



EUROPEAN UNION



Latvija-Lietuva

European Regional Development Fund



EUROPEAN UNION

KOMUNIKACIJOS STRATEGIJA

„Agroturizmo produktų vystymas, puoselėjant ūkininkavimo tradicijas Lietuvoje ir Latvijoje“

Apie Projektą „Agroturizmo produktų vystymas, puoselėjant ūkininkavimo tradicijas“:

Projektas skirtas kultūrinio paveldo paslaugų bei produktų skatinimui, plėtojant agroturizmo produktus Programos teritorijoje Lietuvoje ir Latvijoje. Projektu siekiama išlaikyti senąsias tradicijas amatuose, statyboje ir architektūroje bei pristatyti jas turistams ūkiuose ar sodybose, ekskursijose, pažintinėse programose, muziejuose.

Projekto rezultatai:

- 1) tradiciškai gaminami agroturizmo produktai, įtraukti į turistinius maršrutus;
- 2) metodinė medžiaga ūkiams apie agroturizmo produkto kūrimą;
- 3) rinkodaros ir populiarinimo kampanija.

Bendras Projekto biudžetas yra 235 881 Eur, iš kurių 200 499 Eur finansuojama Europos regioninės plėtros fondo lėšomis.

Šis dokumentas parengtas naudojant Europos sąjungos finansinę paramą. Už šio dokumento turinį atsako Lietuvos kaimo turizmo asociacija. Jokiomis aplinkybėmis negali būti laikoma, kad jis atspindi Europos sąjungos nuomonę.

Turinys

Situacijos apžvalga	3
Projekto komunikacijos tikslai ir užduotys	3
Projekto tikslinės grupės	4
Projekto veiklų ir galutinio produkto / rezultato aprašymas	4
Projekto veiklos	5
Projekto rezultatai	6
Komunikacijos strategijos įgyvendinimas	6
Komunikacijos kanalai	6
Komunikacijos turinys pagal tikslines auditorijas	7
Agroturizmo ūkiai, ūkininkai, sodybos	7
Lankytojai – šeimos su vaikais, moksleiviai, senjorai ir asmenys, suinteresuoti keistis ūkininkavimo patirtimi	7
Žiniasklaida	8
Žiniasklaidos kampanija	9
Projekto vaizdinė tapatybė	10
Programos komunikacijos reikalavimai	11
Internetinės svetainės	11
Socialinė medija	12
Raštai, pranešimai spaudai	12
Publikacijos	13
Audio ir video medžiaga	13
Renginiai	14
Informaciniai plakatai	14
Įrangos ženklavimas	14
PRIEDAS Nr. 1: Žiniasklaidos sąrašas	15
PRIEDAS Nr. 2: Programos logotipai	20
PRIEDAS Nr. 3: Vizualinės medžiagos vadovas	23

1. Situacijos apžvalga

Komunikacijos strategija sukurta kaip praktiškas vadovas projekto „Agroturizmo produktų vystymas, puoselėjant ūkininkavimo tradicijas“ (toliau – Projekto) numatytiems rezultatams pasiekti ir Projekto veiklų bei rezultatų komunikavimui.

Ūkininkavimo tradicijų puoselėjimas Lietuvoje ir Latvijoje yra būtina sąlyga naujų krypčių kaimo turizmo pasiūlos plėtrai. Kaimo turizmas, kurio paslaugos yra nukreiptos ir eksportui, yra vienas iš Lietuvos prioritetinių ekonomikos sričių. Kaimo turizmo verslas daro stiprią įtaką kaimo ekonominei, socialinei ir regioninei plėtrai, ypač šiais dienais, kai visoje Europos Sąjungoje (toliau – ES) pagrindinė problema yra kaimo tuštėjimas. Istoriskai tiek Lietuvos, tiek Latvijos žemdirbystei yra būdingi maži ir vidutiniai ūkiai, kurių ūkininkavimo būdas ne visada užtikrina gyvybingumą. Tad kaimo turizmas yra puikus įrankis kaimo vystymui ir ekonomiškai naudingas kaimo gyventojams.

Siekiant atskleisti tradicinio ūkininkavimo ypatumus bei tradicinį kaimo turizmą paversti patrauklesniu keliautojams, bus pasiūlyti ūkiai, kuriuose vis dar išlaikomos ūkininkavimo, žuvininkystės, amatų ir maisto gamybos ruošimo tradicijos. Pagrindinis dėmesys bus skiriamas ūkiams, kurie yra pasirengę ir nori suteikti galimybę turistams susipažinti su tradiciniu ūkininkavimu bei amatais. Kaimo turizmo sodybos bus susietos turistiniais maršrutais, skatinant keliavimą ir ilgesnę viešnagę Lietuvos ir Latvijos kaimuose. Paprastai turizmas yra sezoninis ir didžiausias turistų srautas tenka nuo birželio iki spalio mėnesių, tačiau tokių veiklų ir produktų pasiūla padidintų turistų aktyvumą bei kaimo turizmo sodybose išlaikytų pastovų vidutinį lankytojų srautą visus metus.

Tradicinis ūkininkavimas šiame projekte apima ne tik Lietuvą ir Latviją – koncepcija yra platesnė, atverianti galimybes kitų tautų ir kultūrų tradicijoms, kurios yra gyvos šiandienos Lietuvos ir Latvijos kaimo turizme. Svarbu parodyti, kad bėgant laikui ir keičiantis kartoms, šios vertybės vis dar užima svarbią vietą, sudomina bei pritraukia turistus į kaimo turizmo sodybas.

2. Projekto komunikacijos tikslai ir užduotys

Projektu siekiama pristatyti ir skatinti tvarų tarpvalstybinį kaimo turizmo produktą bei didinti jo prieinamumą visoje Interreg Latvijos ir Lietuvos bendradarbiavimo per sieną Programos 2014-2019 (toliau – Programos) teritorijoje Lietuvoje ir Latvijoje. Puoselėjant ir populiarinant kuriamus produktus ir paslaugas, siekiama atkreipti dėmesį į kultūros paveldo išsaugojimą bei tokiu būdu didinti turistų skaičių šioje teritorijoje.

Projekto komunikacijos tikslai:

- Skatinti ūkių įsitraukimą ir didinti tradicinio ūkininkavimo pasiūlą kaimo turizme;
- Populiarinti ūkius ir vietas, kuriose galima pažinti ir pamatyti ūkininkavimo tradicinius ir šiuolaikinius procesus;
- Dalyvauti tradicijas atskleidžiančiose edukacinėse programose.

Atsižvelgiant į pateiktus komunikacijos tikslus, bus kuriama darni vidinė bei išorinė komunikacija.

Siekiant sujungti tiek ūkių savininkų, tiek potencialių turistų auditorijas, komunikacijos strategijos uždavinys yra apibrėžti pagrindines priemones, kuriomis kiekviena iš šių grupių bus pasiekama ir sudominama.

Konkretūs strategijos uždaviniai yra:

- Informuoti potencialius ūkininkavimo paveldą puoselėjančius ūkius ir kaimo turizmo sodybas apie galimybę dalyvauti Projekte, o turistus apie kaimo turizmo objektų lankymo naudą;
- Teikti praktinius patarimus ūkininkams, kaip didinti turistų srautus, suteikti kokybiškas paslaugas ir vykdyti paveikią komunikaciją;
- Vykdyti abipusę komunikaciją su tikslinėmis grupėmis, sukuriant ilgalaikį žinomumo efektą.

