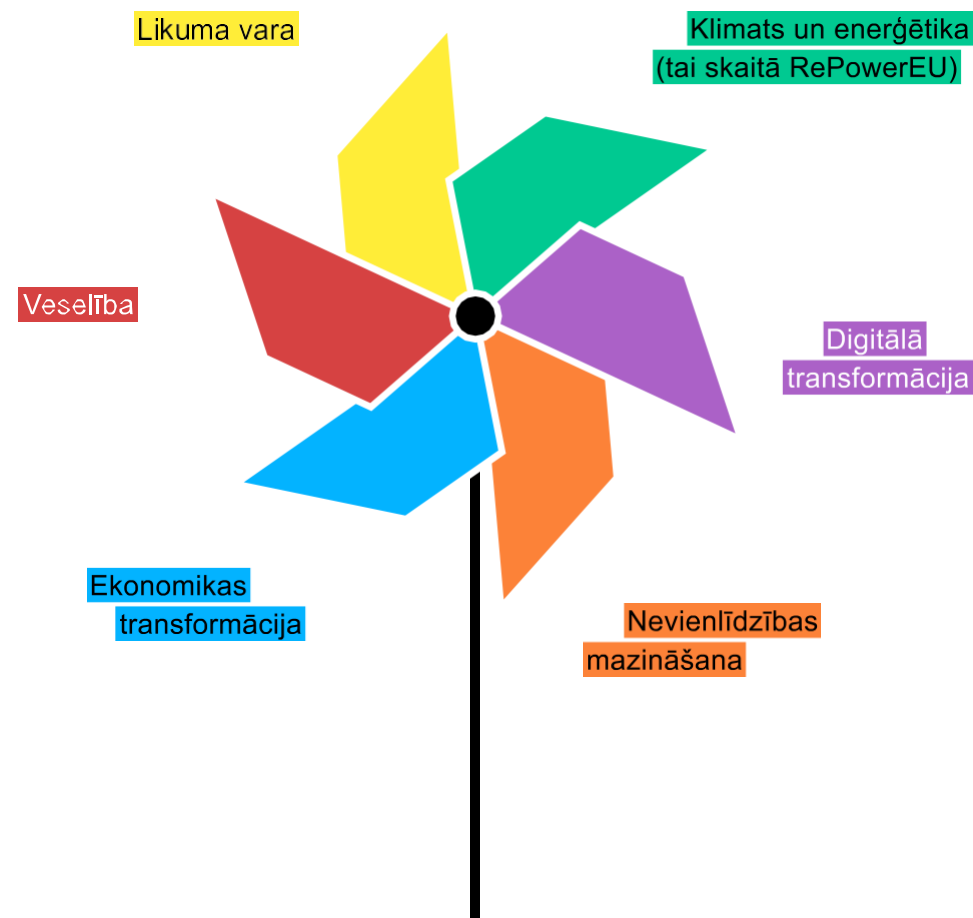
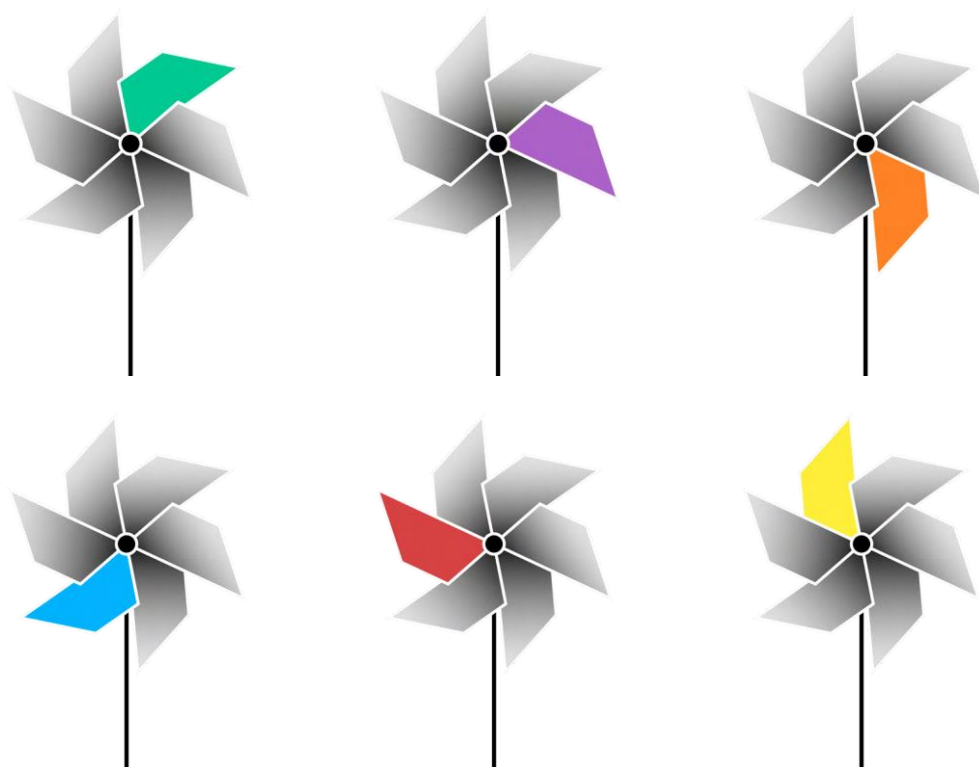
Simbols – vējdzirnavas

AF Latvijā simbols ir vējdzirnavas.

Vējdzirnavas simbolizē gan videi draudzīgu resursu izmantošanu enerģētikā, gan vienu no prioritārajiem AF darbības virzieniem ES līmenī – Zaļo pāreju (*Green transition*, Latvijā – Klimata un enerģētikas virziens).

Vējdzirnavas tiek izmantotas kā AF simbols Latvijā. Tām ir seši spārni, kas simbolizē visus darbības virzienus (REPowerEU plāns/enerģētikas sektora pārveide komunikācijā tiek sasaistīta ar Klimata un enerģētikas virzienu).

Jo vairāk resursu (vēja), jo vairāk spēka un enerģijas pozitīvām reformām un pārmaiņām!

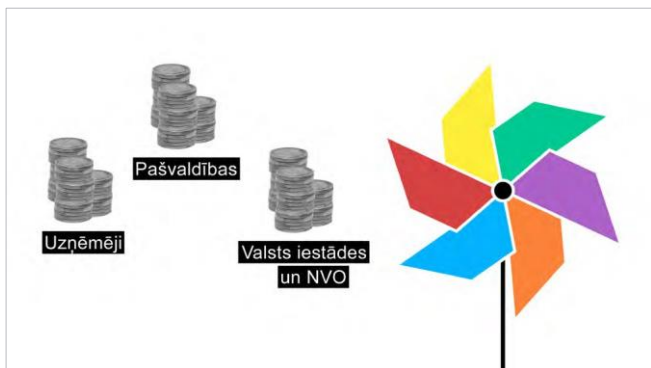


Ieteikumi vēdzirnavu lietojumam

A

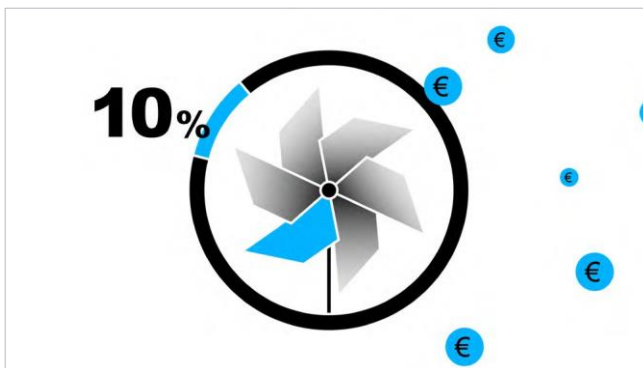
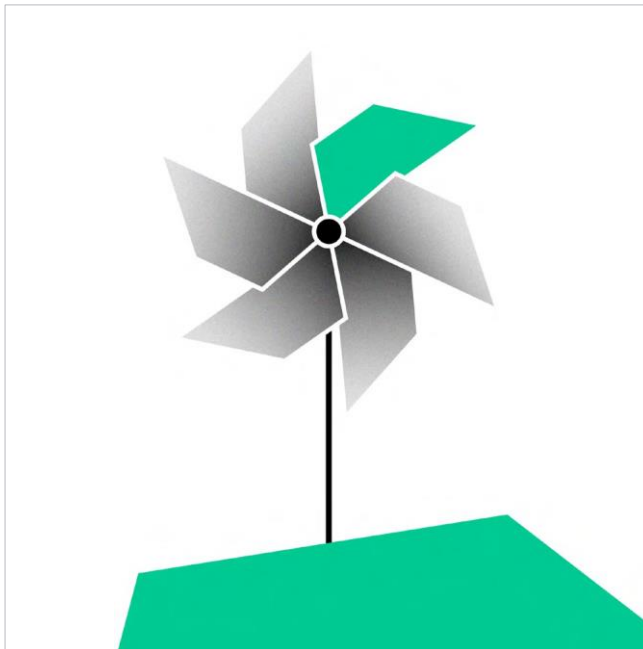
Kā vispārīgs AF simbols ar iekrāsotiem visiem spāriem.

PIEMĒRI



B

Kā vienots elements ar iekrāsotu tikai to AF darbības virziena spāru, par kuru tiek sniegta papildu informācija.



C

Vēdzirnavas spārna fragments, kas apzīmē konkrētu AF darbības virzienu.

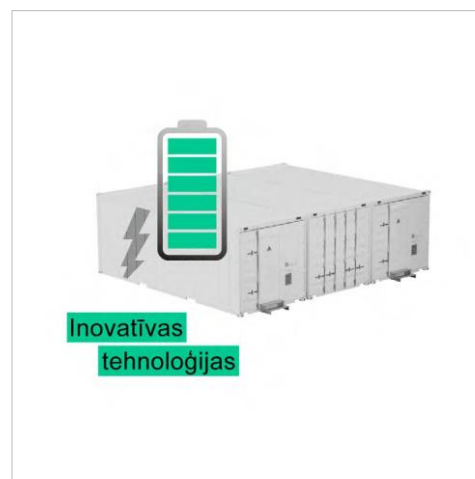


2.2.5

Foto un ikonas

Veidojot grafiskus materiālus (piemēram, grafisko video saturu, grafiskos sociālo tīklu ierakstus un līdzīgus materiālus), foto un elementi, kas izgriezti no foto, lietojami **MELNBALTI**, izceļot ikonas ar attiecīgā darbības virziena krāsu.

PIEMĒRI



Veidojot sociālo tīklu ierakstu vizuālos materiālus ar pilniem fotoattēliem, tie izmantojami **KRĀSAINI**.

PIEMĒRI



SVARĪGI!

Kad vien iespējams, lietojiet īstus attiecīgā projekta, reformas vai iniciatīvas fotoattēlus. Nemiet vērā datu aizsardzības principus, ja foto redzami cilvēki, kā arī ievietojiet autortiesību atsauci citu autoru foto izmantošanas gadījumos.



2.2.6

Prasības dažādām iesaistītajām pusēm

OBLIGĀTI **IETEICAMS** **NAV ATTIECINĀMS**

PRASĪBA

AF VADĪBĀ IESAISTĪTĀS IESTĀDES,
t.sk. ministrijas un citas iestādes, finansējuma,
projektu, investīciju, programmu pārvaldītāji

AF FINANSĒJUMA SAŅĒMĒJI,
projektu īstenotāji

ES emblēma ar NextGenEU atsauci

OBLIGĀTI

OBLIGĀTI

NAP logo

OBLIGĀTI

OBLIGĀTI

Iestādes vai uzņēmuma logo

IETEICAMS

IETEICAMS

Burtveidols Arial

OBLIGĀTI

IETEICAMS

Tā darbības virziena krāsas, kuram atbilst projekts,
investīcija vai stāsts

OBLIGĀTI

IETEICAMS

AF simbols Latvijā – vērdzīrnava

IETEICAMS

IETEICAMS

Informācijas izvietošana sociālajos medijos
(publicē īsu un ar atbalsta apjomu samērīgu aprakstu
par projektu, tostarp tā mērķiem un rezultātiem
un uzsver no ES saņemto finansiālo atbalstu)

OBLIGĀTI

OBLIGĀTI

Informatīvs raksts tīmekļa vietnē (publicē īsu un
ar atbalsta apjomu samērīgu aprakstu par projektu,
tostarp tā mērķiem un rezultātiem, un uzsver no
ES saņemto finansiālo atbalstu)

OBLIGĀTI

OBLIGĀTI

Atsaukšanās uz ES AF kā finansējuma avotu,
stāstot par projektu, reformu vai investīciju visu veidu
komunikācijas materiālos,
pasākumos un citos gadījumos

OBLIGĀTI

*Atvērēšanas fonda reformas un investīcijas Latvijā
tiek finansētas no Eiropas Savienības Atvērēšanas
un noturības mehānisma (European Commission
Recovery and Resilience Facility) budžeta līdzekļiem
ar valsts budžeta līdzfinansējumu.*

OBLIGĀTI

*Projektu/Reformu/Investīciju “nosaukums” finansē
no Eiropas Savienības Atvērēšanas fonda un valsts
budžeta līdzekļiem.
Projekts/Reforma/Investīcija “nosaukums” notiek
ar Eiropas Savienības Atvērēšanas fonda atbalstu.*

PRASĪBA

AF VADĪBĀ IESAISTĪTĀS IESTĀDES,
t.sk. ministrijas un citas iestādes, finansējuma,
projektu, investīciju, programmu pārvaldītāji

AF FINANSĒJUMA SAŅĒMĒJI,
projektu īstenotāji

Mirkļbirku lietošana sociālo mediju ierakstos

OBLIGĀTI

OBLIGĀTI

Satura autora atruna materiālos, kas ietver plašu
tekstuālo saturu un viedokļus (piemēram, prezentācijas,
informatīvie drukas materiāli)

OBLIGĀTI

OBLIGĀTI

*Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU.
Tomēr paustie uzskati un viedokļi ir tikai autora(-u)
uzskati un viedokļi un ne vienmēr atspoguļo
Eiropas Savienības vai Eiropas Komisijas uzskatus
un viedokļus. Par tiem nav atbildīga ne Eiropas
Savienība, ne Eiropas Komisija.*

Informatīvā stenda, informācijas plāksnes un plakāta
izvietošana projekta norises vietā

NAV ATTIECINĀMS

Ilgspējīgas plāksnes vai informācijas stendi –
projektiem ar kopējām izmaksām virs 100 000 EUR,
uzsākot faktisko īstenošanu, kas ietver materiālas
investīcijas vai kur uzstāda iegādāto aprīkojumu.

**Plakāti, kuru minimālais izmērs ir A3, vai
līdzvērtīgs elektronisks paziņojums –** projektiem
ar kopējām izmaksām līdz 100 000 EUR, tostarp arī
projektos, kuri neietver.

Stratēģiski svarīgo projektu īstenotājiem – pastiprināta komunikācija un prasības

Komunikācijas plāns (izstrādāts un iesniegts
atbildīgajai ministrijai, ieviešanas izmaksas iekļautas
projekta budžetā)

OBLIGĀTI

OBLIGĀTI

Vismaz viens plašāka mēroga publicitātes pasākums
mediju intereses un sabiedrības uzmanības
piesaistīšanai

OBLIGĀTI

OBLIGĀTI

Cieša sadarbība visās komunikācijas aktivitātēs
ar atbildīgo ministriju, AF koordinējošo iestādi un EK
pārstāvniecību Latvijā

OBLIGĀTI

OBLIGĀTI

2.3

Vizuālās identitātes izvietojums

Vizuālā identitāte var tikt izmantota dažādos komunikācijas materiālos un kanālos. Lai sasniegtu komunikācijas mērķus un pēc iespējas efektīvāk parādītu komunikācijas materiālu auditorijai, var būt nepieciešams materiālus pielāgot katra komunikācijas kanāla specifikai.

Šajā nodaļā izklāstītas obligātās prasības komunikācijas materiālu sagatavošanai, padomi un praktiski ieteikumi, kā arī piemēri izplatītākajiem materiālu izvietojuma veidiem.

SVARĪGI!

Ja piemēros neatrodat sev nepieciešamo paraugu, ievērojiet 2.1 un 2.2 nodaļās minētās galvenās prasības vizuālajai identitātei AF komunikācijā!

Pašpārbaudei pārliecinieties par būtiskāko:

Logo jābūt skaidri salasāmiem, proporcionāli nesagrozītiem, tāpēc jāizvēlas tāds logo pozicionējums, kas būs labi saskatāms attiecīgajā izvietojumā,

Vairieties no pārlieku saraibinātiem materiāliem,

Rūpīgi apsveriet optimālu teksta daudzumu – vai to pagūs izlasīt, vai fonta izmērs ir pietiekams, vai materiālā ir iespēja ietvert vietu, kur saņemt plašāku informāciju (tas ļauj nepārbīvēt materiālu ar informāciju).

2.3.1 Digitālā komunikācija

Sociālie mediji

Timekļa vietnes

Digitālie baneri un reklāmas

Video un audio materiāli

2.3.2 Obligātie fiziskie elementi – stendi, plāksnes, plakāti

Informācijas stendi, ilgtspējīgās plāksnes un plakāti

Drukāti informatīvie izdales materiāli

2.3.3 Pasākumi

Pasākumu noformējums

2.3.1

Digitālā komunikācija

Sociālie mediji

Sociālie mediji mūsdienās ir kļuvuši par būtiskiem komunikācijas kanāliem. Stāstot par AF, sociālie mediji – META platformas (Facebook un Instagram), YouTube, X, Threads, LinkedIn u.c. – ir vieni no galvenajiem komunikācijas kanāliem mērķgrupu informēšanai, iesaistes veicināšanai un atgriezeniskās saites saņemšanai.

POPULĀRĀKĀS SOCIĀLO TĪKLU PLATFORMAS:

META platformas

Facebook

Plaši izmantota platforma saziņai starp dažādām sabiedrības grupām, *must-have* arī publiskajā pārvaldē.

Instagram

Gados jaunāko auditoriju iecienīta platforma, kurā prioritārs ir kvalitatīvs foto un video saturs, papildinošā informācija ir sekundāra.

Threads

Instagram platformas atvasinājums, kurā ērti izvērst diskusijas un ievietot īsas ziņas arī bez vizuālā materiāla. Kaut gan platformas izveidošanas mērķis bija privāta saziņa, šo platformu līdzīgi kā X izmanto arvien vairāk valsts pārvaldes iestāžu, lai sniegtu īsas ziņas par būtiskāko auditorijai, kas nelieto portālu X.

X

Iepriekš zināms kā Twitter jeb mikroblogošanas vietne, kurā ievieto īsas, informatīvas ziņas par svarīgāko. Plaši izmantota publiskajā pārvaldē.

LinkedIn

Biznesa vides un profesionāļu platforma, kurā galvenokārt tiek publicēta biznesa vides informācija un notikumi. Formālāka valoda un informācijas aprīte, iespēja sasniegt specifisku auditoriju.

YouTube

Video apmaiņas platforma, kurā ērti izvietot arī garākus video, pasākumu ierakstus un apmācības.

MIRKĻBIRKU LIETOŠANA

Izvietojot informāciju par ES fondiem, to īstenoto projektu gaitu, aktualitātēm un rezultātiem sociālo tīklu vietnēs, pēc iespējas jāizmanto vienots tēmturis jeb mirkļbirka #ESfondi.

AF komunikācijā izmantojamās mirkļbirkas ir (prioritārā secībā): #ESfondi, #Atvērēšanasfonds, #NextGenerationEU jeb #NextGenEU, #MakeltReal, #InvestEU. Ja projektam ir ieviesta papildu mirkļbirka, var pievienot arī to.

Ja sociālo tīklu platformas ierobežojumu dēļ nav iespējams izvietot visas mirkļbirkas, primāri jāizmanto #Atvērēšanasfonds un #NextGenEU.

SVARĪGI!

Sociālo mediju vide ir ļoti dinamiska, un platformas mēdz mainīt optimālos vizuālo materiālu izmērus. Pirms materiālu izgatavošanas VIENMĒR pārbaudiet kādā populārā tīmekļa meklētājā), kurš ir šī brīdī efektīvākais attiecīgā sociālā medija vizuālo materiālu formāts un izmēri.

PRASĪBAS

OBLIGĀTAS

- Atsauce uz ES finansējumu, norādot to tekstā un vizuālos materiālus papildinot ar logo
- Logo – ES emblēma ar piebildi “Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU” un NAP (Par lietošanu skatīt 2.2.1 nodaļu)
- Mirkļbirku lietošana

ĻOTI IETEICAMAS

- Burtveidols Arial
- Attiecīgā darbības virziena krāsas
- AF simbols Latvijā

Praktiski padomi un ieteikumi sociālo mediju materiālu izstrādei un to ietekmes uzlabošanai

1. Komunikācijas pieeja

Definējiet komunikācijas mērķi! Vai tas ir informēt, izglītēt, aicināt uz rīcību – svarīgi pielāgot tam savu vēstījumu un informāciju, neiekļaut lieku saturu.

