

Checklist communicatie

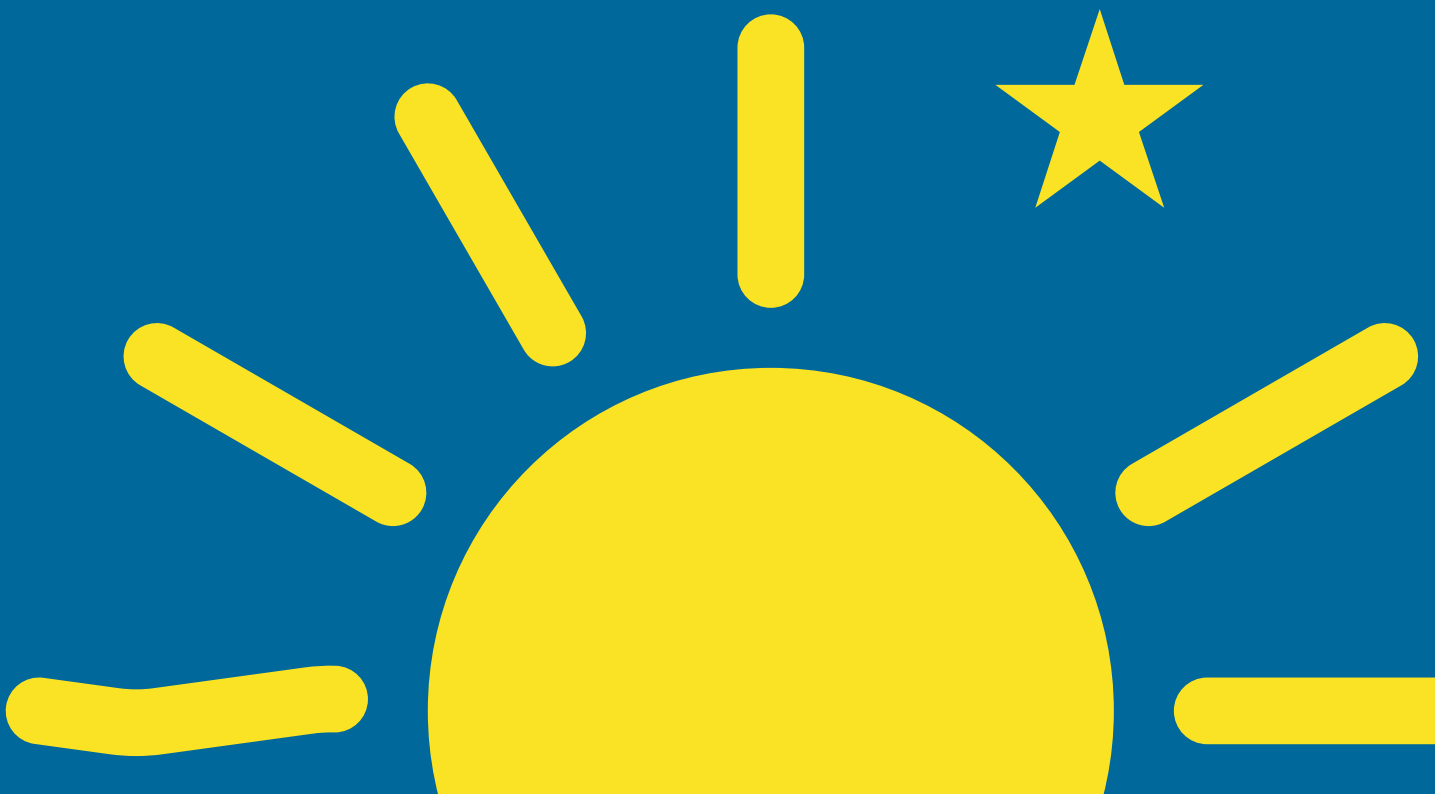


Medegefinancierd door
de Europese Unie

Communicatie- checklist

LIFE-IP Klimaatadaptatie

mei 2023



COMMUNICATIE-CHECKLIST

Deze communicatie-checklist hoort bij het Communicatieplan LIFE-IP Klimaatadaptatie 2022-2023. De betrokkenen bij de projecten en acties die verbonden zijn aan het programma LIFE-IP Klimaatadaptatie communiceren zelf over hun resultaten. De Europese Unie stelt een aantal voorwaarden aan deze communicatie. In deze checklist staan de belangrijkste aandachtspunten.