3. Projekto tikslinės grupės

- 1) **Agroturizmo ūkiai, ūkininkai, kaimo turizmo sodybos**, kurios turistams gali pasiūlyti ūkininkavimo tradicijas pristatančias paslaugas. Pagrindinis dėmesys skiriamas kokybiško produkto pasiūlai, todėl nėra svarbus ūkio ar sodybos dydis. Komunikacijos kanalai – visos įmanomos komunikacijos formos, įskaitant ir tiesioginę komunikaciją.
- 2) **Žiniasklaidos** atstovai daro įtaką bendram informacijos srautui, todėl yra reikalingi norint pasiekti bei sudominti potencialius turistus aplankyti ūkius, sodybas ir pažinti tradicinį ūkininkavimą. Komunikacijos kanalai – visos įmanomos komunikacijos formos.
- 3) **Turistai** – tiek vietiniai, tiek užsieniečiai – šeimos su vaikais, darbo kolektyvai, draugų kompanijos, senjorų grupės. Pagrindinė tikslinė Projekto auditorija ir potencialūs Projekto produkto vartotojai turi būti sudominti ir informuoti apie konkrečių produktų įsigijimo galimybes ir naudą. Komunikacijos forma – visos įmanomos komunikacijos formos: virtuali aplinka, socialiniai tinklai, spausdinti leidiniai, televizija, radijas, savivaldybių ir turizmo informacijos centrų svetainės.

4. Projekto veiklų ir galutinio produkto / rezultato aprašymas

Planuojamas Projekto galutinis produktas – lankytojams atviri ūkiai ir sodybos, muziejai, kuriuos galima aplankyti ir pažinti kultūrinį paveldą. Ūkiuose ir sodybose teikiamos paslaugos: ūkio ar sodybos apžiūra, ekskursijos ir edukacinės programos, atskleidžiančios tradicinius bei šiuolaikinius ūkininkavimo ir gamybos procesus (žuvų rūkymas, duonos kepimas, keramika ir t.t.); turistų apgyvendinimas; interaktyvios pramogos; produktų degustacijos; produktų ir suvenyrų pardavimas.

Projekto metu bus sukurtas tradicinio ūkininkavimo kaimo turizmo rinkodaros ženklas. Jis patvirtins produkto atitikimą vertinimo kriterijams ir ekspertų komisijos sprendimui. Ženklas bus atpažįstamas ir suprantamas abiem komunikacijos pusėms – tiek Projekto dalyviams, tiek turistams. Po Projekto įgyvendinimo jo tęstinumą užtikrins Lietuvos ir Latvijos kaimo turizmo asociacijos.

Kaimo turizmo ūkiai ir sodybos bus susietos dešimtyje turistinių maršrutų, siekiant padidinti lankytojų srautą ir pailginti kelionių trukmę Programos teritorijoje.

Projekto metu bus išleista rinkodaros medžiaga – lankstinukai, žemėlapiai bei atvirutės, populiarinančios tradicinio ūkininkavimo kaimo turizmo sodybas, ūkius ir maršrutus. Bendro turinio rinkodaros medžiaga bus išleista įvairiomis kalbomis.

4.1. Projekto veiklos

1) Situacijos analizė:

- Ūkių patikra, informacijos paieška, aprašymų kūrimas, nuotraukų ieškojimas ir t.t.;
- Agroturizmo produkto kriterijų sukūrimas;
- Agroturizmo ūkių ir sodybų duomenų bazės sukūrimas svetainėse www.atostogoskaime.lt ir www.celotajs.lv;
- Lietuvos-Latvijos Projekto vadybos komisijos sukūrimas, siekiant užtikrinti veiklų įgyvendinimą abiejose šalyse.

2) Agroturizmo produkto kūrimas, puoselėjant ūkininkavimo tradicijas:

- Latvijos ūkių bei sodybų atstovų vizitai į Lietuvą ir atvirkščiai, siekiant pažinti geriausiai išsaugotas ir pritaikytas tradicijas, jų skirtumus ir galimus patobulinimus;
- Pagalbos teikimas ūkiams, kuriantiems agroturizmo produktus – praktinių seminarų organizavimas, informacinių vadovų sukūrimas: „Kaip įkurti agroturizmo ūkį“, „Rinkodaros vadovas agroturizmo produkto kūrimui“ ir „Tradiciiniu ūkininkavimu paremto agroturizmo produkto kriterijai“.

3) Tarpvalstybinio agroturizmo produkto rinkodaros įgyvendinimas

- Sukurti ir plėtoti agroturizmo maršrutus, pabrėžiant tradicinį ūkininkavimą Lietuvoje ir Latvijoje;
- Sukurti lankstinuką, kuris populiarintų tradicinį ūkininkavimą įvairiuose kaimo turizmo ūkiuose ir sodybose;
- Sukurti Lietuvos-Latvijos žemėlapi, kuriame būtų pažymėti akredituoti ūkiai ir maršrutai. Žemėlapyje bus pateikti tradicinio ūkininkavimo ūkių, sodybų ir agroturizmo produktų aprašymai, nuotraukos bei kontaktinė informacija;
- Sukurti specialius puslapius Lietuvos ir Latvijos kaimo turizmo asociacijų internetinėse svetainėse, siekiant populiarinti tradicinio ūkininkavimo agroturizmo sodybas, ūkius ir jų produktus;
- Pateikti sukurtus agroturizmo maršrutus kelionių organizatoriams, skatinant tarptautinius mainus turizmo rinkoje;
- Sukurti atvirukus, populiarinant kaimo turizmo produktus, puoselėjančius tradicinį ūkininkavimą ir akimirkas iš sodybos ar ūkio gyvenimo;
- Organizuoti reklaminę kompaniją, kviečiant potencialius lankytojus pažinti tradicinio ūkininkavimo produktus agroturizmo sodybose ir ūkiuose;
- Viešinti agroturizmo produktus parodose - AgroBalt, Rāmava, Gruene Woche, Riga Food;
- Organizuoti keliones žiniasklaidos atstovams į tradicinį ūkininkavimą puoselėjančius ūkius ar sodybas;

- Vykdyti žiniasklaidos kampanijas, pristatant tradicinio ūkininkavimo produktus ir paslaugas;
- Vykdyti viešinimo kampanijas turizmo sektoriuje – kelionių operatoriams, kurie specializuojasi kaimo turizmo srityje: (<http://www.farm-tours.de/>, <http://www.agrar-reisen.de/> ir t.t.), tarptautiniam agroturizmo kelionių organizatoriui <http://www.atoi.org/en/about-atoi>, ES organizacijai - Copa- Cogeca ir t.t.

4.2. Projekto rezultatai

- 1) Tradiciniu ūkininkavimu paremtas agroturizmo produktas – 50 ūkių ir sodybų Lietuvoje, 50 - Latvijoje, įtrauktų į dešimt turistinių maršrutų;
- 2) Informacijos teikimas šeiminiams, kuriantiems agroturizmo produktą (produkto kriterijai, trijų vadovų komplektas, informaciniai seminarai, produkto akreditacija, vienijanti atpažįstamą agroturizmo ženklą);
- 3) Rinkodaros kampanija, didinanti turistų skaičių Programos įgyvendinimo teritorijoje.