Izvēlieties piemērotāko sociālo mediju! Kvantitāte nav kvalitāte – izvietojiet informāciju sociālajos medijos, kurus lieto mērķauditorija.

Nedublējiet informāciju dažādos sociālajos medijos, bet pielāgojiet to, balstoties uz katra specifiku! Izmantojiet atbilstošu vizuālo materiālu un teksta garumu, runas toni.

Izmantojiet pieredzes stāstus! Sociālie mediji kā komunikācijas kanāli ir piemēroti pieredzes stāstiem un emocionāliem vēstījumiem.

2. Vizuālais noformējums

Pievienojiet vizuālos materiālus! Mūsdienās informācija bez vizuālā noformējuma ātri “pazūd”, it īpaši sociālajos medijos.

Pārliedzinieties par vizuālo materiālu kvalitāti un izmēriem! Vēl sliktāk par vizuālo materiālu neizmantošanu ir izmantot tos nepareizā izmērā/proporcijās, kā rezultātā tas nebūs redzams pilnībā. Tas pats attiecas uz kvalitāti – labāk ievietot informāciju bez vizuālā materiāla nekā ar graudainu, nesaprotamu foto vai vizualizāciju.

Neaizmirstiet obligātās prasības! Ievērojiet visas AF komunikācijas prasības. (Skatīt 2.2 nodaļu)

Izmantojiet īstus foto! Kad vien iespējams, izmantojiet korektus, īstus projektu vai iniciatīvu reprezentējošus foto.

Nodrošiniet datu un autortiesību aizsardzību! Ja fotogrāfijās ir cilvēki, pārliedzinieties, ka ir saņemta viņu piekrišana foto publiskošanai. Izmantojot citu cilvēku vai iestāžu foto, pārliedzinieties, ka ir saņemta attiecīga atļauja un ka pareizi norādīts fotogrāfs un/vai iestāde, kurai pieder tiesības uz konkrēto attēlu.

3. Teksti

Nododiet savu vēstījumu ar īsiem, konkrētiem un vienkāršiem tekstiem. Ne velti sociālo tīklu vietnes mēdz uzlikt rakstzīmju ierobežojumu vienam ierakstam.

Nododiet informāciju mērķauditorijai saprotamā valodā! Sociālie mediji pieļauj atkāpes no formālās valodas – neizvēlieties sarežģītus vārdus, skaidrojiet informāciju vienkārši un saprotami.

Nemiet vērā teksta ierobežojumus! Lai gan daži sociālie mediji (piemēram, Facebook) neierobežo ieraksta apjomu, bez papildu klikšķiem, redzama būs tikai daļa teksta. Noskaidrojiet, cik daudz rakstzīmju būs redzams uzreiz, un būtiskāko iekļaujiet šajā teksta daļā.

Lietojiet pareizas mirkļbirkas!

Pievienojiet emocijikonas! Ar tām var sadalīt garāku tekstu un pievērst uzmanību svarīgākajam, taču nepārbīvējiet tekstu tā, ka kļūst grūti uztvert domu.

4. Citi ieteikumi

Sekojiēt līdzī jaunākajām tehniskajām tendencēm. Sociālie mediji informācijas izplatīšanai ik pa laikam ievieš jaunas funkcijas, piemēram, iespēju piespraust svarīgāko ziņu lapas augšpusē, savienot vairākus ierakstus (threads funkcija portālā X) un automātiski pievienot pogu “uzzini vairāk”. Izmantojiet tās!

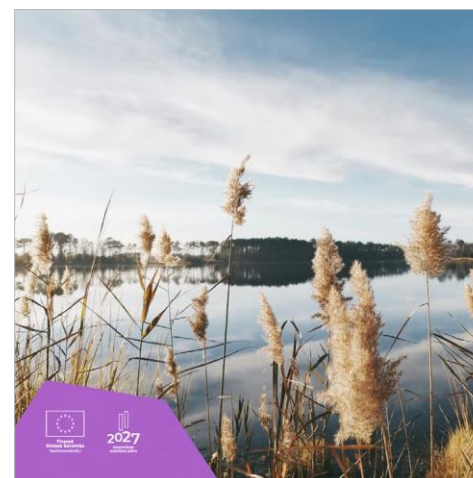
Izmantojiet sociālo mediju analīzes rīkus! Tas palīdzēs sekot līdzī savu darbību rezultātiem un ļaus pielāgot un pilnveidot savu komunikācijas pieeju un materiālu izveidi, balstoties uz statistikas datiem.

Atzīmējiet partnerus! Ja izvēlēta platforma un rakstzīmju skaits to pieļauj, atzīmējiet partnerus – iestādes, organizācijas, uzņēmumus un iniciatīvas – tos, kuriem šī informācija ir aktuāla. Tas veicinās plašāku informācijas apriti un dalīšanos ar attiecīgo materiālu.

PIEMĒRI

Sociālo tīklu ieraksts, 1:1

Piemērots Facebook, Instagram, Threads un LinkedIn



PIEMĒRI

Sociālo tīklu ieraksts, īsie stāsti (story), 9:16

Piemērots Facebook un Instagram

Jaunas finansējuma iespējas un atbalsts zinātnei – ieviesti 315 jauni akadēmiskās karjeras granti, t.i. doktorantūras/pēcdoktorantūras stipendijas, zinātniskās (profesora) dotācijas.



196 MILJONI €
ekonomikas transformācijai un
inovāciju veicināšanai no
ES Atveseļošanas fonda līdzekļiem



ATVESEĻOŠANAS FONDS LATVIJĀ

Krāsains informatīvais materiāls
ar raibu fonu



Facebook Stories

Ja tiek pievienota saite uz kādu tīmekļa vietni,
logo jānovieto augstāk

Pakalpojumi >
Tiesvedības pakalpojumi >
Nodevu kalkulators



e.lieta
Nodevu kalkulators €

Valsts nodeva: 0.00 EUR
Ar lietas izskatīšanu saistīti izdevumi: 0.00 EUR
Pievienots maksas pakalpojums: 0.00 EUR

elieta.lv



UZZINĀT VAIRĀK

Instagram Reels

Platformas dizaina specifika nosaka ievērojami
augstāku logo novietojumu

STIPRINĀTA MUITAS KONTROLE



PIEMĒRI

Sociālo tīklu ieraksts Facebook laika joslai, galerija

Sastāv no vairākiem materiāliem, kas publicējami tikai kopā un veido vienotu vizuālo materiālu

KAS IR E-LIETA?

**Tiešsaistes portāls ikvienam,
kas iesaistīts pirmstiesas, tiesvedības
un nolēmumu izpildes procesos.**

**Tajā pieejami dažādi e-pakalpojumi,
noderīga informācija par tiesvedības
procesiem un lietas materiāli.**

WWW.ELIETA.LV





Finanšu
Europas Savienība
NextGenerationEU

2027
Nākotnes
attīstības plāns

Tieslietu ministrija

20
TIESIŅU ADMINISTRĀCIJA

Kam noderēs portāls e-lieta.lv?

- Procesā iesaistītajiem lietas dalībniekiem
- Zvērātiem advokātiem
- Probācijas klientiem
- Komersantiem
- Sabiedriskā darba devējiem
- Valsts probācijas dienesta brīvprātīgajiem
- Procesā iesaistītām trešajām personām
- Valsts un pašvaldību iestādēm
- Sabiedrībai – nozares speciālistiem, studentiem un citiem interesentiem



Ko jau var atrast e-lieta.lv portālā?

- ✓ Lietas materiālus
- ✓ Nolēmumus
- ✓ Elektroniskās veidlapas
- ✓ Advokātu kalendāru
- ✓ Ārpustiesas ceļvedi
- ✓ Nodevu kalkulatoru
- ✓ Anonimizētus prokuratūras nolēmumus
- ✓ Valsts probācijas dienesta e-pakalpojumus
- ✓ Tiesu kalendārus
- ✓ Informāciju par tiesvedības gaitu



Kas vēl tiks ieviests?

- Maksājumu veikšana tiešsaistē
- Iesniegums prokuratūrai
- Lietas dalībnieka kalendārs
- Valsts kompensācijas pieprasījums



2.3.1

Digitālā komunikācija

Tīmekļa vietnes

Tīmekļa vietnes izmantojamas kā pamata komunikācijas kanāli, lai sniegtu informāciju par AF kopumā, tā investīcijām, reformām, progresu un izmaiņām, kā arī par konkrētiem projektiem.

AF KOMUNIKĀCIJĀ IZMANTOJAMĀS TĪMEKĻA VIETNES:

FM izstrādāta un uzturēta ES fondu vienotā tīmekļa vietne www.esfondi.lv ar integrētu AF informāciju ir centrālais un galvenais informācijas avots par AF Latvijā. Tās satura veidošanā iesaistās visas AF vadībā iesaistītās iestādes un to komunikatori.

www.esfondi.lv publicējamais saturs: informācija un vizuāli uzskates materiāli par AF aktualitātēm – par jaunumiem, gaidāmajiem notikumiem, AF investīciju projektu un reformu progresu, īpaši priekšplānā izceļot un pastiprinātu komunikāciju veltot stratēģiski svarīgajiem AF plāna projektiem un reformu pasākumiem.

AF vadībā un komunikācijā iesaistīto iestāžu tīmekļa vietnes ir nozīmīgi un uzticami informācijas avoti, lai informētu sabiedrību par konkrētiem AF projektiem, investīcijām un reformām.

AF vadībā un komunikācijā iesaistīto iestāžu tīmekļa vietnēs publicējamais saturs: informācija un vizuāli uzskates materiāli par AF aktualitātēm kopumā (par jaunumiem, gaidāmajiem notikumiem, AF investīciju projektu un reformu progresu, īpaši priekšplānā izceļot un pastiprinātu komunikāciju veltot stratēģiski svarīgajiem AF plāna projektiem un reformu pasākumiem jeb www.esfondi.lv iekļaujamā informācija); informācija un vizuāli uzskates materiāli par attiecīgās iestādes atbildībā un uzraudzībā esošo AF darbības virzienu, investīcijām, reformām un projektiem, norādot atsauces uz ES finansējumu.

AF finansējuma saņēmēju (investīciju un reformu uzraudzītāju, finansējuma pārvaldītāju) tīmekļa vietnes ir nozīmīgi un uzticami informācijas avoti, lai par atvērtajiem AF projektiem un iespējām saņemt atbalstu, kā arī par noteikumiem finansējuma saņemšanai informētu galvenokārt AF finansējuma gala saņēmējus, sekundāri – sabiedrību.

AF finansējuma saņēmēju (investīciju un reformu uzraudzītāju, finansējuma pārvaldītāju) tīmekļa vietnēs publicējamais saturs: informācija par attiecīgās organizācijas atbildībā esošajiem AF projektiem, atvērtajiem projektiem, pieteikšanās termiņiem un noteikumiem. Ieteicams publicēt informāciju arī par projektu statusu, rezultātiem, kā arī veiksmes stāstus un rezultātus, kas panākti ar AF finansējumu.

AF finansējuma gala saņēmēju tīmekļa vietnes ir vērtīgi informācijas avoti plašākas sabiedrības informēšanai un uzticēšanās vairošanai par ES fondu līdzekļu vērtīgu izlietojumu.

AF finansējuma gala saņēmēju tīmekļa vietnēs publicējamais saturs: informācija par īstenotajiem projektiem un saņemto atbalstu no AF līdzekļiem, kā arī veiksmes stāsti un rezultāti, kas panākti ar AF finansējumu.

PRASĪBAS

OBLIGĀTAS

- Atsauce uz ES finansējumu, norādot to tekstā un vizuālos materiālus papildinot ar logo
- Logo – ES emblēma ar piebildi “Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU” un NAP (Par lietošanu skatīt 2.2.1 nodaļu)
- Atsauce par materiāla saturā paustā viedokļa autoru

ĻOTI IETEICAMAS

- Burtveidols Arial
- Attiecīgā darbības virziena krāsas
- AF simbols Latvijā

Praktiski padomi un ieteikumi komunikācijas materiālu izstrādei un to ietekmes uzlabošanai

1. Komunikācijas pieeja

Definējiet komunikācijas mērķi!
Vai tas ir informēt, izglītēt, aicināt uz rīcību – svarīgi pielāgot tam savu vēstījumu un informāciju, neiekļaut lieku saturu.

Izmantojiet visas būtiskākās tīmekļa vietnes! Dalieties ar sagatavoto saturu tā ievietošanai www.esfondi.lv, kā arī apdomājiet, kādu vēl saistīto iestāžu tīmekļa vietnēs šī informācija būtu noderīga, un dalieties ar to.

2. Vizuālais noformējums

Papildiniet saturu ar AF vizuālajai identitātei atbilstošiem uzskates materiāliem:

Ievērojiet visas AF komunikācijas prasības, īpaši par logo ievietošanu, kā arī, kur iespējams, par akcenta krāsu un AF elementu lietošanu.

Izmantojiet korektus, īstus projektu vai iniciatīvu reprezentējošus foto optimālā faila izmērā, lai nepalēninātu lapas ielādi.

Ja šādi foto nav pieejami un tiks izmantoti brīvpiekļuves foto, izvēlieties tādus, kas visprecīzāk atbilst jūsu ziņai un Latvijas situācijai.

Ja foto vietā tiek likts grafisks vizuālais materiāls ar korekti izvietotu logo, raksta noslēgumā logo atkārtot nav nepieciešams. Ja šāda materiāla nav, raksta noslēgumā obligāti jāiekļauj logo kopa.

3. Teksti

Iekļaujiet atsauci uz ES finansējumu!
Izmantojiet iespēju tekstā harmoniski iekļūdināt to, ka projekts, iniciatīva vai reforma notiek ar AF iesaisti, piemēram: “(..) notiek ar AF atbalstu”, “(..) ir viena no AF finansētajām iniciatīvām Latvijā”, “(..) ir būtiska ES AF reforma Latvijā” u.tml.

Piemini AF jau teksta sākumā vai pat nosaukumā (ja iespējams)!

Izmantojiet pieredzes stāstus un citātus! Dalieties ar kādas personas citātu vai pieredzes stāstu, kas ne tikai informē, bet arī nostiprina tekstu un informāciju atmiņā.

Norādiet kontaktus saziņai! Ja informējat par atvērtajiem projektiem vai iespējām iegūt atbalstu/finansējumu, noteikti miniet kontaktus, kur var uzzināt vairāk informācijas.

Stāstot par AF vispārīgi, norādiet: Uzzini vairāk www.esfondi.lv

Ievietojiet tekstuālu atsauci (ja nepieciešams)! Materiālos, kas satur garāku tekstu un informāciju nekā tikai pamatinformāciju par projektu, noslēgumā obligāti lietojama tekstuāla atsauce:

Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU. Tomēr paustie uzskati un viedokļi ir tikai autora(-u) uzskati un viedokļi un ne vienmēr atspoguļo Eiropas Savienības vai Eiropas Komisijas uzskatus un viedokļus. Par tiem nav atbildīga ne Eiropas Savienība, ne Eiropas Komisija.

4. Citi ieteikumi

Izmantojiet pareizus faktus un nosaukumus!

Pārliecinieties, ka tīmekļa vietnes informācija tiek regulāri atjaunināta!

Ņemiet vērā svarīgāko rakstu veidošanā, lai uzlabotu mājaslapas SEO optimizāciju: iekļaujiet tekstā, virsrakstos, foto un citu vizuālo materiālu nosaukumos būtiskākos un populārākos atslēgvārdus!

Izmantojiet tīmekļa vietnes analītikas rīkus! Novērtējiet, kāda veida raksti un informācija tiek patērēta visbiežāk, kāds ir dažādu rakstu veidu atvēršanas skaits, un izmantojiet apmeklētāko sadaļu un rakstu principus. Piedzīvojot būtisku tīmekļa vietnes apmeklētāju kritumu, izvērtējiet komunikācijas pieeju un regularitāti kopumā.

Grupējiet un kategorizējiet informāciju! Izmantojiet tīmekļa vietnes funkcionalitāti, lai vienas tēmas raksti būtu vienmēr ērti atrodamī, piemēram, ieviešot apakšsadaļu vai rakstu kategoriju “Atveseļošanas fonds”. Publicējot informāciju [esfondi.lv](http://www.esfondi.lv), pārliecinieties, ka ir atzīmēta sadaļa “Atveseļošanas fonds”.

Ieteikumi preses reližu un tīmekļa rakstu sagatavošanai

1. Vienmēr izmantojiet tikai precīzus faktus un informāciju.
2. Ievietojiet atsauci uz AF finansējumu un dariet to maksimāli harmoniski integrējot saturā, piemēram, “(..) ir viens no Atveseļošanas fonda prioritārajiem projektiem/ reformām/investīcijām Latvijā” vai “(..) notiek, pateicoties Atveseļošanas fonda atbalstam, un sniegs (..)”. Iekļaujiet norādi uz AF pēc iespējas tuvāk teksta sākumam, t.i., virsrakstā vai pirmajās rindkopās.
3. Iekļaujiet kādas personas citātu vai pieredzes stāstu, kas sniedz vērtējumu vai satur emocionālu vēstījumu, lai labāk paliktu atmiņā.
4. Pievienojiet vispārēju informāciju par AF raksta noslēgumā:
Par Atveseļošanas fondu
Atveseļošanas fonds (Recovery and Resilience Facility) ir EK centralizēti pārvaldīta budžeta programma, kas izveidota papildus 2021.–2027. gada plānošanas perioda ES daudzgadu budžetam. Tās mērķis ir atbalstīt reformas un investīcijas, kas saistītas ar pāreju uz zaļo un digitālo ekonomiku, kā arī mazināt krīzes radīto sociālo un ekonomisko ietekmi. No Atveseļošanas fonda Latvijas tautsaimniecībā līdz 2026. gada beigām paredzēts investēt 1,97 miljardus eiro, īstenojot reformas un veicot investīcijas visos sešos Atveseļošanas fonda darbības virzienos: Klimats un enerģētika (tai skaitā REPowerEU), Digitālā transformācija, Nevienlīdzības mazināšana, Ekonomikas transformācija, Veselība un Likuma vara.
5. Miniet kontaktus saziņai, kā arī informāciju par www.esfondi.lv tīmekļa vietni, kurā vienmēr uzzināt jaunāko par AF.

PIEMĒRAM: Uzzini vairāk: www.esfondi.lv

SVARĪGI!

Relizēs par stratēģiskajiem projektiem stingri ieteicams iekļaut EK pārstāvniecības Latvijā pārstāvju citātu!

SATURA RĀDĪTĀJS

Ieteikumi pieredzes stāstu sagatavošanai

1. Uzņēmuma vai organizācijas veiksmes un projekta pieredzes stāstu veidojiet pēc šādas struktūras:
 - a Virsraksts: būtiskākā informācija par projektu – ieguvums no tā sabiedrībai vai noteiktām mērķgrupām.
 - b Ievads: būtiskākais par projektu. Šai informācijai jāatbild uz jautājumiem:
 - i Kāds projekts ir sākts vai realizēts?
 - ii Kāpēc projekts ir nozīmīgs uzņēmumam vai organizācijai, sabiedrībai vai noteiktām sabiedrības grupām?
 - iii Kāds ir finansējums? Kādu daļu nosedz AF atbalsts?
 - c Uzņēmuma vai organizācijas pārstāvja citāts. Pārstāvim var uzdot šādus jautājumus:
 - i Kāpēc AF atbalsts jums ir svarīgs?
 - ii Kādi ir turpmākie uzņēmuma vai organizācijas plāni?
 - iii Ko sabiedrība iegūst vai iegūs no realizētā projekta?
 - iv Kādus uzņēmuma vai organizācijas mērķus projekts palīdzēs vai palīdzēja sasniegt?
 - d Papildu informācija par projektu, minot faktus un datus.
 - e Informācija par uzņēmumu vai organizāciju. Šai informācijai jāatbild uz šādiem jautājumiem:
 - i Ar ko uzņēmums vai organizācija nodarbojas?
 - ii Kur tas atrodas?
 - iii Kāds ir tā apgrozījums? (ja attiecināms)
 - iv Kāda ir kopējā projektā ieguldītā summa, un kāds ir kapitāla atlaides apjoms?
 - v Cita noderīga informācija par uzņēmumu vai organizāciju.