5. Komunikacijos strategijos įgyvendinimas

Komunikacijos strategijos veiksmų planas yra padalintas į keletą dalių:

- 1) **Viešieji ryšiai.** Komunikacijos užtikrinimas tarp sektoriaus organizacijų ir potencialių tradicinio ūkininkavimo ūkių ir sodybų, informacijos parengimas ir perdavimas žiniasklaidos priemonėms.
- 2) **Žiniasklaidos programa.** Programos pagrindinis dėmesys skiriamas tikslinės auditorijos didinimui tradicinio ūkininkavimo agroturizmo ūkiuose ir sodybose.
- 3) **Tiesioginės rinkodaros programa.** Informacijos ir reklaminės medžiagos parengimas, dauginimas ir išplatrinimas Projekto tikslinei auditorijai.

6. Komunikacijos kanalai

Siekiant Projekto komunikacijos tikslinės auditorijos dėmesio, būtina žiniasklaidos kampanija, apimanti planuojamas veiklas – informacijos perdavimą per socialinius tinklus, straipsnius, interviu, radiją, televiziją, naujienų portalus ir t.t. Žiniasklaidos kampanijomis siekiama skatinti turistinių kelionių ir nakvynių skaičiaus didėjimą kaime.

Norint pasiekti visas Projekto tikslines grupes - agroturizmo ūkius, žiniasklaidos priemones ir bendruomenes - būtinas išsamus, aiškus ir tikslus informacijos perdavimo būdas, kanalai ir metodai.

Komunikacijos kanalai:

- Visa su Projekto veiklomis susijusi informacija bus pateikta Projekto partnerių svetainėse: www.celotajs.lv ir <http://www.atostogoskaime.lt>;
- Socialiniai tinklai - Facebook, Instagram;

- Žiniasklaidos priemonės – nacionalinių, regioninių laikraščių, naujienų portalų, žinių agentūrų, televizijos, radijo, savivaldybių ir informacinių turizmo centrų internetinėse svetainėse (1 PRIEDAS);
- Informacinės žiniasklaidos atstovų kelionės į ūkius;
- Lauko reklama - informaciniai tentai, plakatai;
- Dalomoji medžiaga – lankstinukai, žemėlapiai, plakatai, instrukcijų vadovai.

7. Komunikacijos turinys pagal tikslines auditorijas

7.1. Agroturizmo ūkiai, ūkininkai, sodybos

Komunikacijos uždavinys

Pagrindinis komunikacijos uždavinys - kviesti ūkius bei sodybas dalyvauti Projekte ir kurti tradicinio ūkininkavimo agroturizmo produktą. Svarbu, kad kaimo turizmo sodybos ir ūkiai suprastų savo įtaką kaimo populiarinimui ir jo plėtrai. Sėkminga kaimo plėtra gali būti pasiekama tik apvienijant kokybiškas paslaugas, pasiūlant lankytojams platų paslaugų asortimentą ir konkurencingas kainas. Siekiant visų šių elementų sinergijos, ūkių ir sodybų atstovus reikia skatinti įgyti kuo daugiau žinių ir informacijos plėtojant agroturizmo produktus.

Komunikacijos priemonės

Vykdamt tiesioginę komunikaciją su organizacijomis, kviesti tradicijas puoselejančius ūkius ir sodybas lankytojams atskleisti tradicinio ūkininkavimo pritaikymą mūsų dienoms. Komunikacija su potencialiais ūkių atstovais prasidės atrenkant organizacijas ir pakviečiant ūkius bei sodybas dalyvauti praktiniuose seminaruose rinkodaros temomis.

Siekiant pritraukti potencialius ūkius ir sodybas dalyvauti Projekte, suteikti jiems galimybę padidinti savo klientų ratą bei populiarinti tradicinį ūkininkavimą. Sodybos ir ūkiai bus kviečiami dalyvauti praktiniuose seminaruose, kuriuose dalijamasi naudinga patirtimi planuojamoje veikloje (kaip ūkiui ar sodybai paruošti įdomų pasiūlymą, pateikti informaciją potencialiems klientams, diskutuojama apie galimas grėsmes). Kvietimus dalyvauti Projekte rekomenduojama publikuoti regioniniuose laikraščiuose, žemės ūkio sektoriaus žurnaluose ir laikraščiuose, naujienų portaluose, savivaldybių ir turizmo informacinių centrų internetinėse svetainėse. (1 PRIEDAS).

7.2. Lankytojai – šeimos su vaikais, moksleiviai, senjorai ir asmenys, suinteresuoti keistis ūkininkavimo patirtimi

Komunikacijos uždavinys

Kaimo turizmas yra puiki galimybė ne vien tik apsilankyti sodyboje ar ūkyje, bet ir pažinti tradicinio paveldo lobius: degustuoti tradicinius patiekalus, dirbti tradicinio ūkininkavimo darbus, kurių procesai išlikę iki šių dienų, palyginti tradicinių žemės apdirbimo ir kulinarijos bei kitų amatų ypatumus su mūsų dienomis. Vaikams bus puiki galimybė pamatyti ūkininkavimo tradicijas bei sužinoti, kaip ir kur auginamos kaimo gėrybės. Didžioji dalis jaunosios kartos maisto produktus įprastai mato tik supakuotus prekybos centrų lentynose.

Komunikacijos priemonės

Potencialius lankytojus geriausia pasiekti žiniasklaidos pagalba, ypač tomis priemonėmis, kurios daro didelę įtaką Projekto komunikacijos tikslinei auditorijai – informacija bus publikuojama socialiniuose tinkluose, internetinėse svetainėse, naujienų portaluose, televizijoje, radijuje, laikraščiuose, savivaldybių svetainėse, skirtiems šeimoms su vaikais, senjorams bei asmenims, besidomintiems tradiciniu ūkininkavimu.

Platesnės auditorijos pasiekimui ruošiami pranešimai spaudai, kurie pasiekia tiek naujienų agentūras, tiek nacionalinę bei regioninę žiniasklaidą, laikraščius, interneto svetaines ir pan.

Svarbi komunikacijos priemonė yra interviu su ūkių ir sodybų atstovais, kurie sudomintų ir paskatintų aplankyti kaimo turizmo ūkius ir sodybas bei susipažinti su tradicinio ūkininkavimo ypatybėmis.

Šios tikslinės grupės negalima perkrauti informacija, tačiau ji turi būti pastebima ir publikuota tinkamu metu, kad lankytojai spėtų laiku suplanuoti ūkių ir sodybų lankymą. Informacija taip pat turi būti reguliari, kad ši žinia būtų įsimintina.

Informacijos kanalai: socialiniai tinklai, laikraščiai, žurnalai, portalai, radijas, televizija, naujienų agentūros ir savivaldybių tinklapiai (1 PRIEDAS), šiuo atveju didesnis dėmesys kreipiamas portalams, skirtiems šeimoms su vaikais: www.manovaikas.lt, www.tavovaikas.lt, www.supermama.lt, www.mamyciuklubas.lt ir pan.

7.3. Žiniasklaida

Komunikacijos uždavinys

Pagrindinė komunikacijos užduotis yra sudominti žiniasklaidos priemones rašyti ir publikuoti informaciją apie kaimo turizmą, tradicinį ūkininkavimą ir jo svarbų vaidmenį kaimo plėtroje gyventojų skaičiaus ir darbo vietų išsaugojimui. Kaimo turizmas pateikiamas kaip svarbi sąlyga darniam kaimo vystymuisi.

Komunikacijos turinys:

- Priminti, kad abiejų šalių kaimo turizmo asociacijos įdėjusios daug pastangų užtikrinant sektoriaus pripažinimą visos Europos Sąjungos kontekste, kuriant konkurencingą ir kokybišką produktą.
- Pabrėžti, kad didinant dabartinį kaimo turizmo paslaugų spektrą, jis bus papildytas tradicinio ūkininkavimo išsaugojimu ir populiarinimu.
- Priminti, kad žemės ūkio gamybos modernizavimo ir intensyvinimo kontekste, kaime dar gyvos istorinės vertybės: tradiciniu būdu gaminama produkcija, nuimamas derlius, ruošiami patiekalai ir pan. Tradicijas puoselėjantis kaimas tampa ypatinga erdve ir atskleidžia Lietuvos identitetą bei tradicijų unikalumą.
- Paaiškinti, kaip plėtojamas ir diversifikuojamas kaimo turizmo sodybų asortimentas, ieškant ir atrandant savo rajonui ar regionui būdingų paveldo aspektų. Šie aspektai leidžia visuomenei pamatyti ir pažinti, kaip vystėsi ūkininkavimo tradicijos nuo senovinių iki šių dienų.
- Pabrėžti kraštovaizdžio ir gyvenimo Lietuvos ar Latvijos kaime istoriją, nes būtent ūkių veikla istoriškai prisidėjo prie abiejų šalių ekonominio augimo. Jie užtikrino, kad kaime

būtų pakankamai gyventojų bei darbo vietų ir buvo pagrindiniai maisto tiekėjai šiose šalyse.

Komunikacijos priemonės

Siekiant populiarinti ūkininkavimo tradicijas bei kaimo turizmą, rekomenduojamos publikacijos, straipsniai, interviu ar pranešimai socialiniams tinklams, televizijai, laikraščiams, radijui, žurnalams, naujienų agentūroms ir savivaldybių svetainėms (1 PRIEDAS). Pavyzdžiui, LRT laidoje “Labas rytas, Lietuva”, galėtų būti pasakojama konkreti istorija, duodamas interviu apie bendrą kaimo turizmo situaciją Lietuvoje, Žinių radijuje diskusijų forma galėtų būti pasiekta labai plati auditorija.

Taigi, potencialius ūkių ir sodybų lankytojus efektyviausia pasiekti kvietimais ir publikacijomis bei informaciniais straipsniais, publikuojamais socialiniuose tinkluose, sektoriaus organizacijų svetainėse, interviu ir siužetais televizijos laidoje bei spausdintoje medžiagoje.

8. Žiniasklaidos kampanija

Žiniasklaidos kampanijos tikslas yra teikti reguliarią informaciją žiniasklaidos priemonėms, kurios nuolat primintų visuomenei, kad kaimo turizmas – puiki galimybė atostogoms. Kampanijos pranešimai ir veiklos turi būti pritaikytos konkrečioms tikslinėms grupėms: šeimoms su vaikais, moksleivių grupėms, senjorams ir asmenims, besidomintiems tradicinių ūkininkavimu.

Nuolatiniai Projekto partneriai, bendradarbiaudami su visomis susijusiomis šalimis ir viešųjų ryšių darbuotojais, turi užtikrinti nuoseklų keitimąsi informacija ir jo teikimą žiniasklaidai, siekiant sukurti teigiamą Projekto veiklos įvaizdį. Projekto partneriai turi siekti, kad tradicinis ūkininkavimas kaimo turizmo srityje būtų sėkmingas ir įdomus produktas.

Kadangi akcija vyks tuo pačiu metu tiek Lietuvoje, tiek Latvijoje, reikia atsižvelgti į kalbų skirtumus, todėl kampanija bus vykdoma pagal bendro turinio, tačiau skirtingų kalbų komunikacijos strategiją. Kiekvienas Projekto partneris yra atsakingas už žiniasklaidos priemonių pasirinkimą ir bendrą pranešimų pritaikymą konkrečios valstybės kalbai. Pranešimai abejomis kalbomis skleis vieną bendrą žinią ir atitiks suvienodintą, Projekto reikalavimus atitinkančią vizualinę tapatybę. Taip pat abiejų šalių partneriai dalinsis savo patirtimi ir sukurtais metodais bei idėjomis, siekiant pagerinti kompanijos efektyvumą.

Viso Projekto metu žiniasklaida bus informuojama apie Projekto veiklas ir eigą. Projekto partneriai sieks, kad pranešimai žiniasklaidai būtų patrauklūs ir viešoje erdvėje kurtų viešą diskusiją apie agroturizmo tradicijas bei kriterijus, viešintų sukurtą žemėlapią bei akredituotas ūkių ir sodybų sąrašą.

Pranešimai spaudai: skaičius ir reguliarumas nėra konkrečiai apibrėžtas, nes tai priklauso nuo Projekto veiklų ir naujienų. Reikia atkreipti dėmesį, kad Projekte nėra numatytų mokamų reklamos paslaugų, tad žiniasklaidos susidomėjimas publikuoti konkretų Projekto pranešimą priklauso nuo daug veiksnių, pavyzdžiui kitų, svarbesnių įvykių aktualumas ir t.t. Planuojamas orientacinis rezultatas – 6 naujienos Latvijoje ir Lietuvoje.

Trumpos žinutės: šioje kategorijoje taip pat neįmanoma nustatyti konkretaus žinučių skaičiaus bei reguliarumo, nes tai priklauso nuo projekto eigos. Planuojama socialiniuose tinkluose (Facebook, Instagram ir kt.) paskelbti po 50 naujienų kiekvienoje šalyje, naudojant grotąžymes: #LATLIT, #INTERREG, #AGRIHERITAGE ir konkrečių veiklų grotąžymės, pavyzdžiui #ATVIROSDIENOSKAIME.

Straipsniai: kuriami pranešimai spaudai, naujienos, elektroniniai lankstinukai ir kita informacija, susijusi su Projekto veiklų viešimu. Planuotas rezultatas – 20 straipsnių kiekvienoje šalyje.

Interviu su ūkininkais: planuojami pokalbiai tarp ūkininkų/sodybų šeimininkų ir regioninės/nacionalinės spaudos - 6 interviu kiekvienoje šalyje.

Konkursai, bendradarbiaujat su žiniasklaida: planuojami 4 konkursai kiekvienoje šalyje.

9. Projekto vaizdinė tapatybė

Pristatant Projekto veiklas, visos kompanijos metu partneriai turi naudoti vieno dizaino logotipą (2 PRIEDAS) bei šūkį. Viešinant Projektą reikia atkreipti dėmesį į Projekto tikslą, uždavinius bei pasikeitimus po jų įgyvendinimo:

- Kadangi Projektas finansuojamas Interreg Latvijos ir Lietuvos bendradarbiavimo per sieną 2014-2020 programa, norint pasiekti tikslą, reikia pabrėžti kokie yra Programos per sieną privalumai.
- Medžiagoje privalo būti nurodyta, kad Projektas finansuojamas Europos Sąjungos lėšomis.