Pievienojiet informāciju par AF:

Par Atveseļošanas fondu

Atveseļošanas fonds (Recovery and Resilience Facility) ir EK centralizēti pārvaldīta budžeta programma, kas izveidota papildus 2021.–2027. gada plānošanas perioda ES daudzgadu budžetam. Tās mērķis ir atbalstīt reformas un investīcijas, kas saistītas ar pāreju uz zaļo un digitālo ekonomiku, kā arī mazināt krīzes radīto sociālo un ekonomisko ietekmi. No Atveseļošanas fonda Latvijas tautsaimniecībā līdz 2026. gada beigām paredzēts investēt 1,97 miljardus eiro, īstenojot reformas un veicot investīcijas visos sešos Atveseļošanas fonda darbības virzienos: Klimats un enerģētika (tai skaitā REPowerEU), Digitālā transformācija, Nevienlīdzības mazināšana, Ekonomikas transformācija, Veselība un Likuma vara.

Atveseļošanas fonda reformas un investīcijas Latvijā tiek finansētas no Eiropas Savienības Atveseļošanas un noturības mehānisma (European Commission Recovery and Resilience Facility) budžeta līdzekļiem ar valsts budžeta līdzfinansējumu.

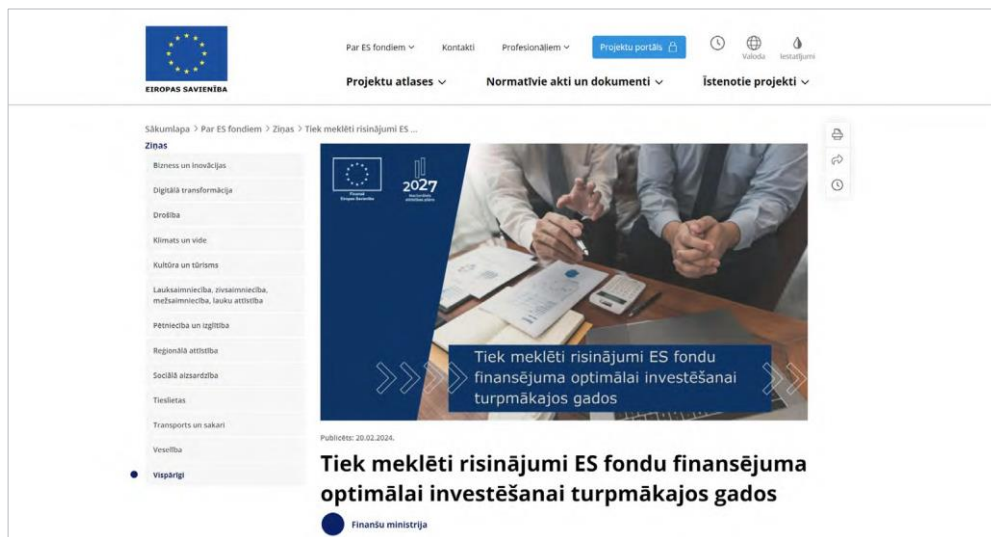
Uzzini vairāk: www.esfondi.lv

2. Pievienojiet uzņēmuma vai organizācijas, vai to pārstāvja fotoattēlus medijiem piemērotā horizontālā formātā vai izstrādāiet vizuālo materiālu AF identitātē. Ja iespējams, pievienojiet datus par pašu investīciju vai projektu, t.i., potenciāli – norises vieta, paveiktās izmaiņas, iegādātās iekārtas u.c.

Ieteikumi rakstu vizuālo materiālu sagatavošanai un prasības logo izvietojumam:

1. Ievērojiet AF komunikācijas obligātās prasības vizuālo materiālu izstrādē.
(Skatīt 2.2 nodaļu)
2. Kā raksta titulbilde izmantojiet tikai un vienīgi attiecīgajai tīmekļa vietnei atbilstoša izmēra materiālu, lai tas netiktu apgriezts vai izvietots tikai daļēji.
3. Ievērojiet vienu no trīs logo ansambļa izvietojanas principiem, balstoties uz tīmekļa vietnes tehniskajām iespējām:
 - a Ja raksta galvenais vizuālais materiāls (titulbilde) ir foto, logo kopu izvietojiet kā atsevišķu vizuālo materiālu raksta noslēgumā.
 - b Ja raksta galvenais vizuālais materiāls (titulbilde) ir grafisks vizuālais materiāls un tajā korekti iekļauts logo ansamblis, atsevišķi raksta noslēgumā to neievietojiet.

B PIEMĒRS: <https://www.esfondi.lv/par-es-fondiem/zinas/tiek-meklēti-risinājumi-es-fondu-finansējuma-optimalai-investēšanai-turpmākajos-gados>



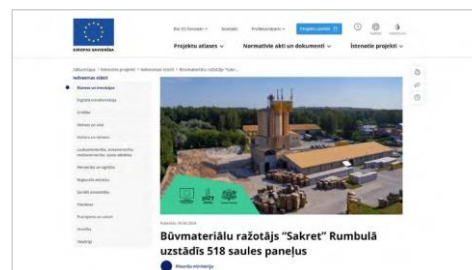
- c Ja tīmekļa vietnes funkcionalitāte neļauj izvietot logo ansambli zem teksta vai iekļaut tekstā, logo ansamblis jāizvietoj uz galvenā vizuālā materiāla vai citiem pievienotajiem vai galerijas vizuālajiem materiāliem tā, lai logo būtu skaidri saskatāmi. Tie jāizvietoj uz piedāvātā elementa, izvēloties attiecīgā darbības virziena krāsu un melnu vai baltu logo versiju (skatīt tālāk) vai arī baltu fonu un logo pilnkrāsu versijas, sniedzot informāciju par AF kopumā.

C PIEMĒRS: Logo ansambļa krāsas pielāgotas fona foto.

- a Sniedzot informāciju par AF kopumā, balts fona elements ar logo pilnkrāsu versijām.



- b AF darbības virziena krāsas un logo versijas lietojums:



Raksts www.esfondi.lv
par ES Atveseļošanas fonda sniegtajām iespējām, papildināts ar infografiku.

SATURA RĀDĪTĀJS

Raksts FM mājaslapā www.fm.gov.lv “Atveseļošanas fonds Latvijā sniedz iespējas 6 darbības virzienos”, papildināts ar infografiku.

43

2.3.1

Digitālā komunikācija

Digitālie baneri un reklāmas

Informācijas izplatīšanai un plašākas auditorijas sasniegšanai var tikt izmantoti maksas komunikācijas kanāli, piemēram, izvietojot digitālos banerus dažādos portālos. Reklāmu risinājumi ļauj sasniegt plašāku auditoriju, kā arī segmentēt to, sasniedzot tikai projektam nepieciešamās, specifiskās mērķa grupas.

Digitālie baneri ir vizuālie materiāli, kas tiek izvietoti dažādās tīmekļa vietnēs reklāmas nolūkā. Tie var būt arī reklāmmateriāli un informatīvie materiāli, kas tiek izvietoti digitālajos informatīvajos vai reklāmas stendos telpās vai ārtelpā (šādos gadījumos to izveidošanas principi nemainās).

Izstrādājot digitālos banerus un reklāmas, var nākties saskarties ar dažādiem tehniskiem ierobežojumiem, taču, neskatoties uz izvietojuma vietas specifiku, OBLIGĀTI JĀIEVĒRO logo ansambļa izvietojuma prasības. Logo jābūt skaidri saskatāmiem un saprotamiem, tie nedrīkst būt ne graudaini, ne pārāk mazi.

SVARĪGI

Ja digitālā banera vai reklāmas izmērs pēc tehniskajām norādēm ir tik mazs, ka korekti izvietot logo nav iespējams, materiālam jābūt sasaistītam ar kādu tālāku materiālu (piemēram, rakstu tīmekļa vietnē), kur AF komunikācijas obligātās prasības ievērotas pilnībā, t.i., ievietota atsauce uz finansējuma izcelsmi un ir korekts logo ansambļa lietojums.



POPULĀRĀKIE DIGITĀLO BANERU UN REKLĀMU IZVIETOŠANAS KANĀLI UN VEIDI DIGITĀLAJĀ VIDĒ:

- **Reklāmas sociālo tīklu platformās**
(piem., META platformās – Facebook un Instagram, YouTube),
- **Reklāmas populārākajās tīmekļa vietnēs**
(piem., DELFI, TVNET, Inbox.lv),
- **Google piedāvātie reklāmu risinājumi jeb Google Display Network**, t.i., reklāma mazāk populārās tīmekļa vietnēs.

PRASĪBAS

OBLIGĀTAS

- Atsauce uz ES finansējumu, norādot to tekstā un vizuālos materiālus papildinot ar logo
- Logo – ES emblēma ar piebildi “Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU” un NAP (par lietošanu skatīt 2.2.1 nodaļu)

ĻOTI IETEICAMAS

- Burtveidols Arial
- Attiecīgā darbības virziena krāsas
- AF simbols Latvijā



Praktiski padomi un ieteikumi digitālo baneru un reklāmas materiālu izstrādei un to ietekmes uzlabošanai

1. Komunikācijas pieeja

Izpētiet piedāvājumu un nosakiet savu mērķauditoriju!

Reklāmu izvietojšanas piedāvājums ir plašs. Izvērtējiet komunikācijas aktivitātēm atvēlēto budžetu, salīdziniet dažādas iespējas un izvēlieties to, kas visefektīvāk sasniegs nepieciešamo mērķauditoriju.

Definējiet reklāmas mērķi! Reklāmām, tāpat kā jebkurai komunikācijas aktivitātei, jābūt iepriekš definētam mērķim, kam pielāgo gan vēstījumu, gan vizuālo noformējumu, gan izvietojšanas vietu un laiku.

Sasaistiet reklāmas materiālu ar plašāku komunikācijas kanālu vai materiālu! Reklāmas digitālajā vidē vienmēr tiek sasaistītas ar kādu plašāku informācijas avotu, piemēram, tīmekļa vietni, specifisku tās sadaļu vai rakstu.

2. Vizuālais noformējums

Neaizmirstiet obligātās prasības! Ievērojiet visas AF komunikācijas prasības! (Skatīt 2.2 nodaļu.) **Ja logo ansambļa izvietojšana tehniski nav iespējama, izvietojiet to materiālā, ar kuru sasaistīts reklāmmateriāls!**

Izmantojiet īstus foto! Kad vien iespējams, izmantojiet korektus, īstus projektu vai iniciatīvu reprezentējošus foto. Ja šie foto nav pieejami labā kvalitātē un augstā izšķirtspējā, tad labāk reklāmas nolūkiem izmantot dažādas foto krātuves.

Brīvpiekļuves avoti (jānorāda autors):

- [pexels.com](https://www.pexels.com) (obligāti jānorāda autors)
- unsplash.com (ieteicams norādīt autoru, bet tā nav prasība)

Maksas avoti (iespēja iegādāties un izmantot foto bez autora norādīšanas):

- [shutterstock.com](https://www.shutterstock.com)
- [depositphotos.com](https://www.depositphotos.com)

Nodrošiniet datu un autortiesību aizsardzību! Ja fotogrāfijās ir cilvēki, pārliecinieties, ka ir saņemta viņu piekrišana foto publiskošanai. Izmantojot citu cilvēku vai iestāžu foto, pārliecinieties, ka ir saņemta attiecīga atļauja un ka pareizi norādīts fotogrāfs un/vai iestāde, kurai pieder tiesības uz konkrēto attēlu.

3. Teksti

Īsi un konkrēti! Reklāmmateriālos un digitālajos baneros vairieties no gariem tekstiem. Tos ierobežos tehniskās prasības, bet, tā kā digitālā reklāma ir dinamiska, garus tekstus mērķauditorija var nepagūt izlasīt.

Nebaidieties no skaļām frāzēm!

Digitālo baneru un reklāmu mērķis ir pievērst mērķauditorijas uzmanību un aicināt uz rīcību – uzklikšķināt uz reklāmas, lai uzzinātu vairāk.

Ir iespējama arī īsa atsauce uz AF!

Lai piesaistītu uzmanību, izmantojiet AF galvenos mērķus, būtiskākos ieguvumus un pieejamā finansējuma skaitļus,. Piemēram: “Kļūstam dabai draudzīgāki! 1,97 mljrd. € investīcijām un reformām no ES Atveseļošanas fonda” // “Kļūstam digitālāki!

365,3 milj. € investīcijām un reformām Latvijas digitālajai transformācijai.”

4. Citi ieteikumi

Izmantojiet tehniskās iespējas!

Digitālie baneri un reklāmas nereti ļauj izvietot kustīgu materiālu (piemēram, .gif), kas dod iespēju vienā materiālā apvienot vairākus. Izmantojiet to! Veidojiet materiālus kā nelielus stāstus no vairākiem kadriem. Logo ansamblis un nepieciešamās atsaucenes ievietojamas noslēdzošajā kadrā.

Izmantojiet datus un statistiku!

Veicot jebkādas reklāmas aktivitātes, vienmēr ievāciet informāciju par rezultātiem, izanalizējiet to un nākamās aktivitātes veiciet, jau balstoties uz iepriekšējo pieredzi un rezultātiem.

PIEMĒRI

Google Display Network reklāmas

Reklāmas piemērs
160x600px



Kļūstam digitālāki.



128,8 milj. €
valsts pārvaldes
pakalpojumu
digitalizēšanai.



Reklāmas piemērs
300x250px



Kļūstam digitālāki.



128,8 milj. € valsts pārvaldes
pakalpojumu digitalizēšanai.



Example of your text ad at 300x250



Kļūstam digitālāki.

128,8 milj. € valsts pārvaldes
pakalpojumu digitalizēšanai.

Finanšu ministrija

Skatīt Vairāk

Reklāmas piemērs
160x600px



Uzlabojam dzīvi reģionos.



Ar ES Atveseļošanas
fonda investīcijām
uzlaboti valsts un
reģionālas nozīmes
autoceļi.



Reklāmas piemērs
300x250px



Uzlabojam dzīvi reģionos.



Ar ES Atveseļošanas fonda
investīcijām uzlaboti valsts un
reģionālas nozīmes autoceļi.



Example of your text ad at 300x250



Uzlabojam dzīvi reģionos.

Ar ES Atveseļošanas fonda
investīcijām uzlaboti valsts un
reģionālas nozīmes autoceļi.

Finanšu ministrija

Skatīt Vairāk

2.3.1

Digitālā komunikācija



Video un audio materiāli

Video un audio materiāli sniedz daudzpusīgas iespējas komunikācijai un informācijas nodošanai, ļaujot sasniegt plašāku auditoriju. Cilvēki labāk pamana un uztver audiovizuālu informāciju. Video un audio saturā ir iespēja paust emocijas, kas ir būtiski, veidojot saikni ar auditoriju. Video materiāli ir īpaši nozīmīgi sociālo tīklu platformās, savukārt dažādi audio materiāli izmantojami gan radio, gan raidierakstos (podkāstos).

PRASĪBAS

OBLIGĀTAS

- Atsauce uz ES finansējumu, norādot to tekstā un vizuālos materiālus papildinot ar logo
- Logo – ES emblēma ar piebildi “Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU” un NAP (par lietošanu skatīt 2.2.1 nodaļu)
- Atsauce par materiālā paustā viedokļa autoru

ĻOTI IETEICAMAS

- Burtveidols Arial
- Attiecīgā darbības virziena krāsas
- AF simbols Latvijā
- Foto un ikonu lietojums pēc 2.2.5 nodaļā noteiktajiem principiem



Praktiski padomi un ieteikumi video un audio materiālu izstrādei un to ietekmes uzlabošanai

1. Komunikācijas pieeja

Gan video, gan audio materiāli ir rūpīgi jāplāno! Stratēģisko konceptu veidojiet pēc šādiem principiem:

Izziniet mērķauditoriju un tās izmantotos komunikācijas kanālus.

Definējiet audio vai video materiāla mērķi – informēt, izglītēt, aicināt iesaistīties vai cits – un pielāgojiet tam savu saturu un vēstījumu.

Izvēlieties audio vai video materiāla izvietojuma vietas!

Izvēlieties atbilstošu materiāla ilgumu un formātu! Dažādi sociālie mediji un citi materiālu izvietojuma kanāli pieļauj atšķirīgu audio un video materiālu garumu un formātus – pirms sākat veidot materiālus, pārliecinieties, ka zināt precīzus tehniskos kritērijus.

Izveidojiet detalizētu scenāriju!

Video materiālos tas sastāvēs no strukturēta teksta un kadru plāna, audio materiālos – no strukturēta teksta.

Piesaistiet un noturiet uzmanību! To var panākt, uzdodot retorisku jautājumu materiāla sākumā un turpinot ar skaidrojumu vai interesantiem faktiem.

Iekļaujieties izvēlētajam komunikācijas kanālam atbilstošā laikā! Cilvēku uzmanības fokuss kļūst arvien īsāks, tādēļ vairieties no pārlietu gariem materiāliem.

Vienmēr norādiet ceļu, kā iegūt vairāk informācijas!

2. Vizuālais noformējums (video sagatavošanai)

Neaizmirstiet obligātās prasības! Ievērojiet visas AF komunikācijas prasības. (Skatīt 2.2 nodaļu)

Izmantojiet subtitrus! Ņemot vērā sociālo tīklu lietošanas paradumus, tā ir kļuvusi par vispārpieņemtu praksi un nodrošina sociālo iekļaušanu un padara materiālu pieejamu un uztveramu arī cilvēkiem ar īpašām vajadzībām.

3. Teksti (gan audio failu, gan video sagatavošanai)

Pielāgojiet saturu komunikācijas materiāla mērķim un izplatīšanas stratēģijai! Gan audio failu, gan video materiālu saturs var būt informatīvs, izklaidējošs vai iesaistošs. Izstrādājot saturu, ņemiet vērā izvēlēto mērķi un stratēģiju.

Nododiet informāciju mērķauditorijai saprotamā valodā! Vairieties no sarežģītiem vārdiem, skaidrojiet informāciju vienkārši un saprotami. Lai nodotu savu vēstījumu, izmantojiet īsus, konkrētus un vienkāršus tekstus.

Izvēlieties atbilstošu balsi!

Gan video, gan audio materiālu sagatavošanā izmantojiet tādu balsi, kuras tembrs un stils atbilst attiecīgā materiāla vajadzībām (mērķim, saturam, vēstījumam).

Ievietojiet tekstuālu atsauci

(ja nepieciešams)! Materiālos, kas satur garāku tekstu un informāciju nekā tikai pamatinformāciju par projektu, noslēgumā obligāti lietojama tekstuāla atsaucē:

Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU. Tomēr paustie uzskati un viedokļi ir tikai autora(-u) uzskati un viedokļi un ne vienmēr atspoguļo Eiropas Savienības vai Eiropas Komisijas uzskatus un viedokļus. Par tiem nav atbildīga ne Eiropas Savienība, ne Eiropas Komisija.

4. Citi ieteikumi

Neaizmirstiet autortiesības!

Veidojot video materiālus no dažādiem elementiem, pārliecinieties, ka ir saņemta atbilstoša atļauja to izmantošanai. Audio materiālos pārliecinieties, ka ir saņemtas tiesības izmantot fona mūziku un ka cilvēks, kurš ierunājies materiālā, ir devis savu piekrišanu tā publiskošanai.

Atcerieties par atsaucēm!

Video materiālos jāiekļauj gan logo ansamblis, gan atsaucē uz AF tekstā, savukārt audio materiālos obligāti jāpiemin AF.

PIEMĒRI

Video

[Klimats un enerģētika \(tai skaitā RePowerEU\)](#)

[Digitālā transformācija](#)

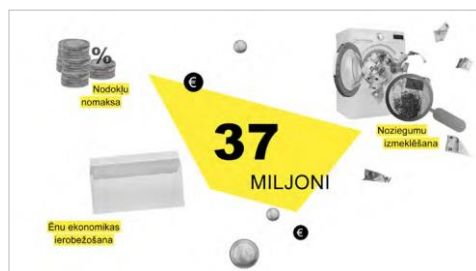
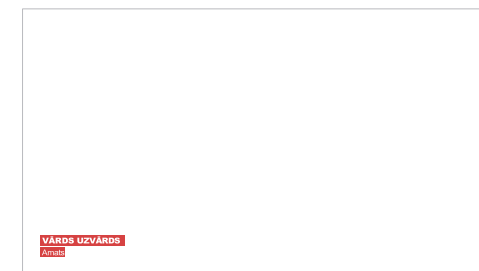
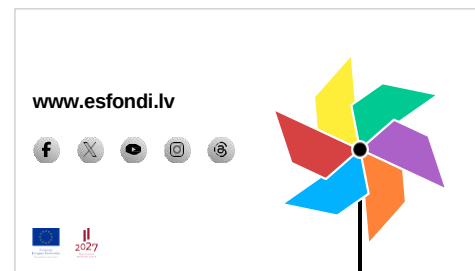
[Nevienlīdzības mazināšana](#)

[Ekonomikas transformācija](#)

[Veselība](#)

[Likuma vara](#)

Video sākuma un noslēguma kadri, titri



2.3.2

Obligātie fiziskie elementi – stendi, plāksnes, plakāti

Informācijas stendi dažādas informācijas izvietošanai un obligāti ilgtspējīgi stendi, plāksnes un plakāti

Lai gan mūsdienās digitālā komunikācija sasniedz lielāko sabiedrības daļu, neviens komunikācijas kanāls vai aktivitāte nesasniedz visus mērķgrupu pārstāvjus. Daļa sabiedrības nepatērē digitālo saturu, tāpēc tās sasniegšanai joprojām būtiska loma ir komunikācijas materiāliem reālā vidē jeb telpās un ārtelpās.