Visi Projekto partneriai turi laikytis:

- Visoje publikacijų ir prezentacijų medžiagoje būtina naudoti Projekto logotipą ir ES paramos ženklą;
- Vykdamas Projekto veiklas, kurti nuotraukas ar video bei gautą medžiagą naudoti Projekto komunikacijoje;
- Išsaugoti visus spausdintinės medžiagos, parengtos pagal Projektą, pavyzdžius, nes tai reikalinga Projekto kontrolei ir auditui;
- Dvi savaites iki kiekvieno suplanuoto renginio informacija apie jį turi būti paskelbta Projekto partnerių internetinėse svetainėse;
- Visada patikrinti ar komunikacijos veiklos atitinka viso Projekto reikalavimus.

Viešinimo reikalavimai:

- Visur ir visada naudoti Programos logotipą;
- Priklausomai nuo publikacijos ir kitų veiklų, visada turi būti pateikta pagrindinė informacija apie Projektą;
- Reikia pažymėti, kad Projektas “Agroturizmo produktų vystymas, puoselėjant ūkininkavimo tradicijas Lietuvoje ir Latvijoje” finansuojamas Interreg Latvijos ir Lietuvos bendradarbiavimo per sieną programa 2014-2020.
- Reikia nurodyti, kad ES nėra atsakinga už pateiktos informacijos turinį.

Logotipo naudojimas:

Visa medžiaga, straipsniai, ataskaitos, sukurti naudojantis Programos parama turi būti su Programos logotipu (ES emblema, etiketė „Europos sąjunga“ ir nuoroda į Europos regioninės plėtros fondą (ERAF)).

Jeigu medžiagoje yra pateikiami ir kiti logotipai, tai Programos logotipas turi būti vienodo dydžio arba didesnis, siekiant pabrėžti ES finansavimo svarbą.

Vykdamas Projektą yra būtina komunikacijos veikla:

- Kiekvieno Projekto partnerio patalpose turi būti pakabinti informaciniai plakatai;
- Projekto partnerių internetinėse svetainėse turi būti informacija apie Projektą;
- Programos svetainė turi būti nuolat papildoma ir atnaujinama informacija;
- Projekto įgyvendinimo metu turi būti išsiųsta bent du pranešimai spaudai (pradedant ir baigiant Projektą).

10. Programos komunikacijos reikalavimai

Internetinės svetainės

1) Visa informaciją apie Projektą ir veiklas turi būti patalpinta Projekto partnerių interneto svetainėse, įskaitant:

- a) Logotipas turi būti matomas iš karto, kai vartotojas atidaro internetinę svetainę. Jeigu logotipas naudojamas kartu su kitais logotipais, tai jis turi būti proporcingas - kai Programos logotipas viešinamas šalia kitų logotipų, tai ES emblema, kuri yra dalis Programos logotipo, turi būti bent tokio pat dydžio kaip ir kitas didžiausias logotipas, matuojant aukštį ir plotį. Šis reikalavimas skirtas pabrėžti ES finansavimo svarbą.

Taip pat leidžiama naudoti Programos logotipą, kuris yra proporcingas kitiems logotipams, šalia pridėdant atskirą ES vėliavą, kuri yra taip pat yra proporcinga kitiems logotipams.

Logotipo dydis. Pavyzdys:



- b) Projekto pavadinimas: “Agroturizmo produktų vystymas, puoselėjant ūkininkavimo tradicijas Lietuvoje ir Latvijoje”;

- c) Skaitytojams suprantamas trumpas Projekto aprašymas – tikslas, rezultatai ir tarpvalstybinio bendradarbiavimo nauda bei Projekto finansavimas.

Apie Projektą „Agroturizmo produktų vystymas, puoselėjant ūkininkavimo tradicijas Lietuvoje ir Latvijoje“:

Projektas skirtas kultūrinio paveldo paslaugų bei produktų skatinimui, plėtojant agroturizmo produktus Programos teritorijoje Lietuvoje ir Latvijoje. Projektu siekiama išlaikyti senąsias tradicijas amatuose, statyboje ir architektūroje bei pristatyti jas turistams ūkiuose ar sodybose, ekskursijose, pažintinėse programose, muziejuose.

Projekto rezultatai:

- 1) tradiciškai gaminami agroturizmo produktai, įtraukti į turistinius maršrutus;
- 2) metodinė medžiaga ūkiams apie agroturizmo produkto kūrimą;
- 3) rinkodaros ir populiarinimo kampanija.

Bendras Projekto biudžetas yra 235 881 Eur, iš kurių 200 499 Eur finansuojama Europos regioninės plėtros fondo lėšomis.

- d) Projekto rezultatai prieinami elektroniniu formatu;
 - e) Nuoroda, kad ES nėra atsakinga už informacijos turinį: „Šis <dokumentas/publikacija/straipsnis> parengtas naudojant Europos sąjungos finansinę paramą. Už šio <dokumento/publikacijos/straipsnio> turinį atsako <projekto partnerio pavadinimas>. Jokiomis aplinkybėmis negali būti laikoma, kad jis atspindi Europos sąjungos nuomonę.“
 - f) Nuoroda į Programos interneto svetainę www.latlit.eu;
 - g) Nuoroda į oficialią ES svetainę www.europa.eu;
 - h) Jei reikia, nuoroda į Projekto socialinių tinklų puslapius;
- 2) Visa informacija reguliariai turi būti atnaujinama Programos svetainės skyriuje (www.latlit.eu/supported-projects).

Socialinė medija

- 1) Visada reikia naudoti grotąžymę #LATLIT ir galima nurodyti Projekto socialinio tinklo puslapį. Pateikiant informaciją socialiniuose tinkluose, nurodyti: (Akcija, veikla, renginys ir t.t.) Akcija organizuojama įgyvendinant projektą „Agroturizmo produktų vystymas, puoselėjant ūkininkavimo tradicijas Lietuvoje ir Latvijoje“. Projektą finansuoja 2014–2020 m. Interreg V-A Latvijos ir Lietuvos programa.
- 2) Programos internetiniame puslapyje turi būti nuoroda į Projekto ir jo partnerių socialinius tinklus:

facebook.com/Atostogoskaime.lt
twitter.com/Laukucelotajs

Raštai, pranešimai spaudai

Publikacijos turi apimti šiuos elementus:

- 1) Logotipas;
- 2) Projekto pavadinimas;
- 3) Informacija apie Programos finansinę paramą;
- 4) Pranešimas, kad ES nėra atsakinga už pateiktą informaciją;
- 5) Jei įmanoma ir tikslinga, nurodyti internetinės svetainės adresą kur pateikiama išsamesnė informacija;
- 6) Visi pranešimai spaudai ir straipsniai taip pat turi būti siunčiami asmeniui, atsakingam už Projekto komunikaciją. Pranešimuose spaudai reikia pabrėžti Projekto veiklas, renginius, rezultatus, gerąją tarpvalstybinę patirtį ir pateikti taip, kad visuomenei ir žiniasklaidai būtų įdomu. Rekomendacijos pranešimo parengimui:
 - a) Visa svarbi informacija turi būti sutelkta pranešimo pradžioje;
 - b) Informacijos turinys turi būti ne ilgesnis nei A4 formatas;
 - c) Turi būti nurodyta kontaktinio asmens informacija;
 - d) Siunčiant žinutę žiniasklaidai ji turi būti tiek tekstiniu formatu el. laiške, tiek prisegta kaip failas;
 - e) Jei yra nuotraukų ar video, geriau juos prisegti prie el. laiško nurodant, kad tai yra publikacijos medžiaga.

Publikacijos

Spausdintose ir elektroninėse versijose, bukletuose, lankstinukuose, knygose, straipsniuose, specializuotuose leidiniuose turi būti nurodyta ši informacija:

- 1) Programos logotipas;
- 2) Projekto pavadinimas;
- 3) Trumpa informacija apie projektą, atspindinti:
 - a) Pagrindinį tikslą ir uždavinius;
 - b) Siekiamą rezultatą;
 - c) Tarpvalstybinio bendradarbiavimo gerąją patirtį;
 - d) Projekto rezultatus;
 - e) Administravimo ir finansinę informaciją;
- f) Išryškintus svarbiausius rezultatus ir pasiekimus.
- 4) Informacija apie Programos finansinę paramą;
- 5) Teiginys, kad ES nėra atsakinga už pateiktą informaciją;
- 6) Jei įmanoma, rekomenduojama nurodyti Projekto partnerių pavadinimus, kontaktinę informaciją ir internetinės svetainės adresą;
- 7) Rekomenduojama, kad visos publikacijos būtų prieinamos ir po Projekto įgyvendinimo.

Audio ir video medžiaga

Video filmukai, audio siužetai, radijo laidos, interviu, filmai ir t.t., kurie parengti už Projekto finansavimo lėšas, turi turėti aiškią nuorodą į ES Programos finansavimą ir nurodyti:

- 1) Programos logotipą (video filmukuose);
- 2) Nuorodą į ES finansavimą;
- 3) Teiginį, kad ES nėra atsakinga už pateiktą informaciją;

- 4) Garso frazė:
 - a) „Šį projektą finansuoja Europos Sąjunga“, - jei video yra trumpesnis nei 30 s;
 - b) „<Laida, interviu> parengta(s) įgyvendinant projektą <projekto pavadinimas>. Projektą finansuoja 2014-2020 m. Interreg V-A Latvijos ir Lietuvos programa.“, jei tai skamba ilgiau nei 30 s. Taip pat reikia paminėti Projekto partnerio tinklą, kuriame pateikiama išsamesnė informacija. Video filmukas rekomenduojama publikuoti Projekto partnerių internetinėse svetainėse.
- 5) Video filmukai turėtų būti įkelti į socialinius tinklus su #latlit grotžyme.

Renginiai

Vieši renginiai yra skirti tikslinei auditorijai – visuomenei ir žiniasklaidos priemonėms. Viešuose renginiuose turi būti reklaminė medžiaga, darbotvarkės dokumentai, dalyvių sąrašas, pristatymai su šia informacija:

- 1) Logotipas;
- 2) Projekto pavadinimas;
- 3) Dalyvių sąrašas - <http://latlit.eu/how-to-implement/>;
- 4) ES vėliava ir/ arba kilnojami stendai bei logotipai. Jie turi būti statomi matomoje vietoje. Ataskaitai turi būti išsaugotos renginio nuotraukos, kuriose matyti logotipas;
- 5) Informacija apie renginius turi būti įtraukta į Programos svetainės kalendorių ne vėliau kaip dvi savaitės iki renginio;
- 6) Informaciją apie kitus renginius, pavyzdžiui susitikimus, būtina nusiųsti Programos atstovui ne vėliau kaip dvi savaitės iki renginio.
- 7) Dalyvių sąrašai, nuotraukos iš renginių ir kita susijusi medžiaga originaliu formatu turi būti išsaugoti ir teikiami Projekto atsiskaitymui.

Informaciniai plakatai

Visi informaciniai plakatai turi apimti:

- 1) Programos logotipą;
- 2) Projekto pavadinimą;
- 3) Pagrindinį Projekto tikslą, parengtą atitinkamos šalies kalba;
- 4) Teiginį, kad ES nėra atsakinga už pateiktą informaciją;
- 5) Informaciją apie Programos finansinę paramą;
- 6) Jei įmanoma, rekomenduojama nurodyti partnerių pavadinimus, kontaktinius duomenis ir internetinės svetainės adresus;
- 7) Rekomenduojama, kad visi plakatai būtų prieinami Projekto svetainėse;

Vykdamas Projektą, būtina parengti bent vieną plakatą, kurio minimalus dydis būtų A3 formatas. Logotipo vieta nurodyta – 2 PRIEDAS.

Įrangos ženklimas

Įranga ir kiti pirkiniai, įsigyti vykdamas Projektą, turi būti pažymėti Programos logotipu, užtikrinant, kad jis ten bus bent penkis metus po Projekto pabaigos. Jei dauguma daiktų, įsigytų

vykdant Projektą, yra toje pačioje patalpoje, joje gali būti kabinamas apie tai informuojantis plakatas.

Lipdukai ir Programos logotipai pateikti: <http://latlit.eu/how-to-implement/>

PRIEDAS Nr. 1: Žiniasklaidos sąrašas

Nacionalinė spauda

news@lrytas.lt	a.matuliauskas@iq.lt
red@lzinios.lt	redakcija@kaunodiena.lt
rimantas@verslas.org	redaktor@kurierwilenski.lt
lietuvosaidas1917@gmail.com	reklama@kurier.lt
arunas@lrytas.lt	naujienos@manoukis.lt
marketingas@manoukis.lt	flobis@mail.lt
obzor1@mail.ru	reklama@obzor.lt
press@respublika.net	info@savzinios.lt
info@ekonomika.lt	atraskspauda@gmail.com
redakcija@up.lt	redakcija@vakarozinios.lt
meile.taraskeviciene@valstietis.lt	redakcija@valstietis.lt
info@valstybe.eu	info@veidas.lt
info@vzinios.lt	

Specializuota spauda

ekonomika@manoukis.lt	naujienos@manoukis.lt
redaktore@manoukis.lt	redakcija@up.lt
Meile.taraskeviciene@valstietis.lt	