AF un ES fondu komunikācijā kopumā nodalāmi divu veidu informācijas stendi:

- Obligāti izgatavojami ilgtspējīgi informācijas stendi, plāksnes, plakāti un elektroniskie displeji.
- Digitāli vai fiziski izvietota reklāma – vides reklāma.

OBLIGĀTI IZGATAVOJAMI ilgtspējīgi informācijas stendi, plāksnes, plakāti un elektroniskie displeji

Obligāts elements attiecībā uz AF atbalsta redzamību un komunikāciju ir plāksnes, informācijas stendi un plakāti vai elektroniskie displeji. Šiem fiziskajiem komunikācijas materiāliem ir jābūt skaidriem, viegli lasāmiem un uztveramiem, lai tie sasniegtu savu mērķi – iespējami vienkāršā valodā informēt sabiedrību par konkrēto ES finansiāli atbalstīto darbību un tās sniegto labumu. Uz šiem fiziskajiem komunikācijas objektiem **NAV** jāizvieto projekta numurs vai citas specifiskas ziņas par projektu.

Ieteicams izmantot vienkāršu dizainu, nesablīvēt informāciju un nepievienot pārāk daudz logotipu. [Tiešsaistes ģenerators](#) veidnēs, kas parādītas nākamajās lappusēs, ir būtiska informācija par projektu. Ar tiešsaistes ģeneratoru finansējuma saņēmēji var izveidot drukāšanai gatavus informācijas standus, plāksnes un plakātus, vienkārši ierakstot projekta datus latviešu valodā. Ja vēlaties kādu no šiem komunikācijas elementiem radīt no nulles bez tiešsaistes ģenerators, jāievēro šajās vadlīnijās aprakstītās prasības.



PRASĪBAS

OBLIGĀTAS

- Piebilde par ES finansējumu tekstā un vizuālie materiāli papildināti ar logo
- Logo – ES emblēma ar piebildi “Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU” un NAP (Par lietošanu skatīt 2.2.1 nodaļu.)
- Ilgtspējīgu plāksņu, informācijas stendu, plakātu vai elektronisku displeju lietošana sabiedrības informēšanai
- Atsauce par materiāla saturā paustā viedokļa autoru

ĻOTI IETEICAMAS

- Burtveidols Arial
- Attiecīgā darbības virziena krāsas
- AF simbols Latvijā



Stends un plāksne

Kad izmantot informācijas stendu un plāksni

Tiklīdz AF atbalstītam projektam, kura kopējās izmaksas pārsniedz 100 000 EUR, sākas faktiskā īstenošana ar materiālām investīcijām vai tiklīdz tiek uzstādīts iegādātais aprīkojums, izvieto sabiedrībai labi redzamas ilgtspējīgas plāksnes vai informācijas stendus.

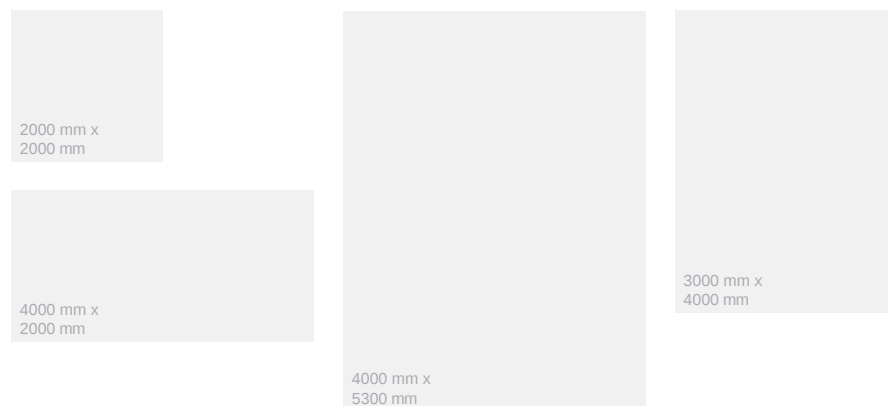
Sabiedrībai viegli pamanāmi informācijas stendi vai plāksnes jānovieto blakus darbības vietai, tiklīdz tiek sākta fiziskā īstenošana vai aprīkojuma iegāde. Tas ir brīdis, kad projektā ir noslēgts līgums starp finansējuma saņēmēju un pakalpojumu sniedzēju/iegādātāju/būvdarbu veicēju. Gadījumos, kad darbības ir sāktas pirms līguma vai vienošanās noslēgšanas ar CFLA/LAD/lekšlietu ministriju, tas ir līguma vai vienošanās noslēgšanas datums ar pakalpojumu sniedzēju/iegādātāju/būvdarbu veicēju.

Plāksnēm un informācijas stendiem jābūt izgatavotiem no izturīga materiāla, kas nodrošina ilgstošu eksponēšanu. Starp informācijas stendiem un plāksnēm nav funkcionālas atšķirības. Ja finansējuma saņēmējs uzstāda informācijas stendu un, piemēram, pēc būvdarbu pabeigšanas vēlas to nomainīt pret plāksni, to drīkst darīt, ja plāksne tiek uzstādīta, tiklīdz informācijas stends ir noņemts. Taču var arī turpmāk izmantot informācijas stendu.

Ja projekts neietilpst šajā kategorijā, skatiet sadaļu “Plakāts un elektroniskais displejs”.

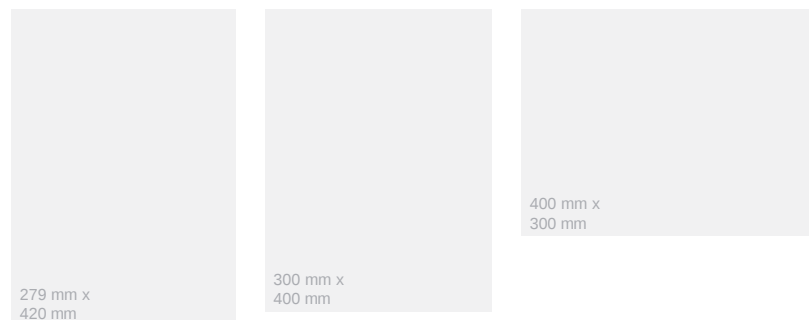
STENDA IZMĒRI:

2000 mm x 2000 mm; 4000 mm x 2000 mm; 4000 mm x 5300 mm; 3000 mm x 4000 mm



PLĀKSNES IZMĒRI:

279 mm x 420 mm; 300 mm x 400 mm; 400 mm x 300 mm



Stenda pamatelementi:

- 1. Virsraksts.** Virsraksts ir darbības nosaukums vai tās galvenais mērķis. Virsrakstam jābūt īsam un sabiedrībai saprotamam. Centieties nelietot akronīmus un profesionālismus, ko nevar saprast, nepārzinot projektu vai konkrēto jomu.
- 2. ES emblēma un piebilde par finansējumu.** Šajās veidnēs ES emblēma ir jānovieto apakšējā kreisajā stūrī. Visai informācijai, tajā skaitā piebildei par finansējumu, vienmēr jābūt vietējā valodā.
- 3. Partneru logotipi.** Ja papildu ES emblēmai tiek attēloti citi logotipi, ES emblēmai ir jābūt vismaz tādā pašā izmērā kā lielākajam no tiem. Tiešsaistes ģenerators veidne pieļauj ne vairāk kā trīs papildu logotipus. Tie var būt, piemēram, dalībvalsts (Latvijas gadījumā obligāti NAP logo) un reģiona logotipi. Papildu lauki logotipiem nav obligāti, un ieteicams pievienot tikai nepieciešamos logotipus.
- 4. Projekta apraksts.** Apraksta garums nedrīkst pārsniegt 400 rakstzīmes. Ieteicama vienkārša valoda, tāpēc vairieties no akronīmiem, profesionālismiem un atkārtotības. Labs projekta apraksts sabiedrībai saprotami vienkāršos vārdos izskaidro projekta mērķi.
- 5. Finansiālais ieguldījums.** Šī sadaļa sastāv no diviem informācijas laukiem – “Kopējais budžets” un “ES finansējums”. “Kopējais budžets” attiecas uz projekta kopējo budžetu, kas ietver gan ES finansējumu, gan publisko/privāto finansējumu. “ES finansējums” attiecas uz ES atbalsta summu no kopējā budžeta.
- 6. Ilgums.** Šajā sadaļā norāda projekta īstenošanas laikposmu. Jānorāda mēnesis un gads.
- 7. Attēls. Attēla kvalitāte.** Izšķirtspēja datorā tiek mērīta pikseļos uz collu (PPI), ko tieši izsaka ar DPI. 300 PPI digitālais attēls tiks izdrukāts kā 300 DPI. Attēls datorā var izskatīties pietiekami kvalitatīvs, taču izdrukātā veidā izšķirtspēja joprojām būs maza. Digitālam attēlam var būt liels pikseļu skaits, bet ar mazu DPI, un tas ietekmēs attēla kvalitāti pēc izdrukāšanas. Tā kā lielāki informācijas stendi bieži vien tiek aplūkoti no attāluma, tiem var būt zemāks DPI rādītājs. Taču jātiecas nodrošināt 300 DPI. Attēla izšķirtspēja nekad nedrīkst būt mazāka par 100 DPI neatkarīgi no tā, cik liels būs informācijas stends un cik tālu to uzstādīs. **Attēla lielums.** Atkarībā no formāta: 3000 x 4000 mm – 5906 x 2661 px; 2000 x 2000 mm – 1921 x 7874 px. **Autortiesību turētājs.** Neaizmirstiet norādīt attēla autortiesību turētāju (ja attiecināms).
- 8. Tīmekļa vietne.** Ar atsauci uz tīmekļa vietni varat sniegt papildu informāciju par projektu. Var ievietot saiti uz projekta mājaslapu vai konkrēto sadaļu, kurā ir plašāka informācija par projektu. Tiešsaistes ģenerators no vietnes adreses automātiski izveido QR kodu. Pārliecinieties, ka tīmekļa vietne tiek regulāri atjaunināta.

PIEMĒRS



© Latgales televīzijas operators darbā.
Autors: Māris Bērsons

digitalabiblioteka.lv



www.lnb.lv

Projekta ilgums
08/2023 – 05/2026

Kopējā summa
1 617 040 EUR

ES finansējums
1 360 000 EUR

MEDIJU SATURA INTEGRĀCIJA DIGITĀLĀ KULTŪRAS MANTOJUMA PLATFORMĀ

Projekta mērķis ir integrēt Latvijas mediju veidotu vērtīgu saturu Latvijas Digitālā kultūras mantojuma platformā, attīstot esošās un izveidojot jaunas platformas funkcionālas iespējas un risinājumus digitālā satura saglabāšanai, apstrādei, izplatīšanai un jauna satura veidošanai.



Plāksnes pamatelementi:

- 1. Virsraksts.** Virsraksts ir darbības nosaukums vai tās galvenais mērķis. Virsrakstam jābūt īsam un sabiedrībai saprotamam. Centieties nelietot akronīmus un profesionālus, ko nevar saprast, nepārzinot projektu vai konkrēto jomu.
- 2. ES emblēma un piebilde par finansējumu.** Šajās veidnēs ES emblēma ir jānovieto apakšējā kreisajā stūrī. Visai informācijai, tajā skaitā piebildei par finansējumu, vienmēr jābūt vietējā valodā.
- 3. Partneru logotipi.** Ja papildu ES emblēmai tiek attēloti citi logotipi, ES emblēmai ir jābūt vismaz tādā pašā izmērā kā lielākajam no tiem. Tiešsaistes ģeneratora veidne pieļauj ne vairāk kā trīs papildu logotipus. Tie var būt, piemēram, dalībvalsts (Latvijas gadījumā obligāti NAP logo) vai reģiona logotipi. Papildu lauki logotipiem nav obligāti, un ieteicams pievienot tikai nepieciešamos logotipus.
- 4. Projekta apraksts.** Apraksta garums nedrīkst pārsniegt 400 rakstzīmes. Ieteicama vienkārša valoda, tāpēc vairieties no akronīmiem, profesionāliem un atkātošanās. Labs projekta apraksts sabiedrībai saprotami vienkāršos vārdos izskaidro projekta mērķi.
- 5. Tīmekļa vietne.** Ar atsauci uz tīmekļa vietni varat sniegt papildu informāciju par projektu. Var ievietot saiti uz projekta mājaslapu vai konkrēto sadaļu, kurā ir plašāka informācija par projektu. Pārliecinieties, ka tīmekļa vietne tiek regulāri atjaunināta.
- 6. QR kods.** QR kodu automātiski izveido tiešsaistes ģenerators

PIEMĒRS



<https://www.kis.gov.lv/lv/projekti>

IKT vienota pārvaldība un digitālie risinājumi kultūras nozares institūcijām

Projekta ietvaros notiks kultūras nozares pamatdarbības informācijas sistēmu pilnveide. Tas ietver valsts nozīmes bibliotēku kopkataloga, Nacionālā muzeju krājuma kopkataloga un informācijas sistēmas "Mantojums" digitālo procesu pilnveidi, Latvijas Nacionālā arhīva pakalpojumu digitālā transformācija un Kultūras ministrijas resora centralizētas IKT pārvaldības izstrādi.



Plakāts un elektroniskais displejs

Kad izmantot plakātu vai elektronisko displeju

AF atbalstītam projektam, kura kopējās izmaksas ir līdz 100 000 EUR, sabiedrībai labi redzamā vietā uzstāda vismaz vienu plakātu, kura minimālais izmērs ir A3, vai līdzvērtīgu elektronisku displeju ar ziņām par projektu un uzsvērtu AF saņemto atbalstu.

Drukātie plakāti vai elektroniskie displeji jāuzstāda, tiklīdz projekts sāks. Plakāti kalpo tam pašam mērķim kā informācijas stendi un plāksnes. Tie sniedz pamatinformāciju par projektu, lai nodrošinātu sabiedrības informētību. Plakāts vai līdzvērtīga lieluma elektroniskais displejs (vismaz A3 izmērā) jāuzstāda sabiedrībai labi redzamā vietā, piemēram, pie ieejas objektā.

Tā kā plakāti neprasa lielas izmaksas, atbalsta saņēmēji aicināti nodrošināt tieši tos, jo īpaši, ja projekti tiek īstenoti dažādās vietās (piemēram, projektos, kuros tiek organizētas mācības vai cita veida publiski pasākumi). Tomēr jāatceras, ka nevajadzētu radīt pārprodukciju. Par labo praksi uzskata plakātu atjaunināšanu pēc tam, kad tie ir nolietojušies. Tā ir arī iespēja sniegt aktuālāku informāciju. Ja gala saņēmēji ir fiziskas personas un projekta īstenošanas vieta ir privātīpašums, ieteicams izvietot mazākus plakātus (A4 vai A5 izmērā), uz kuriem attēlota ES emblēma un paziņojums par ES finansējuma izcelsmi (skat. 50. lpp).

Plakāta pamatelementi:

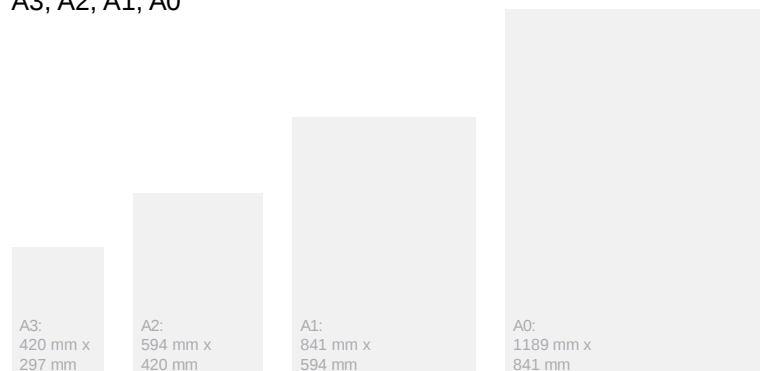
Tādi paši kā stendam (Skatīt sadaļā “Stends un plāksne”)

Attēla kvalitāte:

Attēla lielums atkarībā no formāta: A3 – 3508 x 1624 px, A0 – 4967 x 2304 px

PLAKĀTA IZMĒRI:

A3, A2, A1, A0



SATURA RĀDĪTĀJS

PIEMĒRS

© Pixabay

www.lnb.lv

**NODROŠINĀT PAŠPATĒRĪŅU
ELETROENERĢIJU LATVIJAS
NACIONĀLAJĀ BIBLIOTĒKĀ**

Projekta ilgums
12/2023 – 03/2026

Apstiprinātais
budžets
70 000 EUR

ES finansējums
57 851,24 EUR

Projekta mērķis ir veikt ieguldījumu Latvijas Nacionālās bibliotēkas infrastruktūras ēkā un tās teritorijā Rīgā, Mūkusalas ielā 5, lai panāktu vismaz 30% primārās enerģijas patēriņa samazinājumu ēkā.

Finansē Eiropas Savienība
NextGenerationEU

2027
Nacionālā bibliotēka

LATVIJAS
NACIONĀLĀ
BIBLIOTĒKA

Digitāli vai fiziski izvietota reklāma – vides reklāma

Plašākai informācijas izplatīšanai un mērķauditoriju sasniegšanai ieteicams apzināt potenciālās izvietotāšanas vietas savās un partneriestāžu telpās, kā arī ārtelpā. Piemēram, digitālie ekrāni dažādu iestāžu uzgaidāmajās telpās, drukāto afižu vai digitālie stendi bibliotēkās, pašvaldību informatīvie ekrāni ārtelpā, vides reklāmas stendi, reklāma uz sabiedriskā transporta u.c.

Praktiski padomi un ieteikumi vides reklāmas materiālu izstrādei un to ietekmes uzlabošanai

1. Komunikācijas pieeja

Izpētiet mērķauditoriju!

Novērtējiet, vai definētā mērķauditorija būtu jāuzrunā ar materiāliem vidē vai drukātā veidā. Informācijas izvietojums iekštelpās vai ārtelpā var pievērst uzmanību ikdienas gaitās, līdz ar to svarīgi saprast, kur mērķauditorija uzturas un pārvietojas.

Pielāgojiet saturu mērķauditorijai!

Definējiet komunikācijas mērķi! Vai tas ir informēt, izglītēt, aicināt uz rīcību – svarīgi pielāgot tam savu vēstījumu un informāciju, neiekļaut lieku saturu.

Noskaidrojiet, kādi informācijas stendi ir pieejami un kādus materiālu formātus tie atbalsta! Sadarbojieties ar partneriem, noskaidrojiet to iespējas informācijas izvietotāšanai un izstrādājiet tehniskajām prasībām atbilstošus materiālus.

2. Vizuālais noformējums

Neaizmirstiet obligātās prasības!

Ievērojiet visas AF komunikācijas prasības (Skatīt 2.2 nodaļu)

Izmantojiet īstus foto! Kad vien iespējams, lietojiet korektus, īstus projektu vai iniciatīvu reprezentējošus foto, ja tie pieejami labā kvalitātē un augstā izšķirtspējā, it īpaši lielformāta drukas risinājumos.

Vizualizējiet svarīgos datus un izceliet faktus radoši!

Nereti dažādi AF projekti un reformas ietver dažādus skaitliskos ieguvumus un rezultātus, kurus plašākai mērķauditorijai visefektīvāk nodot vizualizējot, piemēram, infografikās.

Nodrošiniet datu un autortiesību aizsardzību!

Ja fotogrāfijās ir cilvēki, pārliecinieties, ka ir saņemta viņu piekrišana foto publiskošanai. Izmantojot citu cilvēku vai iestāžu foto, pārliecinieties, ka ir saņemta attiecīga atļauja un ka pareizi minēts fotogrāfs un/vai iestāde, kurai pieder tiesības uz konkrēto attēlu.

3. Teksti

Pielāgojiet teksta garumu materiāla izmēram un formātam!

Digitālajos stendos izvietojiet materiālus, kuri satur maz teksta un ir veidoti pēc digitālo baneru un reklāmmateriālu principa (skatīt ieteikumus iepriekš), it īpaši, ja šajā stendā notiek materiālu rotācija. Stendos, kuros izvieto drukātus materiālus, teksts var būt garāks un skaidrojošāks, taču vienmēr izvērtējiet mērķauditorijas iespējas izlasīt to (piem., cik tuvu iespējams piekļūt, vai ilgāka stāvēšana lasīšanas laikā ir droša u.tml.).

Izmantojiet pareizus faktus un nosaukumus!

Kļūdu labošana, it īpaši drukātos materiālos, būs dārga un laikietilpīga.

Ievietojiet tekstuālu atsauci

(ja nepieciešams)! Materiālos, kas satur garāku tekstu un informāciju nekā tikai pamatinformāciju par projektu, noslēgumā obligāti lietojama tekstuāla atsauce:

Materiālu finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU. Par tā saturu atbild tikai autors(-i). Materiālā paustie viedokļi neatspoguļo Eiropas Savienības un Eiropas Komisijas oficiālo viedokli.

4. Citi ieteikumi

Taupiet resursus! Plakātu izvietotāšanai izmantojiet pieejamos digitālos informācijas stendus.

Digitālajos informācijas stendos izvietojiet digitālus materiālus!

Pārskatiet iepriekš aprakstītos ieteikumus digitālo baneru veidošanai.

Ne visus digitālo stendu materiālus var izdrukāt kvalitatīvi! Pārbaudiet to drukas kvalitāti un krāsu kodus! Nereti tiek pieņemts lēmums kādu digitāli izstrādātu materiālu arī izdrukāt (piemēram, digitālajai videi veidotus plakātus un infografikas). Taču jāņem vērā, ka kvalitatīvas drukas un pareizu krāsu panākšanai materiāls ir jāsagatavo specifiski, t.i., ar citiem krāsu kodiem (CMYK).

Lielformāta drukas gadījumā svarīga ir kvalitāte! Pārliecinieties, ka izmantoto elementu kvalitāte (piem., logo, foto) atbilst lielformāta drukai.

Izmantojiet kvadrātkodus un saīsiniet tīmekļa saites!

Drukas materiālos ieteicams izvietot kvadrātkodus, kas lasītāju aizved uz plašāku informāciju tiešsaistē. Laba alternatīva ir garu saišu īsināšana, piešķirot tām vieglāk uzrakstāmu nosaukumu. Tam var izmantot bezmaksas tiešsaistes rīku garu saišu īsināšanai: <https://ej.uz/>

PIEMĒRI

Vertikāls A4 proporciju informatīvais vizuālis
Izmantojams kā informatīvais plakāts,
augstākā izšķirtspējā – vides baneris, vides reklāma

**Pasākuma nosaukums
divās vai
trīs teksta rindās**

XX. DATUMS
PLKST. 09.00–15.00

Papildu informācija
par pasākumu,
piemēram,
uzņēmumu nosaukumi
dalībnieku vārdi



**Pasākuma nosaukums
divās vai
trīs teksta rindās**

XX. DATUMS
PLKST. 09.00–15.00

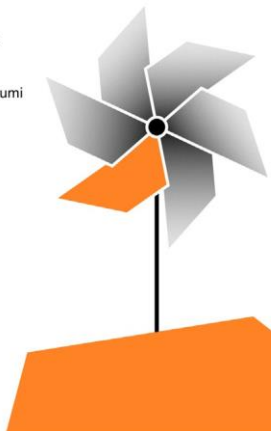
Papildu informācija
par pasākumu,
piemēram,
uzņēmumu nosaukumi
dalībnieku vārdi



**Pasākuma nosaukums
divās vai
trīs teksta rindās**

XX. DATUMS
PLKST. 09.00–15.00

Papildu informācija
par pasākumu,
piemēram,
uzņēmumu nosaukumi
dalībnieku vārdi



**Nosaukums divās
vai trīs
teksta rindās**



XX. DATUMS
PLKST. 09.00–15.00



2.3.2

Obligātie fiziskie elementi – stendi, plāksnes, plakāti



Drukāti informatīvie izdales materiāli

Lai gan visā Eiropā Zaļā kursa ietekmē arvien tiek samazināta drukātu materiālu izmantošana, var gadīties situācijas, kad digitālie risinājumi nerasniedz mērķauditoriju vai informācijas nodošanai nepieciešams izgatavot drukātus izdales materiālus.

Izdales materiālos, kas satur garāku tekstu un informāciju nekā tikai pamatinformāciju par projektu, noslēgumā obligāti lietojama tekstuāla atsauce:

Materiālu finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU.

Par tā saturu atbild tikai autors(-i). Materiālā paustie viedokļi neatpoguļo Eiropas Savienības un Eiropas Komisijas oficiālo viedokli.

PRASĪBAS

OBLIGĀTAS

- Piebilde par ES finansējumu tekstā un vizuālie materiāli papildināti ar logo
- Logo – ES emblēma ar piebildi “Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU” un NAP (Par lietošanu skatīt 2.2.1 nodaļu.)
- Atsauce par materiāla saturā paustā viedokļa autoru

ĻOTI IETEICAMAS

- Burtveidols Arial
- Attiecīgā darbības virziena krāsas
- AF simbols Latvijā



Praktiski padomi un ieteikumi drukātu informatīvo materiālu izstrādei un to ietekmes uzlabošanai

1. Komunikācijas pieeja

Definējiet komunikācijas mērķi! Vai tas ir informēt, izglītēt, aicināt uz rīcību – svarīgi pielāgot tam savu vēstījumu un informāciju, neiekļaut materiālā lieku saturu.

2. Vizuālais noformējums

Neaizmirstiet obligātās prasības! Ievērojiet visas AF komunikācijas prasības (Skatīt 2.2 nodaļu).

Izmantojiet īstus foto! Kad vien iespējams, lietojiet korektus, īstus projektu vai iniciatīvu reprezentējošus foto, ja tie pieejami labā kvalitātē un augstā izšķirtspējā, it īpaši lielformāta drukas risinājumos.

Vizualizējiet datus un izceliet faktus radoši! Nereti AF projekti un reformas ietver dažādus ieguvumus un rezultātus, kurus visefektīvāk nodot plašākai mērķauditorijai vizualizējot, piemēram, infografikās.

Nodrošiniet datu un autortiesību aizsardzību! Ja fotogrāfijās ir cilvēki, pārliecinieties, ka ir saņemta viņu piekrišana foto publiskošanai. Izmantojot citu cilvēku vai iestāžu foto, pārliecinieties, ka ir saņemta attiecīga atļauja un ka pareizi minēts fotogrāfs un/vai iestāde, kurai pieder tiesības uz konkrēto attēlu.

3. Teksti

Pielāgojiet teksta garumu materiāla mērķim, izmēram un formātam! Ja drukas materiāls ir padziļināti informatīvs un izglītojošs, tas pieļauj garu tekstu. Tomēr, ja mērķis ir virspusēji informēt par plašāku tēmu, veidojiet īsu, kodolīgu tekstu un mērķauditorijai saprotamu valodu, respektīvi – piemērojiet digitālo baneru un reklāmas tekstu izstrādes principus.

Izmantojiet pareizus faktus un nosaukumus! Kļūdu labošana, it īpaši drukātos materiālos, būs dārga un laikietilpīga.

4. Citi ieteikumi

Esiet dabai un videi draudzīgi! Vienmēr izvērtējiet materiālu izgatavošanas nepieciešamību un, kad vien iespējams, izvēlieties otrreizējās pārstrādes produkciju!

Pārbaudiet drukas kvalitāti un krāsu kodus! Nereti tiek pieņemts lēmums kādu digitāli izstrādātu materiālu arī izdrukāt (piemēram, pasākuma ielūgumu, programmu vai vizuālu informatīvo materiālu). Taču jāņem vērā, ka kvalitatīvas drukas un pareizu krāsu panākšanai materiāls ir jāsagatavo specifiski, t.i., ar citiem krāsu kodiem (CMYK).

Izmantojiet kvadrātkodus un saīsiniet tīmekļa saites! Drukas materiālos ieteicams izvietot kvadrātkodus, kas lasītāju aizved uz plašāku informāciju tiešsaistē. Laba alternatīva ir garu saišu saīsināšana, piešķirot tām vieglāk uzrakstāmu nosaukumu. Tam var izmantot bezmaksas tiešsaistes rīku garu saišu īsināšanai: <https://ej.uz/>

PIEMĒRI

Drukāts izdales materiāls

Programma, A4

Mediju digitalizācija – ieguvumi medijiem un sabiedrībai

8. APRĪLIS PROGRAMMA

13.00–13.05
Pasākuma atvēršana

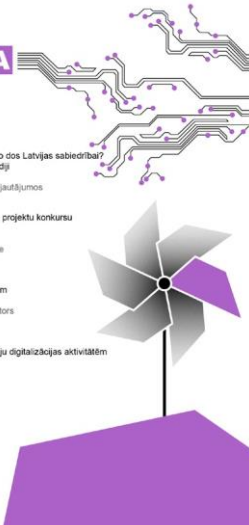
13.05–13.15
Mediju digitalizācija – kādēļ tā nepieciešama, ko dos Latvijas sabiedrībai?
Alfariets aktivitātes, uz kurām var pretendēt mediji
Kārlis Daglis
Kultūras ministres padomnieks mediju politikas jautājumos

13.20–13.25
Mediju digitalizācijas aktivitāšu administrēšana, projektu konkursu izstrādāšana, vērtēšana un uzraudzība
Arita Krūmiņa
Centrālās finanšu un līgumu aģentūras direktore

13.25–13.30
Finansējuma paveršanās iespējas Latvijas medijiem
Ingomāra Veikerte
Latvijas Raīdorganizāciju savienības izpilddirektors

13.30–13.35
Reģionālo mediju iespējas un ieguvumi no mediju digitalizācijas aktivitātēm
Uģis Salimpe
"Reģionu mediji" izdevniecības vadītājs

13.35–13.50
Individuālo jautājumu iespējas




Infografika, A4

INFOGRAFIKAS NOSAUKUMS

Uzskaitījums

Apraksts Apraksts Apraksts
Apraksts Apraksts Apraksts

2/5
vairākus pārvaldes pakalpojumus
jau padarīti ātrāki un ērtāki

19%
pakalpojums

41%
pakalpojums

11 30 20 14 23 6





Brošūra, A5

Atveseļošanas fonda plānotais ieguldījums Latvijas attīstībā

- Klimats un enerģētika (tai skaitā RePowerEU)
- Digitālā transformācija
- Ne vienlīdzības mazināšana
- Ekonomikas transformācija
- Veselība
- Likuma vara

**LIDZ
2026. GADAM**




2

6 500
ieguldījums
attīstībai un
inovācijām
Latvijas
attīstībā

35 782
personas
iesaistītas
Latvijas
attīstībā

43
Latvijas
attīstībā

Digitālā transformācija






6

Vairākus
pārvaldes
pakalpojumus
jau padarīti
ātrāki un ērtāki

Izveidots
finanšu pakalpojumu
un nodarbes attīstības
nodrošinātājs

Likuma vara






2.3.3 Pasākumi



Pasākumu materiāli: pasākumu noformējums, ielūgums un prezentācijas

Labā prakse pasākumu rīkošanā ir vienota vizuālā identitāte. AF vizuālā identitāte pieļauj dažādus radošus risinājumus, kas lieliski iederēsies pasākumu noformējumā.

Lai sasniegtu mērķi un panāktu vizuāli saistošu pasākuma kopējo noformējumu, pietiek ar nelielu materiālu skaitu.

Pasākuma vizuālā identitāte ir jāintegrē ielūgumā, pasākuma reklāmā, ja tāda tiek veidota, prezentācijās, programmā un citos materiālos. Vienotais stils ne tikai nodrošinās pasākuma saistību ar AF un uzlabos kopējo noformējumu, bet arī veicinās AF atpazīstamību.

PRASĪBAS

OBLIGĀTAS

- Atsauce uz ES finansējumu, norādot to tekstā un vizuālos materiālus papildinot ar logo
- Logo – ES emblēma ar piebildi “Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU” un NAP (par lietošanu skatīt 2.2.1 nodaļu)

Atsauce par materiāla saturā paustā viedokļa autoru

Stratēģiski svarīgo projektu īstenotājiem – vismaz viens plašāka mēroga publicitātes pasākums mediju un sabiedrības uzmanības piesaistīšanai, kurā vēlams piedalīties pārstāvjiem no atbildīgās ministrijas, kā arī EK un Eiropas Parlamenta pārstāvniecības Latvijā

ĻOTI IETEICAMAS

- Burtveidols Arial
- Attiecīgā darbības virziena krāsas
- AF simbols Latvijā



Praktiski padomi un ieteikumi pasākuma komunikācijas materiālu izstrādei un to ietekmes uzlabošanai

1.

Pasākuma noformējuma un materiālu plānošana

Izmantojiet AF piedāvātās veidnes un identitāti, lai taupītu laiku un resursus! Šīs veidnes var palīdzēt izstrādāt visus viena pasākuma komunikācijas materiālus.

Definējiet pasākuma mērķi, formātu, dalībniekus un plānoiet atbilstošus komunikācijas materiālus!

Ja pasākums ir neliels, piemēram, plānots iekšējai mērķauditorijai vai specifiskai grupai, var pietikt ar informatīvo materiālu un/vai prezentāciju. Tomēr lielākiem pasākumiem, piemēram, konferencēm, būs nepieciešami informatīvie materiāli, ielūgums, izvērsta programma, prezentācijas un citi materiāli. Ja paredzēta plašas auditorijas informēšana, gan norisē, gan komunikācijas aktivitātēs integrējiet vairāk skaidrojošu un informatīvu materiālu.

Izstrādāt materiālus sāciet laikus, lai nekavētu konstruktīvu un savlaicīgu informācijas nodošanu.

Biežāk izmantotie komunikācijas un noformējuma materiāli pasākumiem:

- informatīvs, vizuāls materiāls tīmekļa vietnēm (satur galveno informāciju par pasākumu – nosaukumu, vietu, laiku),
- ielūgums,
- programma,
- skatuves fona noformējums,
- prezentācijas.

Ievietojiet tekstuālu atsauci (ja nepieciešams)!

Materiālos, kas satur garāku tekstu un informāciju nekā tikai pamatinformāciju par projektu, noslēgumā obligāti lietojama tekstuāla atsaucē:

Materiālu finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU. Par tā saturu atbild tikai autors(-i). Materiālā paustie viedokļi neatspoguļo Eiropas Savienības un Eiropas Komisijas oficiālo viedokli.

2.

Pasākuma noformējuma un materiālu izgatavošana

Neaizmirstiet obligātās prasības! Ievērojiet visas AF komunikācijas prasības! (Skatīt 2.2 nodaļu)

Esiet dabai un videi draudzīgi!

Vienmēr izvērtējiet drukātu, vienam pasākumam paredzētu materiālu nepieciešamību. Tā vietā izmantojiet digitālos risinājumus un izvietojiet informāciju ekrānos vai projicējiet, ja to pieļauj tehniskās iespējas. Ja tomēr drukāti materiāli nepieciešami, tādā gadījumā, kad vien iespējams, izvēlieties otrreizējās pārstrādes produkciju.

Izmantojiet dažādus materiālu formātus!

It īpaši, ja pasākumā var izmantot digitālos risinājumus, lietojiet jau sagatavotos materiālus – informatīvos banerus, video un citus, lai dažādotu auditorijai sniedzamo informāciju. Tāpat pasākuma starplaikos apmeklētājiem var sniegt papildu informāciju par AF aktivitātēm.

3.

Citi ieteikumi

Izplatiet materiālus laicīgi! AF vienotā identitāte un veidnes ļaus aiztaupīt laiku specifiskas vizuālās identitātes un noformējuma izstrādei. Lai dalībnieki var rezervēt laiku pasākumam, izstrādi sāciet ar pamata informatīvo vizuālo materiālu, kurā minēts pasākuma nosaukums, datums un laiks. Plašākas ziņas var sekot vēlāk.

Izmantojiet vienu un to pašu materiālu dažādi! Apziniet pasākuma vietas tehniskās iespējas un svarīgākos vizuālos materiālus, salīdziniet to formātus un optimizējiet izmantošanas iespējas.

PIEMĒRI:

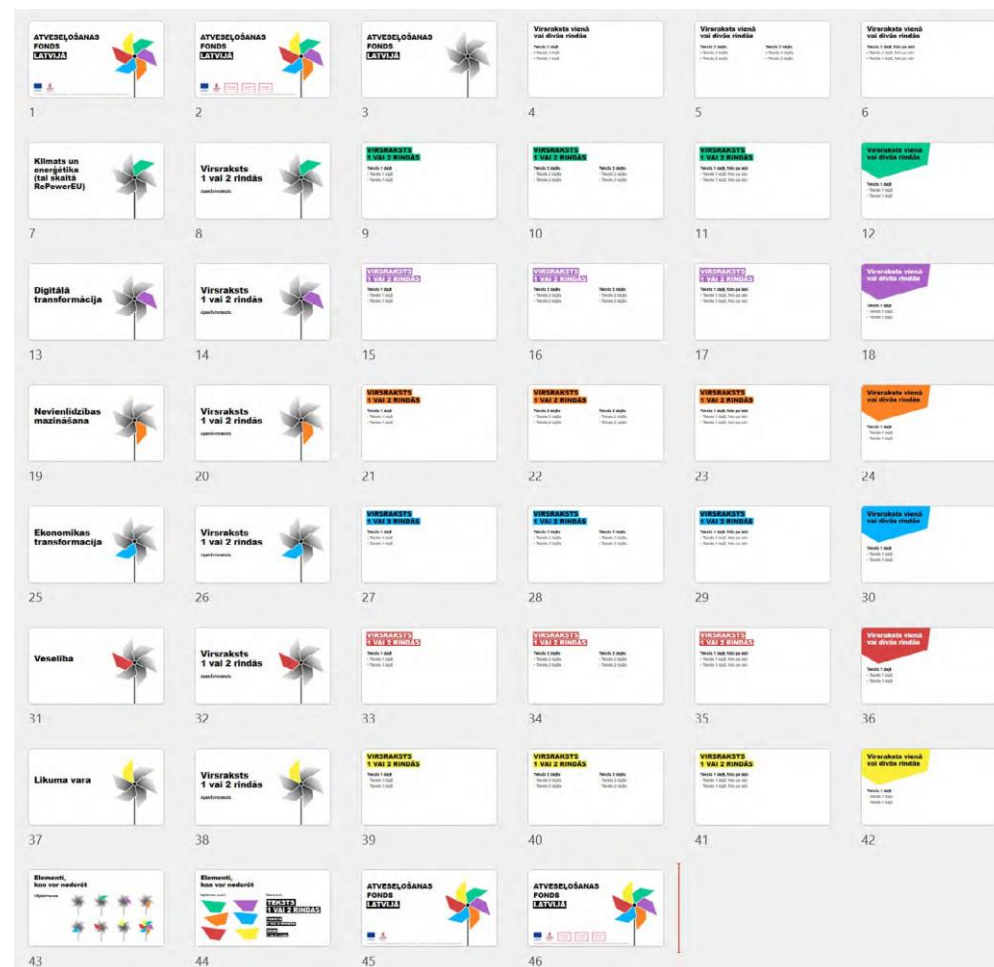
- Horizontālo informatīvo 16:9 formāta vizuāli var veidot no prezentācijas veidnes un izvietot tīmekļa vietnēs vai pievienot rakstiskajam ielūgumam vai *save the date* (rezervē datumu) ziņai e-pastā vēl pirms detalizēta ielūguma izveides. Šāds materiāls var tikt izmantots kā norāde uz specifisku pasākuma vietu vai kā pirmais kadrs tiešsaistes pasākumā.
- Horizontālo informatīvo 16:9 formāta vizuāli vai prezentācijas galveno slaidu var izvietot TV ekrānos vai projicēt uz sienas, izmantot kā pasākuma noformējums *roll-up* baneru vietā.
- Ielūgumu ar programmu var izvietot digitālajos ekrānos pasākuma vietā, lai apmeklētāji var iepazīties ar darba kārtību.

Izmantojiet digitālos risinājumus auditorijas iesaistei!

Pasākuma novērtēšanai vai atgriezeniskās saites saņemšanai vairs nav nepieciešamas aptaujas anketas – izmantojiet digitālās iespējas, piemēram, [sli.do](#).