Regioninė spauda

druskininkai@centras.lt

giruzis@gmail.com

nrytas@raseiniai.omnitel.net

grazina.s@anyksta.lt

birzietis@takas.lt

Pasval.darbas@takas.lt

kronika@remo.lt

v.vaitukaiyte@elektrenuzinios.lt

gzeme@gzeme.lt

info@ana.lt

info@kurjeris.lt

Jurate.anilionyte@lrt.lt

editor@gargzdai.lt

kupmin@takas.lt

reklama@kurierwilenski.lt

lk@kurier.lt

jbaltakis@ignet.lt

musukrastas@salcininkai.lt

mlaikas@gmail.com

Obzor.lt@gmail.com

Oksana.laurutyte@etaplus.lt

vitavitalija@gmail.com

redaktor@litera.lt

mateliene@lrytas.lt

panrytas@lrytas.lt

Penktadienio-zemaitis@judex.lt

redaktorius@laikrastisplunge.lt

pzinios@pzinios.lt

portalas@ve.lt

redakcija@kaunodiena.lt

redakcija@kl.lt

redakcija@skrastas.lt

redaktorius@indra.lt

redaktorius@suvalkietis.lt

redaktorius@utenosdiena.lt

Dangyra.a@takas.lt

arunas@santarve.lt

asterita@sekunde.lt

sekunde@onmedia.lt

liudmila@sugardas.lt

redakcija@enter.lt

Jurate.sobutiene@splus.lt

direktore@siaure.lt

Asta971@gmail.com

Svencioniu.krastas@takas.lt

redakt@kurjeris.lt

Tauragiskiu.balsas@tvk.lt

vilimam@tzinios.lt

tomas@taurageszinios.lt

Redaktorius.utenis@gmail.com

alina@ve.lt

redakcija@enter.lt

info@vilnis.lt

zarkrastas@takas.lt

galima@zeimenoskrantai.lt

redaktorius@zemaiciolaikrastis.lt

Turizmo informaciniai centrai

info@alytus-tourism.lt

tic@infoanyksčiai.lt

info@visitbirstonas.lt

info@visitbirzai.lt

information@druskininkai.lt

tic@ignalina.lt

jonavosmuziejus@gmail.com

info@jonavosmuziejus.lt

vic@jvic.lt

turizmas@jurbarkas.info

turizmas@kaisiadorys.lt

info@kaunastic.lt

info@turinfo.lt

info@kaunorajonas.lt

info@kedainiutvic.lt

turizmas@kedainiutvic.lt

turizmaskelme@gmail.com

kraziukc@kraziai.lt

info@tytuvenai.eu

tic@klaipedainfo.lt

info@klaipedosrajonas.lt

gizo.sodyba@klaipedosrajonas.lt

rita.berzanskiene@kretingosturizmas.info

daiva.reinike@kretingosturizmas.info

kupiskisturizmas@zebra.lt	turizmas.info@gmail.com
veisiejumuziejus@lazdijai.lt	tic@marijampole.lt
mtvic@roventa.lt	tvic@infomoletai.lt
info@visitneringa.lt	juodkrante@neringa.lt
ticpagegiai@gmail.com	info@palangatic.lt
info@panevezysinfo.lt	info@pasvaliomuziejus.lt
turizmas@plunge.lt	tic@radviliskiobiblioteka.lt
verslas@rietavovic.lt	direktore@rietavovic.lt
rietavoturizmas@gmail.com	info@rokiskiotic.lt
info@sakiaitic.lt	tic@siauliai.lt
siauliuraj@gmail.com	vic@siauliai-r.sav.lt
kristina.duseikaite@siauliuraj.lt	info@siluteinfo.lt
svencioniuturizmas@gmail.com	turizmas@taurageinfo.lt
turizmocentras@telsiai.lt	ai@varniai-museum.lt
trakaitic@trakai.lt	direktore@ukmergeinfo.lt
tic@utenainfo.lt	turizmas@varena.lt
info@vilkaviskisinfo.lt	tic@vilnius.lt
info@jewishcenter.lt	tic@vrsa.lt
turizmas@zarasai.lt	

Savivaldybės

bendras@lsa.lt	info@akmene.lt, meras@akmene.lt;
----------------	----------------------------------

vytautas.grigaravicius@alytus.lt,
alytus@ams.lt

kestutis.tubis@anyksciai.lt,
info@anyksciai.lt

meras@birzai.lt,
savivaldybe@birzai.lt

meras@elektrenai.lt,
administracija@elektrenai.lt

meras@jonava.lt,
administracija@jonava.lt

info@jurbarkas.lt, info@jurbarkas.lt

meras@kalvarija.lt,
priimamasis@kalvarija.lt

meras@krs.lt, info@krs.lt

vaclovas.andrulis@kelme.lt,
info@kelme.lt

meras@klaipeda.lt,
info@klaipeda.lt

meras@kretinga.lt,
savivaldybe@kretinga.lt

meras@lazdijai.lt,
info@lazdijai.lt

meras@mazeikiai.lt,
savivaldybe@mazeikiai.lt

mera@neringa.lt, meras@neringa.lt

meras@pakruojis.lt,
savivaldybe@pakruojis.lt

meras@panevezys.lt,
savivaldybe@panevezys.lt

meras@pasvalys.lt,
rastine@pasvalys.lt

meras@prienai.lt,
savivaldybe@prienai.lt

meras@raseiniai.lt,
savivaldybe@raseiniai.lt

meras@arsa.lt,
sekretore@arsa.lt

nijole.dirginciene@birstonas.lt,
sekretore@birstonas.lt

meras@druskininkai.lt,
info@druskininkai.lt

meras@ignalina.lt,
info@ignalina.lt

gediminas.cepulis@joniskis.lt,
savivaldybe@joniskis.lt

meras@kaisiadorys.lt,
dokumentai@kaisiadorys.lt

meras@kaunas.lt,
info@kaunas.lt

vytautas.kanevicius@kazluruda.lt,
priimamasis@kazluruda.lt

info@kedainiai.lt,
administracija@kedainiai.lt

vaclovas.dackauskas@klaipedos-r.lt,
savivaldybe@klaipedos-r.lt

meras@kupiskis.lt,
savivaldybe@kupiskis.lt

administracija@marijampole.lt

meras@moletai.lt,
savivaldybe@moletai.lt

meras@pagegiai.lt, info@pagegiai.lt

meras@palanga.lt,
administracija@palanga.lt

povilas.zagunis@panrs.lt,
savivaldybe@panrs.lt

meras@plunge.lt,
savivaldybe@plunge.lt

meras@radviliskis.lt,
informacija@radviliskis.lt

meras@rietavas.lt,
savivaldybe@rietavas.lt

v.vilys@post.rokiskis.lt,
savivaldybe@post.rikiskis.lt

edgaras.pilypaitis@sakiai.lt,
savivaldybe@sakiai.lt

meras@siauliai.lt, info@siauliai.lt

jonas.gudauskas@silale.lt, info@silale.lt

meras@sirvintos.lt, savivaldybe@sirvintos.lt

meras@taurage.lt, savivaldybe@taurage.lt

meras@trakai.lt, info@trakai.lt

alvydas.katinas@utena.lt,
info@utena.lt

meras@vilkaviskis.lt,
savivaldybe@vilkaviskis.lt

marija.rekst@vrsa.lt, vrsa@vrsa.lt

meras@zarasai.lt, info@zarasai.lt

stasys.vainoras@skuodas.lt,
savivaldybe@skuodas.lt

zdzislav.palevic@salcininkai.lt,
priimamasis@salcininkai.lt

meras@siauliuraj.lt,
prim@siauliuraj.lt

meras@pamarys.lt, silute@pamarys.lt

meras@svencionys.lt,
savivaldybe@svencionys.lt

vytautas.kleiva@telsiai.lt,
info@telsiai.lt

meras@ukmerge.lt,
priimamasis@ukmerge.lt

vidas.mikalauskas@varena.lt,
info@varena.lt

meras@vilnius.lt,
e.vicemerass@vilnius.lt

mere@visaginas.lt,
visaginas@visaginas.lt

PRIEDAS Nr. 2: Programos logotipai



Logotipo dydis

Jeigu yra pateikiami ir kiti logotipai, tai ES emblema, kuri yra Programos logotipo dalis turi būti bent tokio pat dydžio (matuojant aukštį ir plotį) kaip didžiausias kitas logotipas. Reikalavimas skirtas pabrėžti ES finansavimo svarbą.

Logotipo pagrindinė versija (su tekstine nuoroda į projektą) spausdintoje medžiagoje privalo būti bent 60 mm ilgio. Taip pat turi būti įskaitoma tekstinė nuoroda „European Regional Development Fund“.

Mažesnės versijos logotipas yra be nuorodos teksto - „European Regional Development Fund“. Jo minimalus ilgis turi būti 47 mm. Naudojant šią versiją būtina pateikti Projekto nuorodą tekstine forma.

Logotipo fono spalva

Programos logotipas turi būti baltame fone. Reikėtų vengti spalvotų fonų ir vienintelė išimtis yra labai šviesios spalvos. Jei logotipas publikuojamas tamsiame fone, jis turi būti dedamas ant balto stačiakampio fono.