PIEMĒRI

Prezentācija, 16:9
PowerPoint veidnē



PIEMĒRI

Pasākuma ielūgums

A4

Pasākuma nosaukums divās vai trīs teksta rindās

PASĀKUMA
APAKŠVIRSRAKSTS

28. FEBRUĀRIS
PLKST. 09.00–15.00

Pasākuma norises vieta
Adrese

PROGRAMMA

08.30–09.15 Ierašanās un registrācija
09.15–09.25 Atklāšana, uzrunas
09.25–10.55 **I DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
10.55–11.50 **PASĀKUMA II DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
11.50–12.20 Kafijas pauze
12.20–13.15 **III DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
13.15–14.00 **IV DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
14.00–14.10 Noslēgums

Reģistrēšanas līdz 15. februārim: ej.uz/registerjespasakumam




Publisko pakalpojumu digitalizācija tieslietu un saistītajās nozarēs – pārmaiņu vadības un digitālo prasmju izaicinājumi

E-LIETAS IEVIEŠANAS 2. POSMS

28. FEBRUĀRIS
PLKST. 09.00–15.00

Viesnīca Grand Poet by Semarah
(Raiņa bulvāris 5/6, Rīga)

PROGRAMMA

I līdz pēkt. Ierašanās un registrācija
09.15
09.15–09.25 Atklāšana, uzrunas
09.25–10.55 **I DAĻA**
E-lietas loma publisko pakalpojumu digitalizācijas īstenošanā Latvijā
Diskusija
10.55–11.50 **II DAĻA**
Latvijas līderība un starptautiskā pieredze
Diskusija
11.50–12.20 Kafijas pauze
12.20–13.15 **III DAĻA**
Sabiedrība. Digitalizācija. Mākslīgais intelekts.
Diskusija
13.15–14.00 **IV DAĻA**
Mākslīgais intelekts – konkurents vai palīgs?
Konferences kopasvilkums
14.00–14.10 Noslēgums




Pasākuma nosaukums divās vai trīs teksta rindās

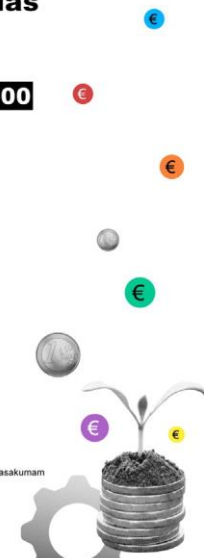
28. FEBRUĀRIS
PLKST. 09.00–15.00

Pasākuma norises vieta
Adrese

PROGRAMMA

08.30–09.15 Ierašanās un registrācija
09.15–09.25 Atklāšana, uzrunas
09.25–10.55 **I DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
10.55–11.50 **PASĀKUMA II DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
11.50–12.20 Kafijas pauze
12.20–13.15 **III DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
13.15–14.00 **IV DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
14.00–14.10 Noslēgums

Reģistrēšanas līdz 15. februārim: ej.uz/registerjespasakumam




Pasākuma nosaukums divās vai trīs teksta rindās

28. FEBRUĀRIS
PLKST. 09.00–15.00

Pasākuma norises vieta
Adrese

PROGRAMMA

08.30–09.15 Ierašanās un registrācija
09.15–09.25 Atklāšana, uzrunas
09.25–10.55 **I DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
10.55–11.50 **PASĀKUMA II DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
11.50–12.20 Kafijas pauze
12.20–13.15 **III DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
13.15–14.00 **IV DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
14.00–14.10 Noslēgums

Reģistrēšanas līdz 15. februārim: ej.uz/registerjespasakumam




SVARĪGI

Ja piemēros neatrodāt sev nepieciešamo paraugu, ievērojiet 2. nodaļā minētās galvenās prasības vizuālajai identitātei AF komunikācijā!

PIEMĒRI

Horizontāls informatīvais 16:9 formāta vizuālis.

Izmantojams komunikācijā par pasākumu/notikumu web videi, izmantojams kā raksta titulbilde un/vai tiešsaistes pasākuma 1. kadrs, pamata vizuālis fona ekrānam tiešsaistes pasākumā, optimāls izmērs komunikācijai sociālajā tīklā X, augstākā izšķirtspējā – vides baneris.

Pasākuma nosaukums divās vai trīs teksta rindās

XX. DATUMS
PLKST. 09.00–15.00



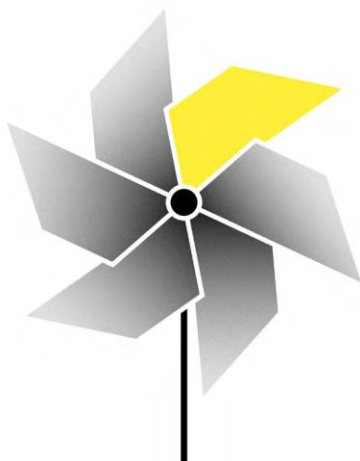
Pasākuma nosaukums divās vai trīs teksta rindās

XX. DATUMS
PLKST. 09.00–15.00



Pasākuma nosaukums divās vai trīs teksta rindās

XX. DATUMS
PLKST. 09.00–15.00



Pasākuma nosaukums divās vai trīs rindās

XX. DATUMS
PLKST. 09.00–15.00



3.

Ieinteresēto pušu iesaistīšana AF plāna komunikācijā

3.1

Ieinteresēto pušu lomas un pienākumi

3.2

Padomu un praktiski ieteikumi,
kā iesaistīt dažādas ieinteresētās puses
AF plāna komunikācijā

3.1

Ieinteresēto pušu lomas un pienākumi

Komunikācijas stratēģijā² ir noteikti dažādu AF plāna komunikācijas struktūrvienību pienākumi:

- 1. AF koordinējošā iestāde (K):** FM veic AF plāna koordinatora funkcijas. Tā atbildīga par AF regulā noteikto un EK publicitātes prasību vienotu īstenošanu, par Latvijas AF komunikācijas stratēģijas izstrādi un ieviešanu, kā arī AF komunikācijas un dizaina vadlīniju izstrādi finansējuma saņēmējiem. Sniedz visaptverošu informāciju par Latvijas AF plānā noteiktajiem investīciju un reformu pasākumiem un informē par AF plāna kopējo īstenošanas statusu.
- 2. AF revīzijas iestāde (R):** FM struktūrvienība, kas veic AF revīzijas iestādes funkcijas.
- 3. Nozaru ministrijas un Valsts kanceleja (I):** nodrošina komunikāciju par resora pārziņā esošajām AF plānā iekļautajām reformām un investīciju projektiem, to īstenošanas gaitu un rezultātiem. Tāpat arī nodrošina pastiprinātu komunikāciju par savā pārziņā esošajiem projektiem, kuri AF plānā definēti kā stratēģiski svarīgi.
- 4. Centrālā finanšu un līgumu aģentūra un Lauku atbalsta dienests (I)** – nodrošina komunikāciju par AF projektu atlašu uzsākšanu, pieteikšanās kārtību, nosacījumiem un uzraudzību.
- 5. Potenciālie AF projektu iesniedzēji un finansējuma saņēmēji (FS):** saimnieciskās darbības veicēji, valsts iestādes, pašvaldības, zinātniskās institūcijas, NVO u.c., kuriem ir iespējas un priekšnosacījumi projekta īstenošanai (potenciālie projektu iesniedzēji) un kuri noslēguši vienošanos/līgumu par projekta īstenošanu (finansējuma saņēmēji). Atbildīgi par AF plāna publicitātes prasību ievērošanu īstenojamā projekta laikā.
- 6. Faktiskie labuma guvēji (gala saņēmēji)** no AF plānā paredzēto reformu un investīciju projektu īstenošanas: iestādes, komercuzņēmumi, fiziskas personas, kuras tiešā vai netiešā veidā saņem atbalstu vai gūst citu labumu reformu vai projektu realizēšanas rezultātā. Pienākums sniegt informāciju par saņemto ES finansējumu un nodrošināt tās redzamību.
- 7. Koordinējošais rīks:** ES fondu 2021.–2027. gada plānošanas perioda komunikācijas vadības grupa, kurā iekļauti arī par AF komunikāciju atbildīgie pārstāvji no AF vadībā esošajām iestādēm un EK pārstāvniecības Latvijā. Vadības grupas uzdevums ir nodrošināt saskaņotu AF komunikāciju un komunikācijas pasākumu plānošanu, kā arī veicināt AF publicitāti saskaņā ar stratēģijā definēto.

Saskaņā ar obligātajām ES un nacionālajām komunikācijas prasībām (skatīt 2. nodaļu), kā arī ES fondu 2021.–2027. gada un Atveseļošanas fonda komunikācijas un dizaina vadlīnijām galveno ieinteresēto pušu būtiskākie pienākumi komunikācijā ir aprakstīti 2. pielikumā.

² <https://www.esfondi.lv/normative-akti-un-dokumenti/atveselosanas-fonds-main/komunikacijas-strategija-eiropas-savienibas-fondiem-2021-2027-gada-planosanas-perioda-un-atveselosanas-fondam-latvija>

3.2

Padomi un praktiski ieteikumi, kā iesaistīt dažādas ieinteresētās puses AF plāna komunikācijā

Ieinteresēto pušu iesaiste ir būtiska, tā kā nodrošina gan atbilstošu informācijas apriti, gan iesaista plašāku sabiedrības daļu plānošanā un lēmumu pieņemšanā. Nereti tieši plašāka ieinteresēto pušu iesaiste palīdz efektīvāk un jēgpilnāk sasniegt dažādas mērķauditorijas. Ieinteresēto pušu plašāka iesaiste nodrošina ne tikai iespēju labāk apzināt šo pušu vajadzības, bet arī izvēlēties komunikācijai atbilstošāku kanālu, veidu un saturu.

Plašāka ieinteresēto pušu iesaiste AF plāna komunikācijā iespējama ar divpusēju komunikāciju un diskusijas veicināšanu. Proti, ne tikai ar atbilstošās informācijas nodošanu (kas ir vienpusēja komunikācija), bet arī ar iespēju sniegt atgriezenisko saiti, veicināt diskusiju un līdzdalību komunikācijas veidošanā, kā arī saņemt atsauksmes par komunikācijas efektivitāti un problēmsituācijām.



AF ieviešanas sistēmas komunikācijas instrumentu izmantošana:

Izmantojiet ES fondu komunikācijas vadības grupas, kurās piedalās arī pārstāvji no AF vadībā iesaistītajām iestādēm, EK pārstāvniecībām un EP pārstāvniecībām Latvijā, kā arī **sanāksmju iespējas**. Piemēram, smelieties idejas no citām iestādēm saskaņotas komunikācijas panākšanai, apmainieties ar labās prakses piemēriem, uzziniet par EK un EP pārstāvniecību iniciatīvām u.tml. (K, I).

Veiciniet sadarbību ar AF un ES fondu vadībā iesaistītajiem komunikācijas speciālistiem un apvienojiet komunikācijas iniciatīvas ar citām iestādēm, kur tas iespējams. Piemēram, komunikatoru grupa MS Teams programmā (K, I).

Lietojiet AF sadaļu vienotajā ES fondu tīmekļa vietnē (portālā) www.esfondi.lv. Aktīvi izmantojiet un publicējiet informāciju par AF portālā www.esfondi.lv, tā veidojot šo vietni par primāro, informatīvi pilnvērtīgāko un ērtāk izmantojamo kanālu finansējuma saņēmējiem un citām iesaistītajām pusēm (K, I).

Stratēģisko projektu īstenošanā aktīvi līdzdarbojieties speciālajā darba grupā. Tajā atbildīgās ministrijas un AF plānā iekļauto stratēģisko projektu īstenoņi apmainās ar informāciju un labās prakses piemēriem, kā arī ES iestāžu nodrošinātajām iesaistes iespējām stratēģiskajā komunikācijā, piemēram, EK un EP pārstāvniecības Latvijā un Europe Direct informācijas centru (K, I, FS).



Aktīvāk veidojiet sadarbību ar pašvaldībām: iesaistiet pašvaldības daudzpusīgi, regulāri, dažādās formās un līmeņos, piemēram, informēšana, konsultācijas, līdzdalība, atgriezeniskās saites saņemšana).

Veiciniet sadarbību ar pašvaldībām un to pārstāvošajām organizācijām (t.sk. ar Latvijas Pašvaldību savienību (LPS), Latvijas Lielo pilsētu asociāciju (LLPA)), kā arī ar Reģionālo attīstības centru apvienību, lai nodrošinātu efektīvu mērķauditorijas informēšanu un komunikāciju. Piemēram, izvērtējiet iespēju uzaicināt LPS un LLPA pārstāvjus kā dalībniekus ES fondu komunikācijas vadības grupā (K).

Izmantojiet jau pieejamos instrumentus pašvaldību informēšanai un iesaistīšanai AF komunikācijā, piemēram, ar mērķi pārrunāt AF ieviešanu periodiski piedalieties LPS un LLPA organizētajās komitejās un darba grupās, vai arī līdzdarbojieties informatīvo semināru un diskusiju sagatavošanā organizāciju biedriem. Sadarbību ar pašvaldībām centieties īstenot vairākos līmeņos, piemēram, pašvaldību informēšana, iesaiste, atgriezeniskās saites saņemšana (kur nepieciešams), tālāka sabiedrības informēšana (novērtējot pašvaldībām pieejamos komunikācijas rīkus mērķauditoriju sasniegšanai) (K, I).

Aiciniet pašvaldību pārstāvjus piedalīties informatīvajos semināros un pasākumos par AF (K, I, FS).

Izmantojiet Vides aizsardzības un reģionālās attīstības, kā arī citu ministriju jau izveidotos instrumentus aktīvākas pašvaldību iesaistei (K, I, FS).

Veidojiet kontaktu sarakstus, apzinot par ES fondu ieviešanu atbildīgās personas katrā pašvaldībā, un uzturiet regulāru informācijas apriti, informējot un aicinot dalīties par projektiem attiecīgajā pašvaldībā.



NVO iesaistes veicināšana: Latvijā ir ievērojams NVO, komersantus pārstāvošo biedrību un nodibinājumu skaits, tāpēc AF komunikācijā tās būtu iesaistāmas dažādos līmeņos un formātos, lai nodrošinātu efektīvu informācijas apriti un mērķauditoriju sasniegšanu.

Veiciniet plašākas diskusijas un konsultācijas, lai vairāk iesaistītu valdības sociālos un sadarbības partnerus (tādus kā Latvijas Tirdzniecības un rūpniecības kamera, Latvijas Darba devēju konfederācija, Latvijas Brīvo arodbiedrību savienība). Piemēram, izvērtējiet iespēju NVO pārstāvniecības iesaistīt ES fondu komunikācijas vadības vai citās darba grupās (K).

Izvērtējiet citu NVO un komersantus pārstāvošo biedrību un nodibinājumu iesaistes iespējas AF komunikācijas aktivitātēs, piemēram, līdzīgā formātā, kāds tiek izmantots, īstenojot sabiedrības līdzdalību politikas plānošanas dokumentu un normatīvo aktu projektu izstrādē un pieņemšanā. Nodrošini informācijas publicēšanu viņu izmantotajos populārākajos informācijas kanālos, konsultējieties, iegūstiet atgriezenisko saiti (K, I).

Aiciniet NVO pārstāvjus piedalīties informatīvajos semināros un pasākumos par AF (K, I, FS), īpaši skaidrojot praktiskos fondu pārvaldīšanas aspektus. Uzturot saziņu regulāri un informējot par plānoto laikus, veidosies lielāka uzticēšanās, kas var izvērsties vieglākā sadarbībā projektu un komunikācijas aktivitāšu realizēšanas laikā.

Veidojiet kontaktu sarakstus, apzinot par ES fondu ieviešanu atbildīgās personas, un uzturiet regulāru informācijas apriti informējošu ziņu vai aicinājumu dalīties ar informāciju formātā.



Sadarbība ar medijiem: lai nodrošinātu efektīvu informācijas apriti, kā arī veiksmīgāk komunicētu krīzes situācijās, sadarbībai ar medijiem jābūt atvērtai, regulārai un uz sadarbību vērstai.

Veidojiet kontaktu sarakstus ar medijiem, to redaktoriem un žurnālistiem.

Regulāri informējiet medijus par AF aktualitātēm. Informāciju izsūtiet no atbildīgā darbinieka e-pasta, nevis no informatīvā e-pasta. Tādējādi mediji piefiksēs kontaktpersonu, pie kā vērsties jautājumu gadījumā.

Sniedziet medijiem pilnīgu, daudzpusīgu un precīzu informāciju! Lai izvairītos no nepareizas interpretācijas un kļūdainu ziņu nonākšanas medijos, esiet precīzi un korekti faktos un formulējumos, kā arī sniedziet plašāku vēsturisko jeb tā saucamo fona informāciju par sarežģītākiem tematiem.

Reaģējiet un sniedziet skaidrojumu izplatītai nekorektai informācijai. Ja identificējat ar jums saistītā AF tematikas mediju saturā būtisku kļūdu, sazinieties ar mediju, sniedziet korektu informāciju un aiciniet kļūdu labot.

Esiet atklāti un pieejami! Nevairieties no mediju jautājumiem un centieties neizmantot vispārīgas, neko nepasakošas frāzes. Tas mazinās risku, ka medijs interpretēs informāciju nekorekti un nodos plašākai sabiedrībai neprecīzu vēstījumu.

Reaģējiet uz mediju jautājumiem nekavējoties. Nereti mediju piesātinātajā dienaskārtībā informācija tiks sagatavota uzreiz neatkarīgi no tā, vai būs saņemta atbilde. Tāpēc ir būtiski pēc iespējas ātrāk sazināties ar medijiem – arī gadījumā, ja uzreiz sniegt plašāku atbildi nav iespējams. Noskaidrojiet informācijas pieprasījuma vai jautājuma mērķi un vēlamo atbildes termiņu, tad informējiet par savām iespējām.

Piedāvāji ziņu tematus vai interviju saturu proaktīvi, tādējādi veidojot ciešāku saikni ar mediju pārstāvjiem un norādot, ka esat atvērti regulārai sadarbībai un informācijas sniegšanai.

Rīkojiet preses konferences mediju informēšanai par svarīgiem tematiem un neaizmirstiet arī par citiem mediju pasākumu formātiem. Dažādi pasākumi medijiem ir noderīgi, lai iegūtu unikālus runaspersonu komentārus un audiovizuālo materiālu, tāpēc aiciniet medijus arī uz pasākumiem, kas nav paredzēti tikai medijiem (piemēram, būtiskas prezentācijas, sanāksmes, projektu atklāšanas pasākumi). Neaizmirstiet arī tiešsaistes formātu!

Uzraugiet aktivitātes medijos. Sekojiet līdzi, kā tiek atspoguļotas jūsu sniegtās ziņas un arī kā mediji atspoguļo AF un ar to saistītos tematus. Tā varēsiet izvērtēt mediju sadarbības efektivitāti, mainīt komunikācijas pieeju un reaģēt uz nekorektām ziņām.