Reikalingi logotipų failai, logotipo dydis ir kiti reikalavimai visada pateikiami:

<http://latlit.eu/how-to-implement/>

Nespalvotas logotipas

Ši versija naudojama tik tada, kai nėra galimybės naudoti spalvų.



Juodai baltas logotipas

Juodai baltas logotipas naudojamas, jei nėra galimybės naudoti pilko atspalvio versijos.



Logotipo naudojimas informaciniuose plakatuose



Interreg



EUROPOS SĄJUNGA

Latvija–Lietuva

Europos regioninės plėtros fondas

Projekto Nr., pavadinimas ir
akronimas
(1as prioritetas – žalia spalva)

Projekto tikslas

ERPF finansavimas

Projekto pradžia ir pabaiga

Infomracija apie projekto partnerius (logotipai arba pavadinimai, kontaktinė informacija.

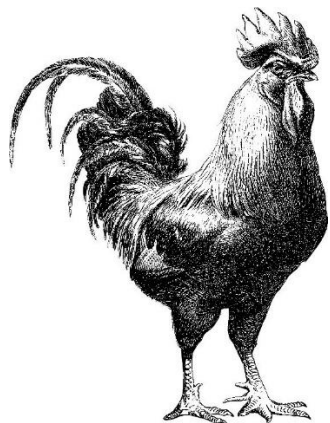
Projekto interneto svetainės adresas (jei yra)

Projektą iš dalies finansavo
2014–2020 m. Interreg V-A Latvijos ir Lietuvos bendradarbiavimo
per sieną programa
www.latlit.eu

PRIEDAS Nr. 3: Vizualinės medžiagos vadovas “Mėgaukis kaimu Lietuvoje ir Latvijoje”

Vaizdas

Gaidys laikomas pasididžiavimu kaimo vietovėse. Drąsus, spalvingas ir besididžiuojantis. Vaisingumo simbolis. Šeimininkas.



Logotipo kombinacija



Vaizdas

+

**Mėgaukis kaimu
Lietuvoje ir
Latvijoje**

Pavadinimas

+



Tonas

Logotipas lietuviškai

Pagrindinė versija



Emblema
(sutrumpinta logotipo versija)

Naudojamas išimtiniais atvejais, kai pašaliniai veiksniai neleidžia naudoti bazinės versijos.



Logotipas latviškai

Pagrindinė versija



Emblema

(sutrumpinta logotipo versija)

Naudojamas išimtiniais atvejais, kai pašaliniai veiksniai neleidžia naudoti bazinės versijos.



Tonas

Mėgaukis kaimu žaliasis

Pantone: 389

CMYK: 23, 0, 90, 0

RGB: 207, 221, 66



Logotipo centravimas



Vertikalus centravimas



Horizontalus centravimas

Logotipo minimalus dydis



Minimalus logotipo dydis
27 mm

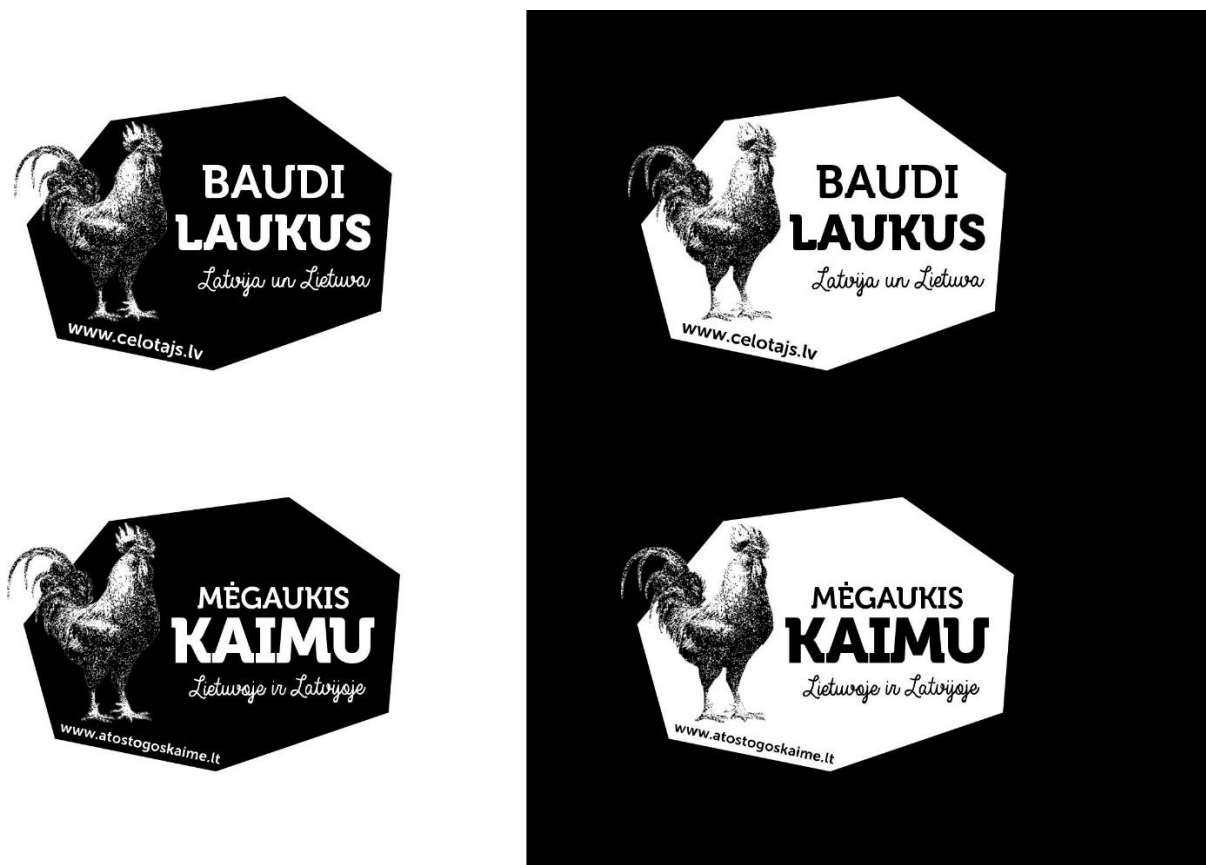


Minimalus emblemos dydis
20 mm

LOGO - "BL" naudojimas žaliame ir juodame fonuose.



LOGO - Nespalvota versija



LOGO - Naudojimas nuotraukose ir spalvotuose fonuose



LOGO – Neleistinas logo naudojimas



✘ Netempti!



✘ Nenaudoti tonų perėjimo!



✘ Nekreipkite kampų!



✘ Nekeisti tono!

Šriftas

Museo Sans

AaBbCcDdEe

100 300 500 700 900

AĀBCDEĒFGĜHIĪJKĶLLMNNOPRŠTUŪVZŽ

Aābcdeēfgĝhiījkķllmnnoprštuūvzž

1234567890 !?&@#



Illustracija - roll-up standai



Iliustracija - brošiūra



Iliustracija – brošiūros vidinė pusē



Iliustracija – ženkleliai ir lipdukai



Iliustracija – marškinėliai



Iliustracija – medžiaginiai maišeliai (LV)



Iliustracija – medžiaginiai maišeliai (LT)



Ilustracija – prijuostēs