Noderīgi

- [Eiropas Parlamenta un Padomes Regula \(ES\) 2021/241 \(2021. gada 12. februāris\), ar ko izveido Atveseļošanas un noturības mehānismu: 34. pants](#) (Informācija, komunikācija un publicitāte)
- [Atveseļošanas un noturības mehānisma finansēšanas nolīgums: 10. pants](#) (Informācijas publicēšana, Savienības finansējuma redzamība un izmantošanas tiesības) paredz specifiskus noteikumus par ANM komunikāciju
- [MK 2021. gada 7. septembra noteikumi Nr. 621 Eiropas Savienības Atveseļošanas un noturības mehānisma plāna īstenošanas un uzraudzības kārtība](#)
- [Vizuālo elementu lejupielādes centrs \(Eiropas Komisijas tiešsaistes ģenerators ES emblēmai un finansējuma piebildei\)](#)
- [Vizuālās pamatnostādnes par ES emblēmas izmantošanu saistībā ar ES programmām 2021.–2027. gadā](#)
- [Komunikācijas stratēģija Eiropas Savienības fondiem 2021.–2027. gada plānošanas periodā un Atveseļošanas fondam LATVIJĀ](#)
- Communication and visibility rules (European funding programmes 2021–2027). Guidance for Member states.
Pieejams: https://european-social-fund-plus.ec.europa.eu/system/files/2023-07/communication%20and%20visibility%20rules_2022.pdf
- Support kit for EU visibility, 2021–2027 brand book for managing authorities and project beneficiaries.
Pieejams: https://ec.europa.eu/regional_policy/sources/policy/communication/support_kit_visibility_2127_en.pdf
- Operational guidelines for recipients of EU funding “THE USE OF THE EU EMBLEM IN THE CONTEXT OF EU PROGRAMMES 2021-2027”.
Pieejams: https://commission.europa.eu/system/files/2021-05/eu-emblem-rules_en.pdf
- Informative material “10 ways for recipients of EU funding to communicate and ensure EU visibility”
https://commission.europa.eu/funding-tenders/managing-your-project/communicating-and-raising-eu-visibility_en

Kontaktinformācija:

Finanšu ministrijas Komunikācijas departaments
ES fondu nacionālā komunikācijas koordinētāja
Ieva Gaigala, ieva.gaigala@fm.gov.lv
mob. tālrunis: +371 28301482

Pielikumi

- 1. Latvijai stratēģiski svarīgie investīciju projekti**
- 2. Obligātās ES un ieteicamās nacionālās prasības AF komunikācijā**
- 3. Komunikācijas materiālu veidnes**

1. pielikums:

Latvijai stratēģiski svarīgie investīciju projekti

AF plānā noteiktās stratēģiski svarīgās aktivitātes/ reformu virzieni un stratēģiski svarīgie projekti:

Rīgas metropoles areāla transporta sistēmas zaļināšana

- 1.1.1.1.i. investīcija “Konkurētspējīgs dzelzceļa pasažieru transports kopējā Rīgas pilsētas sabiedriskā transporta sistēmā”, projekts: Bateriju elektrovilcienu vilcienu iegāde
- 1.1.1.2.i. investīcija “Videi draudzīgi uzlabojumi Rīgas pilsētas sabiedriskā transporta sistēmā”, projekts: Mobilitātes punktu (6 Rīgā un 2 punkti reģionā – Saulkrastos un Carnikavā) izbūve un neatkarīga sabiedriskā transporta līnijas izbūve Rīgā

Energoefektivitātes uzlabošana valsts sektora ēkās, t.sk. vēsturiskos namos, dzīvojamās ēkās un uzņēmumos

- 1.2.1.1.i. investīcija “Daudzdzīvokļu māju energoefektivitātes uzlabošana un pāreja uz atjaunojamo energoresursu tehnoloģiju izmantošanu”
- 1.2.1.2.i. investīcija “Energoefektivitātes paaugstināšana uzņēmējdarbībā, ko nacionāli plānots ieviest kombinētā finanšu instrumenta veidā”
- 1.2.1.4.i. investīcija “Energoefektivitātes uzlabošana valsts sektora ēkās, t.sk. vēsturiskajās ēkās”

Pielāgošanās klimata pārmaiņām

- 1.3.1.1.i. investīcija “Glābšanas dienestu kapacitātes stiprināšana, īpaši Valsts ugunsdzēsības un glābšanas dienesta infrastruktūras un materiāltehniskās bāzes modernizācija”
- 1.3.1.2.i. investīcija “Plūdu risku mazināšanas infrastruktūrā, t.sk. polderu sūkņu staciju atjaunošana vai pārbūve, aizsargdambju atjaunošana, potamālo upju regulēto posmu atjaunošana”, pasākums: Reiņa poldera sūkņu stacijas pārbūve Nīcas novadā

Valsts pārvaldes, t.sk. pašvaldību, digitālā transformācija

- 2.1.2.1.i. investīcija “Pārvaldes centralizētās platformas un sistēmas”, projekts “E-lieta: izmeklēšanas un tiesvedības procesu pilnveide, 2. posms”
- 2.1.2.2.i. investīcija “Latvijas nacionālais federētais mākonis”, projekts “Latvijas Valsts radio un televīzijas centra mākoņdatošanas pakalpojumu attīstība valsts federētā mākoņa ietvaros”
- 2.1.2.2.i. investīcija “Latvijas nacionālais federētais mākonis”, projekts “Latvijas Nacionālās bibliotēkas mākoņdatošanas pakalpojumu attīstība valsts federētā mākoņa ietvaros”
- 2.1.2.2.i. investīcija “Latvijas nacionālais federētais mākonis”, projekts “Iekšlietu ministrijas Informācijas centra mākoņdatošanas pakalpojumu attīstība valsts federētā mākoņa ietvaros”
- 2.1.2.2.i. investīcija “Latvijas nacionālais federētais mākonis”, projekts “Lauksaimniecības datu centra mākoņdatošanas pakalpojumu attīstība valsts federētā mākoņa ietvaros”

Uzņēmumu digitalizācija un inovācijas

5.2.1.1.i. investīcija “Pētniecības, attīstības un konsolidācijas granti”, otrās kārtas projekti “Konsolidācijas un pārvaldības izmaiņu ieviešanas granti izcilībai, ilgtspējai un reģionāla līmeņa ietekmei uz izaugsmi”

Digitālās prasmes visos līmeņos

2.3.1.1.i. investīcijas „Augsta līmeņa digitālo prasmju apguves nodrošināšana” projekti:

- Latvijas Universitāte, projekts Nr. 2.3.1.1.i.0/1/22//CFLA/001 “Kvantu tehnoloģiju iniciatīva”
- Latvijas Universitāte, projekts Nr. 2.3.1.1.i.0/1/22//CFLA/002 “Valodu tehnoloģiju iniciatīva”
- Rīgas Tehniskā universitāte, projekts Nr. 2.3.1.1.i.0/1/22//CFLA/003 “Augsta līmeņa digitālo prasmju apguve Latvijā augstas veiktspējas skaitļošanas tehnoloģiju jomā”

2.3.1.4.i investīcijas “Individuālo mācību kontu pieejas attīstība” projekts

2.3.2.1.i. investīcijas “Digitālās prasmes iedzīvotājiem, t.sk. jauniešiem” projekti:

- Projekts “Digitālā darba ar jaunatni sistēmas attīstība pašvaldībās”
- Projekts “Sabiedrības digitālo prasmju attīstība un sabiedrības, īpaši jauniešu, tehnoloģiju jaunrades spēju attīstība un atbalsts”

2.3.2.3.i. investīcija “Digitālās plaisas mazināšana sociāli neaizsargātājiem izglītojamajiem un izglītības iestādēs”

Nevienlīdzības mazināšana

Reforma – 3.1.2.r. “Sociālo un nodarbinātības pakalpojumu pieejamība minimālo ienākumu reformas atbalstam”

Veselības aprūpes infrastruktūras stiprināšana

4.1.1.2.i. investīcija “Atbalsts universitātes un reģionālo slimnīcu veselības aprūpes infrastruktūras stiprināšanai, lai nodrošinātu visaptverošu ilgtspējīgu integrētu veselības pakalpojumu, mazinātu infekciju slimību izplatību, epidemioloģisko prasību nodrošināšanā”, projekts: Sabiedrības ar ierobežotu atbildību “Rīgas Austrumu klīniskā universitātes slimnīca” projekts

2. pielikums: obligātās ES un ieteicamās nacionālās prasības AF komunikācijā

Dokuments

[Eiropas Parlamenta un Padomes Regula \(ES\) 2021/241 \(2021. gada 12. februāris\), ar ko izveido Atvēršanas un noturības mehānismu:](#)

34. pants

(Informācija, komunikācija un publicitāte)

Prasība

Eiropas Komisija **var iesaistīties komunikācijas pasākumos, lai nodrošinātu informētību par attiecīgā atvēršanas un noturības plāna īstenošanai paredzēto Savienības finansiālo atbalstu**, tostarp īstenojot kopīgus komunikācijas pasākumus ar attiecīgajām valstu iestādēm. Nepieciešamības gadījumā Komisija var nodrošināt, ka saskaņā ar mehānismu sniegtais atbalsts tiek paziņots un atzīts, izmantojot finansējuma paziņojumu.

Savienības finansējuma saņēmēji atzīst Savienības finansējuma izcelsmi un nodrošina šī fakta redzamību, tostarp noteiktajos gadījumos pievienojot Savienības logo un piebildi “Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU” – jo īpaši darbību un to rezultātu popularizēšanā, sniedzot dažādām auditorijām, tostarp plašsaziņas līdzekļiem un sabiedrībai, mērķorientētu, konsekventu, noderīgu un samērīgu informāciju.

Komisija rīko informācijas un komunikācijas pasākumus saistībā ar mehānismu, ar darbībām, ko veic saskaņā ar mehānismu, un saistībā ar panāktajiem rezultātiem. Atrunātajos gadījumos Komisija par savām darbībām informē Eiropas Parlamenta pārstāvniecības birojus un iesaista tos minētajās darbībās. Mehānismam piešķirtie finanšu resursi veicina arī korporatīvo komunikāciju par Savienības politiskajām prioritātēm, ciktāl šīs prioritātes saistītas ar 4. pantā minētajiem mērķiem.

Atbildīgie

EK
K
I

I
FS
Gala saņēmējs

N/A

Skaidrojums

Komunikācijā iesaistīt ES, lai nodrošinātu Savienības finansiālā atbalsta redzamību, tostarp īstenojot kopīgus komunikācijas pasākumus ar attiecīgajām valstu iestādēm

Vispārējs pienākums atzīt ES finansējuma izcelsmi un nodrošināt šī fakta redzamību, pievienojot Savienības logo un piebildi “Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU”

N/A, jo minēti EK pienākumi

Dokuments

[Atveseļošanas un noturības mehānisma finansēšanas nolīgums:](#)

10. pants

(Informācijas publicēšana, Savienības finansējuma redzamība un izmantošanas tiesības)
paredz specifiskus noteikumus par ANM komunikāciju

Prasība

Neierobežojot ANM regulas 34. pantu, dalībvalstu informācijai, komunikācijai un publicitātei attiecībā uz finansējumu ANP³ īstenošanai jābūt vismaz tādā pašā līmenī, kāds dalībvalsts noteikumos noteikts attiecībā uz valsts finansējumu bez iemaksām no Savienības budžeta.

Lai izpildītu saistības, kas noteiktas ANM regulas 34. panta 2. punktā, jo īpaši sniedzot dažādām auditorijām, tostarp plašsaziņas līdzekļiem un sabiedrībai, mērķorientētu, konsekventu, noderīgu un samērīgu informāciju:

- **dalībvalstij valsts līmenī ir stratēģija**, kuras mērķis ir veicināt izpratni un nodrošināt ANM ieguldījuma atzīšanu Eiropas atveseļošanā un jo īpaši vienlaicīgajā pārejā uz zaļām un digitālām tehnoloģijām;
- atrunātajos gadījumos dalībvalsts visos komunikācijas pasākumos projekta un dalībvalsts līmenī **pareizi un labi redzamā vietā izvietoj ES emblēmu** ar atbilstošu piebildi par finansējumu (tulkotu vietējā valodā): “Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU”;
- dalībvalsts izveido un uztur vienotu tīmekļa vietni, kurā sniegta informācija par ANP un ar to saistītajiem projektiem, un nosūta Komisijai saiti uz šo tīmekļa vietni;
- dalībvalsts nodrošina, ka Savienības finansējuma gala saņēmēji saskaņā ar ANM atzīst Savienības finansējuma izcelsmi un nodrošina šī fakta redzamību.

Atbildīgie

K
I

K

K
I
FS

K
I

FS
Gala saņēmēji

Skaidrojums

Pārliecināties, ka dalībvalstu informācija, komunikācija un publicitāte attiecībā uz finansējumu AF īstenošanai jābūt vismaz tādā pašā līmenī, kāds dalībvalsts noteikumos noteikts attiecībā uz valsts finansējumu bez iemaksām no Savienības budžeta

Nodrošināt, ka ir ieviesta stratēģija, kuras mērķis ir veicināt izpratni un nodrošināt ANM ieguldījuma atzīšanu Eiropas atveseļošanā un jo īpaši vienlaicīgajā pārejā uz zaļām un digitālām tehnoloģijām

Vispārējs pienākums atzīt ES finansējuma izcelsmi un nodrošināt to redzamību, pievienojot Savienības logo un piebildi “Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU

Izveidot un uzturēt vienotu tīmekļa vietni, kurā sniegta informācija par ANP un ar to saistītajiem projektiem

Vispārējs pienākums atzīt ES finansējuma izcelsmi un nodrošināt šī fakta redzamību, pievienojot Savienības logo un piebildi “Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU

³ Atveseļošanas un noturības plāns

Dokuments

[Atvēršanas un noturības mehānisms finansēšanas nolīgums:](#)

10. pants

(Informācijas publicēšana, Savienības finansējuma redzamība un izmantošanas tiesības) paredz specifiskus noteikumus par ANM komunikāciju

Prasība

Ja ES emblēma tiek izvietota kopā ar kādu citu logotipu, tai jābūt vismaz tikpat skaidrai un salasāmai kā pārējiem logotipiem. Emblēmai jābūt atšķirīgai un atdalītai, un to nevar mainīt, pievienojot citas vizuālās zīmes, zīmolus vai tekstu. Izņemot emblēmu, ES atbalsta izcelšanai nedrīkst izmantot citu vizuālo identitāti vai logotipu.

Jebkurā komunikācijas un izplatīšanas pasākumā, kas attiecas uz ANP un ko dalībvalsts veic jebkādā formā un izmantojot jebkādu līdzekļu, **izmanto faktu ziņā precīzas ziņas.**

Atrunātajos gadījumos **dalībvalsts norāda šādu piebildi** (tulkotu vietējā valodā): “Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU. Tomēr paustie uzskati un viedokļi ir tikai autora(-u) uzskati un viedokļi un ne vienmēr atspoguļo Eiropas Savienības vai Eiropas Komisijas uzskatus un viedokļus. Par tiem nav atbildīga ne Eiropas Savienība, ne Eiropas Komisija.”

Dalībvalsts piešķir Komisijai tiesības bez maksas izmantot ar ANP saistītos komunikācijas materiālus.

Atbildīgie

K
I
FS
Gala saņēmēji

K
I
FS
Gala saņēmēji

K
I
FS
Gala saņēmēji

K
I
FS
Gala saņēmēji

Skaidrojums

Izvietot ES emblēmu tikpat skaidri un salasāmi kā pārējos logotipus

Izmantot faktu ziņā precīzas ziņas jebkurā komunikācijas un izplatīšanas pasākumā, kas attiecas uz ANP un ko veic jebkādā formā un izmantojot jebkādu līdzekļu

Atrunātajos gadījumos **norādīt piebildi: “Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU.** Tomēr paustie uzskati un viedokļi ir tikai autora(-u) uzskati un viedokļi un ne vienmēr atspoguļo Eiropas Savienības vai Eiropas Komisijas uzskatus un viedokļus. Par tiem nav atbildīga ne Eiropas Savienība, ne Eiropas Komisija.”

Piešķirt Komisijai tiesības bez maksas izmantot ar ANP saistītos komunikācijas materiālus

Dokuments

ES fondu 2021.–2027. gada un Atveseļošanas fonda komunikācijas un dizaina vadlīnijas

Prasība

Papildus iepriekšminētajām ES prasībām:

- 1.** Papildus ES emblēmai ar **piebildi: “Finansē Eiropas Savienība – NextGenerationEU”** lieto NAP logo.
- 2.** Atzīst AF saņemto atbalstu:
 - a** saņēmēja oficiālajā tīmekļa vietnē, ja tāda ir, un sociālo mediju vietnēs publicē īsu un ar atbalsta apjomu samērīgu aprakstu par projektu, tostarp tā mērķiem un rezultātiem, un uzsver no ES saņemto finansiālo atbalstu;
 - b** ar projekta īstenošanu saistītajos dokumentos un komunikācijas materiālos, ko paredzēts izplatīt plašākai sabiedrībai, medijiem vai pasākuma dalībniekiem, sniedz pamanāmu paziņojumu, kurā uzsver no ES saņemto atbalstu;
 - c** tiklīdz projektiem, kuriem piešķirts atbalsts no Atveseļošanas fonda un kuru kopējās izmaksas pārsniedz 100 000 EUR, sākas faktiskā īstenošana, kas ietver materiālas investīcijas, vai tiklīdz tiek uzstādīts iegādātais aprīkojums, izvieta sabiedrībai labi redzamas ilgtspējīgas plāksnes vai informācijas standus;
 - d** par projektiem, uz kuriem neattiecas c apakšpunkts, sabiedrībai labi redzamā vietā uzstāda vismaz vienu plakātu, kura minimālais izmērs ir A3, vai līdzvērtīgu elektronisku paziņojumu, kurā izklāstīta informācija par projektu un uzsvērts no Atveseļošanas fonda saņemtais atbalsts.
- 3.** Papildus stratēģiski svarīgo projektu īstenošanai:
 - Izstrādā komunikācijas plānu, ko iesniedz atbildīgajai ministrijai. Tā ieviešanas izmaksas iekļauj projekta budžetā.
 - Nodrošina vismaz vienu plašāka mēroga publicitātes pasākumu mediju un sabiedrības uzmanības piesaistīšanai.
 - Cieši sadarbojas ar atbildīgo ministriju, AF koordinējošo iestādi un EK pārstāvniecību Latvijā.

Atbildīgie

FS

Skaidrojums

- 1.** Abus logo norādīt visos drukātajos un digitālajos produktos, tīmekļa vietnēs, sociālo tīklu kanālos un citos saziņas produktos
- 2.** Atzīt AF saņemto atbalstu:
 - a** savā oficiālajā tīmekļa vietnē un sociālo mediju vietnēs, uzsverot ES saņemto finansiālo atbalstu;
 - b** jebkādos ar projekta īstenošanu saistītos dokumentos (arī iekšējos) jāiekļauj AF logo un atsauce uz projektu;
 - c** projektiem ar kopējām izmaksām virs 100 000 EUR, uzsākot faktisko īstenošanu, kas ietver materiālas investīcijas vai kur uzstāda iegādāto aprīkojumu, izvieta sabiedrībai labi redzamas ilgtspējīgas plāksnes vai informācijas standus;
 - d** pārējiem projektiem, kas neatbilst c apakšpunktam, sabiedrībai labi redzamā vietā uzstāda vismaz vienu plakātu, kura minimālais izmērs ir A3, vai līdzvērtīgu elektronisku paziņojumu, kurā izklāstīta informācija par projektu un uzsvērts no AF saņemtais atbalsts.
- 3.** Stratēģiski svarīgo projektu īstenošanai papildus izstrādā komunikācijas plānu, organizē vismaz 1 plašāka mēroga publicitātes pasākumu un cieši sadarbojas ar AF atbildīgajām iestādēm un EK pārstāvniecību Latvijā.

3. pielikums: komunikācijas materiālu veidnes

Veidnes ir pieejamas tīmekļvietnē esfondi.lv

sadaļā [Normatīvie akti un dokumenti](#) > [Atveseļošanas fonds](#) > [Vadlīnijas un skaidrojumi](#) > [Komunikācijas prasības](#)

Kā lietot veidnes, kas rediģējamas Microsoft vai Adobe Illustrator programmā?

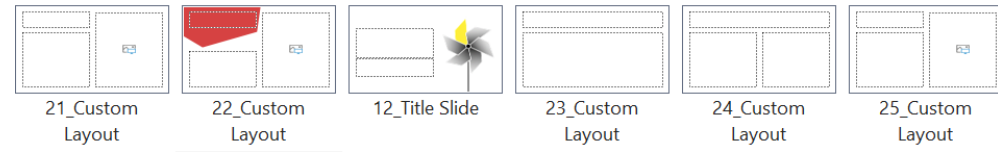
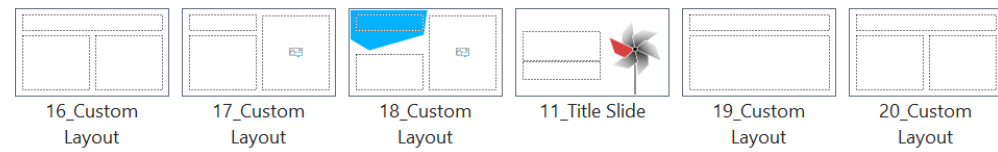
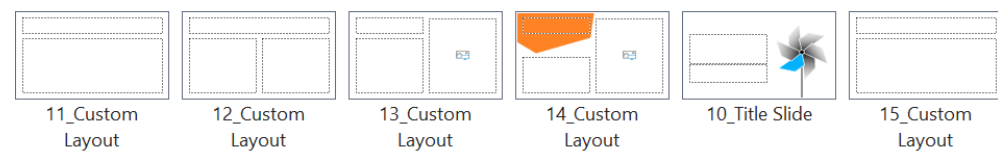
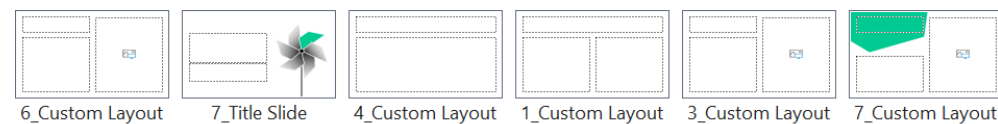
1. Izvēlieties nepieciešamā materiāla mapi, kurā atradīsiet pamatfailus.
2. Izmantojot atbilstošu programmu, atveriet nepieciešamo failu vai rediģējiet formātu, ja tas pieļauj automātisku rediģēšanu (piemēram, PowerPoint, Word dokumenti).
3. Pārliecinieties, vai esat ievērojuši visus vizuālā materiāla izveidošanas noteikumus atbilstoši attiecīgajai vadlīniju sadaļai.

Kā lietot veidnes, kas rediģējamas brīvpiekļuves dizaina programmā Canva.com?

1. Augšupielādējiet visus elementus, kā arī citus nepieciešamos foto un logo vietnē Canva.com.
2. Izvēlaties nepieciešamā materiāla failu, atveriet to brīvpiekļuves dizaina programmā Canva.com.
3. Lai sāktu izmantot izvēlēto pamatfailu un to pielāgot, izveidojiet kopiju (iespēju logā izvēlaties komandu "File" > "Make a Copy").
4. Jaunā logā atvērsies izveidotā kopija. Ievērojot veidnē noteikto secību, izvēlaties sev interesējošo veidnes versiju un rediģējiet formātu. Izvietojiet augšupielādētos elementus vietnē Canva.com tā, lai veidotos nepieciešamais vizuālais materiāls.
5. Papildiniet materiālu ar tekstu tam paredzētajā vietā, vadoties pēc fona veidnes. Nepārsniedziet fona elementā norādīto teksta laukumu! Minimālais rakstzīmju izmērs – 12 pt. Lietojiet tikai atļautos fontus un paraugā izmantoto teksta krāsu!
6. Pārliecinieties, vai esat ievērojuši visus vizuālā materiāla izveidošanas noteikumus atbilstoši attiecīgajai vadlīniju sadaļai.

VEIDNE:

Prezentācija (PowerPoint), 16:9



VEIDNE: Pasākuma ielūgums, A4

**Pasākuma nosaukums
divās vai
trīs teksta rindās**

**PASĀKUMA
APAKŠVIRSRAKSTS**

28. FEBRUĀRIS
PLKST. 09.00–15.00

Pasākuma norises vieta
Adrese

PROGRAMMA

08.30–09.15 Ierašanās un registrācija
09.15–09.25 Atklāšana, uzrunas
09.25–10.55 **I DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
10.55–11.50 **PASĀKUMA II DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
11.50–12.20 Kafijas pauze
12.20–13.15 **III DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
13.15–14.00 **IV DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
14.00–14.10 Noslēgums

Reģistrēšanas līdz 15. februārim: [ej.uz/registrejespasakumam](#)



**Pasākuma nosaukums
divās vai
trīs teksta rindās**

28. FEBRUĀRIS
PLKST. 09.00–15.00

Pasākuma norises vieta
Adrese

PROGRAMMA

08.30–09.15 Ierašanās un registrācija
09.15–09.25 Atklāšana, uzrunas
09.25–10.55 **I DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
10.55–11.50 **PASĀKUMA II DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
11.50–12.20 Kafijas pauze
12.20–13.15 **III DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
13.15–14.00 **IV DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
14.00–14.10 Noslēgums

Reģistrēšanas līdz 15. februārim: [ej.uz/registrejespasakumam](#)



**Pasākuma nosaukums
divās vai
trīs teksta rindās**

28. FEBRUĀRIS
PLKST. 09.00–15.00

Pasākuma norises vieta
Adrese

PROGRAMMA

08.30–09.15 Ierašanās un registrācija
09.15–09.25 Atklāšana, uzrunas
09.25–10.55 **I DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
10.55–11.50 **PASĀKUMA II DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
11.50–12.20 Kafijas pauze
12.20–13.15 **III DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
13.15–14.00 **IV DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
14.00–14.10 Noslēgums

Reģistrēšanas līdz 15. februārim:
[ej.uz/registrejespasakumam](#)



**Pasākuma nosaukums
divās vai
trīs teksta rindās**

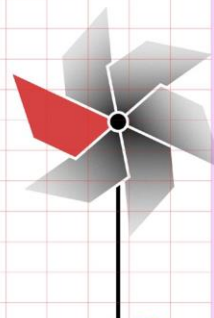
28. FEBRUĀRIS
PLKST. 09.00–15.00

Pasākuma norises vieta
Adrese

PROGRAMMA

08.30–09.15 Ierašanās un registrācija
09.15–09.25 Atklāšana, uzrunas
09.25–10.55 **I DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
10.55–11.50 **PASĀKUMA II DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
11.50–12.20 Kafijas pauze
12.20–13.15 **III DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
13.15–14.00 **IV DAĻA**
Pasākuma daļas nosaukums
Diskusija
14.00–14.10 Noslēgums

Reģistrēšanas līdz 15. februārim:
[ej.uz/registrejespasakumam](#)

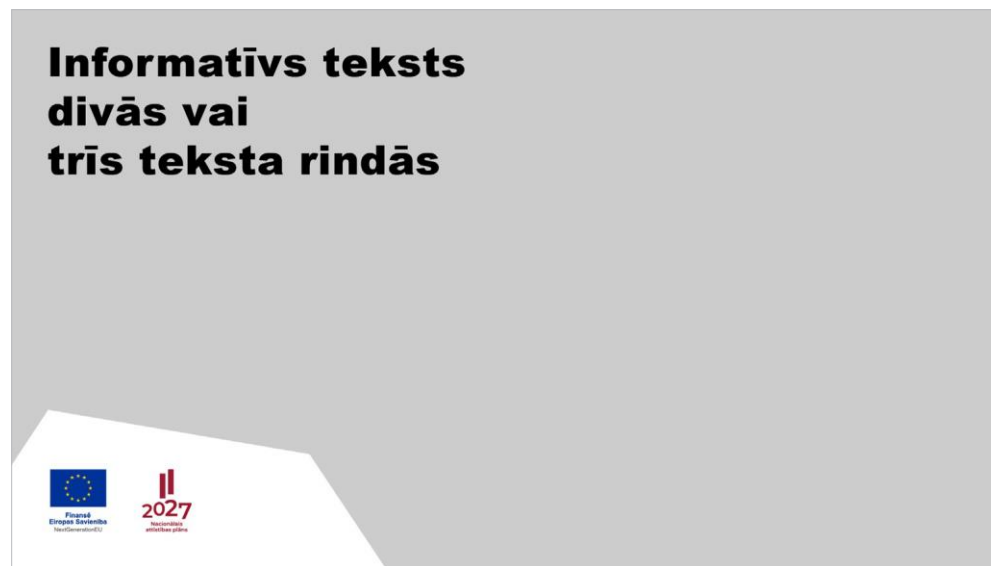


Adobe Illustrator failā tiks atstāts “tīkls” (grid), kas paredzēts korektai elementu izvietojšanai

VEIDNE:

Horizontāls informatīvais vizuālis, 16:9

Izmantojams komunikācijā par pasākumu/notikumu web videi, izmantojams kā raksta titulbilde un/vai tiešsaistes pasākuma 1. kadrs, pamata vizuālis fona ekrānam tiešsaistes pasākumā, optimāls izmērs komunikācijai sociālajā tīklā X, augstākā izšķirtspējā – vides baneris.



VEIDNE:

Vertikāls informatīvais vizuālis, A4

Izmantojams kā informatīvs plakāts, augstākā izšķirtspējā –
vides baneris, vides reklāmu materiāls

**Pasākuma nosaukums
divās vai
trīs teksta rindās**

XX. DATUMS
PLKST. 09.00–15.00

Papildu informācija
par pasākumu,
piemēram,
uzņēmumu nosaukumi
dalībnieku vārdi



**Pasākuma nosaukums
divās vai
trīs teksta rindās**

XX. DATUMS
PLKST. 09.00–15.00

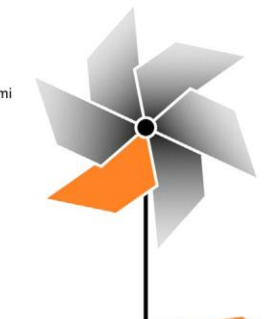
Papildu informācija
par pasākumu,
piemēram,
uzņēmumu nosaukumi
dalībnieku vārdi



**Pasākuma nosaukums
divās vai
trīs teksta rindās**

XX. DATUMS
PLKST. 09.00–15.00

Papildu informācija
par pasākumu,
piemēram,
uzņēmumu nosaukumi
dalībnieku vārdi



**Nosaukums divās
vai trīs
teksta rindās**

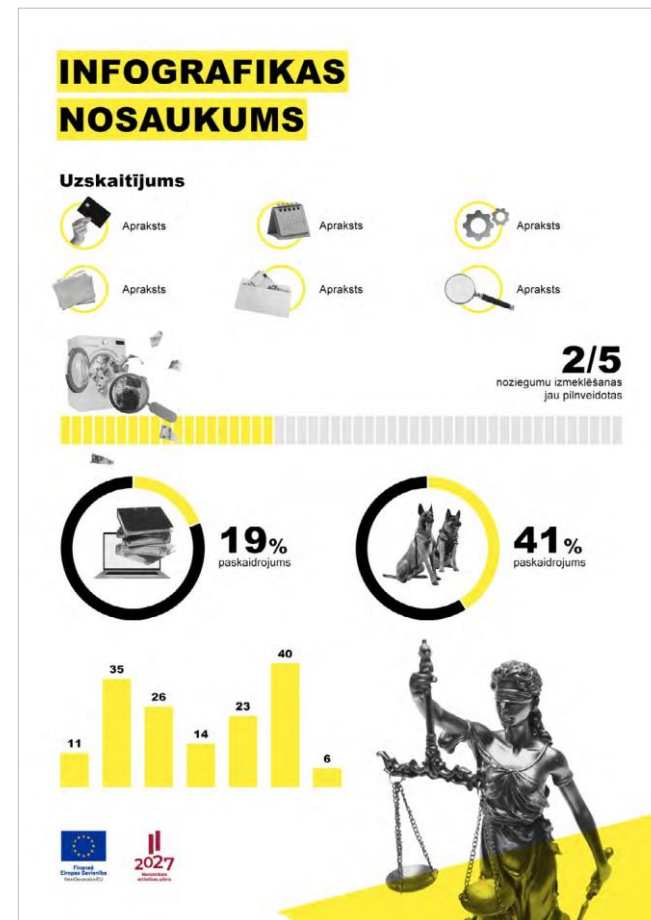
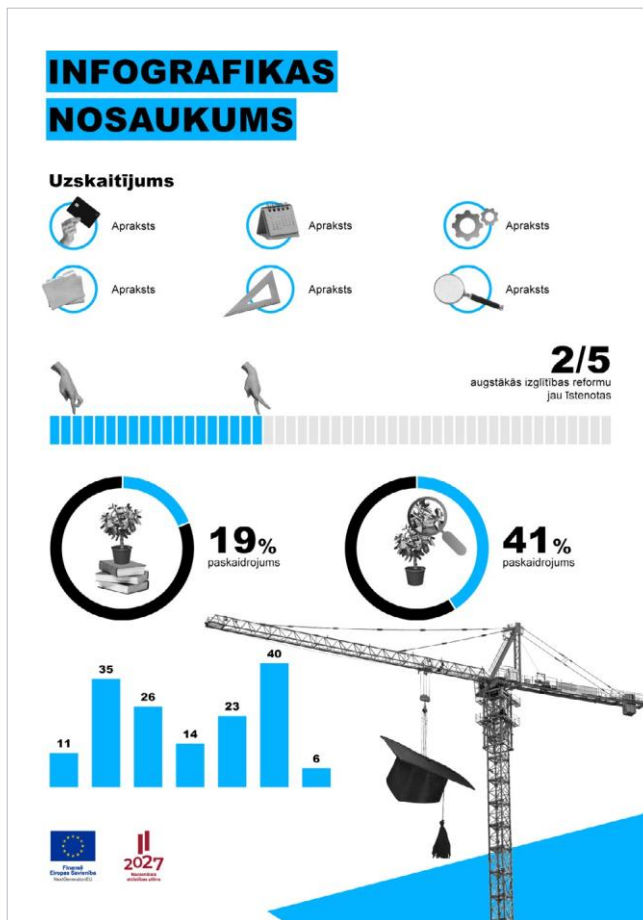
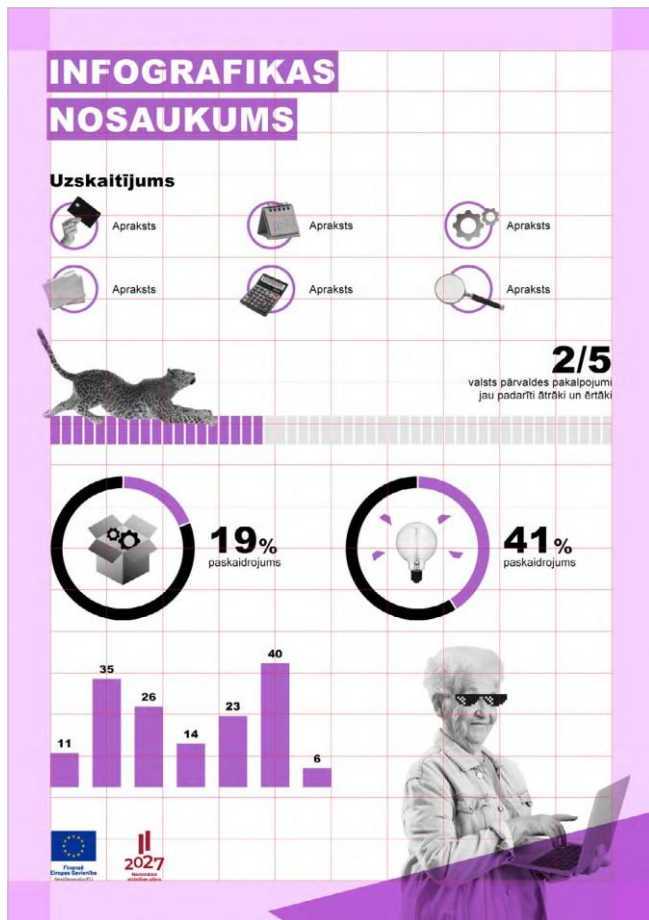
FOTO

XX. DATUMS
PLKST. 09.00–15.00



VEIDNE:

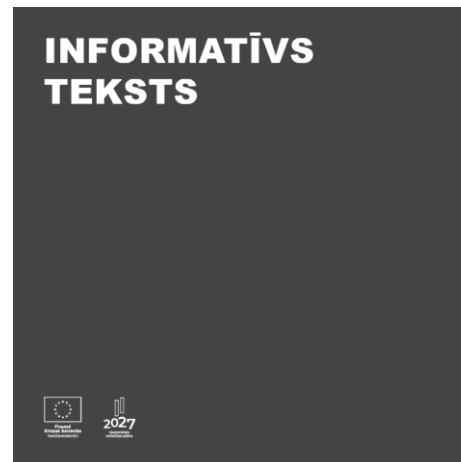
Infografikas paraugs, A4



VEIDNE:

Sociālo tīklu ieraksts, 1:1

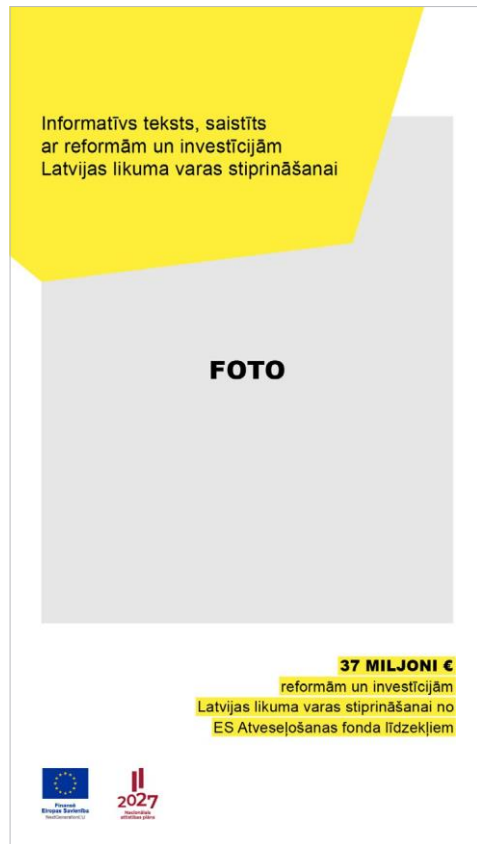
Izmantojams Facebook, Instagram, Threads, LinkedIn



VEIDNE:

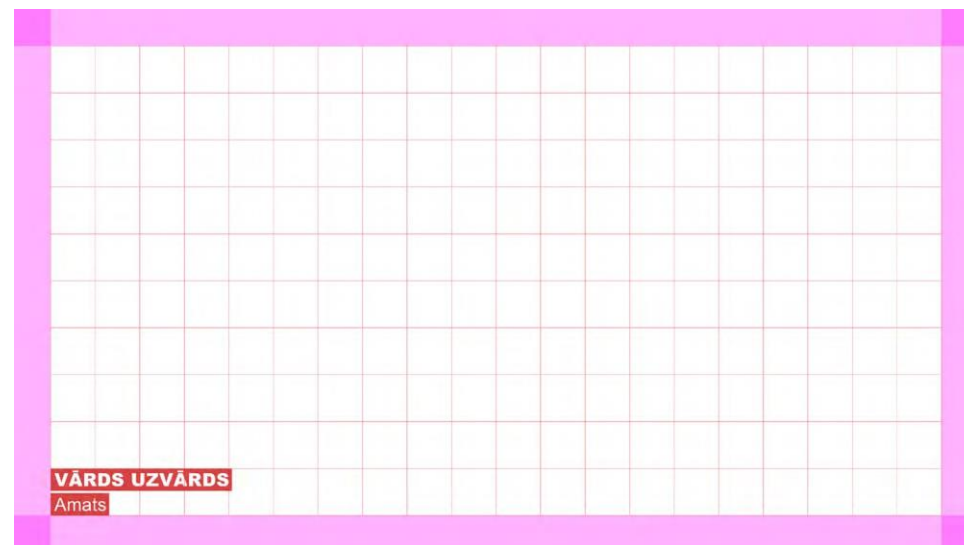
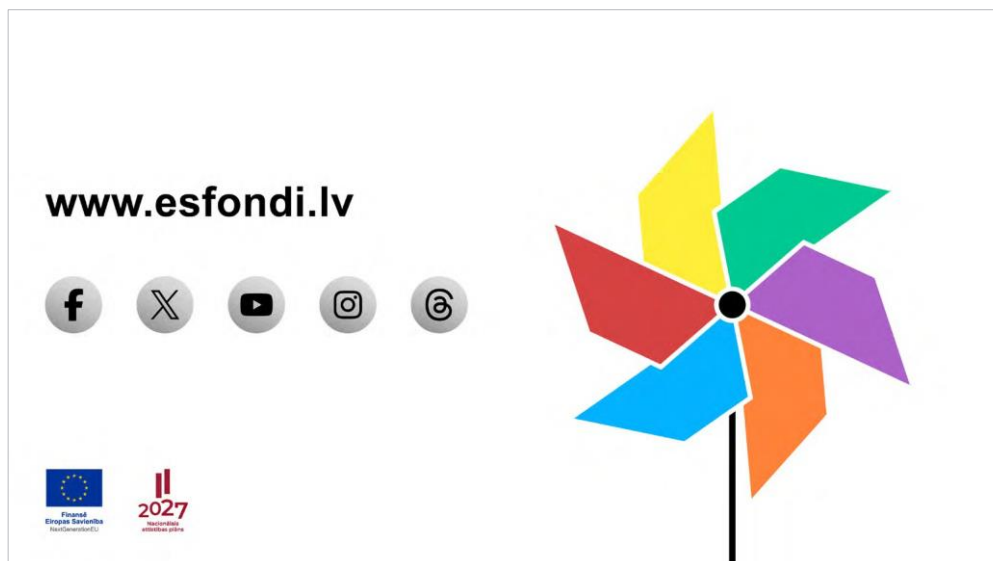
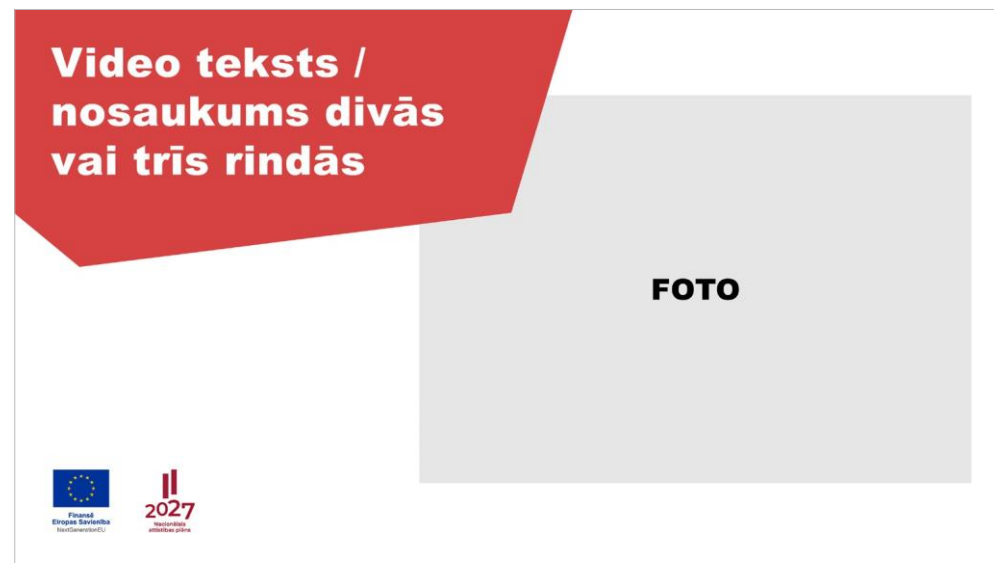
Sociālo tīklu ieraksts, 9:16

Izmantojams Facebook un Instagram



VEIDNE:

Video sākuma un noslēguma kadrs, vārda titra veidne, 16:9



VEIDNE:

Videozvanu fons, 16:9