Indeling

Vraag en antwoord	Pagina 2
Extra tips	Pagina 5
Voorbeelden	Pagina 6
Meer informatie	Pagina 9

Staat jouw vraag er niet bij of is iets niet duidelijk?

Neem contact op met Ria de Wit, projectleider communicatie LIFE-IP Klimaatadaptatie (actie E.1) namens het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat: ria@helder-en-duidelijk.nl – 06 247 44 241.

Vraag en antwoord

DELIVERABLES, LOGO'S EN DISCLAIMER

Welke informatie moet er op een 'deliverable' (verplicht product) staan?

Een deliverable bevat altijd een **colofon**, met de volgende verplichte onderdelen:

- Het **LIFE-logo van de EU**, inclusief de tekst 'Medegefinancierd door de Europese Unie'. IenW heeft een eigen logo laten maken voor LIFE-IP Klimaatadaptatie. Het advies is om beide logo's in combinatie te gebruiken. Voorbeelden van de logo's zijn te vinden op [deze website](#).
- De **kenmerken van de deliverable** (projecttitel, projectafkorting, actie, resultaat, begunstigde). Dat zijn de Engelse termen die gebruikt worden in de Grant Agreement (de overeenkomst met de EU).
- De **disclaimer**, waarin wordt verklaard dat de EU niet verantwoordelijk is voor de inhoud.

Op pagina 6 staat een voorbeeld van een colofon.

In elke deliverable die in het Nederlands is opgesteld, is een **Engelstalige samenvatting** verplicht, inclusief **Engelstalige disclaimer**. Zie het voorbeeld op pagina 7.

Het logo is een keer veranderd. Wat is de juiste versie?

Het juiste logo is te vinden op [deze website](#). Het verschil tussen het oude logo en het actuele logo is dat de zin 'Medegefinancierd door de Europese Unie' is toegevoegd. Zie ook het logo bovenaan deze checklist.

Ik heb het oude logo al op diverse plekken gebruikt.

Moet ik het overal vervangen?

Ja, overal moet het nieuwe logo staan.

Als de deliverable bestaat uit een website of ander online product, hoe ga je dan om met de verplichte onderdelen als logo, Engelse samenvatting en disclaimer?

Alle deliverables moeten voldoen aan de eisen van de Europese Unie. Het nieuwe logo, de Engelse samenvatting en de disclaimer moeten dus ook op een website of ander online product worden geplaatst.

Waar moet ik aan voldoen bij het aanleveren van een deliverable die uit een online product bestaat?

Wanneer zo'n online product als deliverable wordt aangeleverd bij het coördinatieteam van LIFE-IP Klimaatadaptatie, moet dat in een vorm die het mogelijk maakt om de verplichte onderdelen (nieuw logo, disclaimer en Engelse samenvatting) toe te voegen. Denk aan een voorblad, met daarop een schermafbeelding van het online product.



- Een goed voorbeeld hiervan is de oplevering van [de pagina's over LIFE-IP Klimaatadaptatie](#) op het kennisportaal: deze deliverable is aangeleverd in de vorm van een screenshot, met op het voorblad de verplichte onderdelen (nieuw logo, Engelse samenvatting en disclaimer).

Hoe ga je om met deliverables die al zijn verschenen en waar nog niet alles uit de checklist is toegevoegd (zoals de disclaimer)?

Deze deliverables moeten worden aangepast door de auteur(s) en opnieuw worden aangeboden aan het coördinatieteam. Lees de de voorgaande vragen en antwoorden voor de details.

NOTIFICATION PANELS EN POSTERS

Wat wordt er bedoeld met 'notification panels', 'on-site panels', 'interpretation boards' of 'noticeboards' (mededelingenbord) zoals genoemd in het full proposal en op de CINEA-site?

Dit zijn informatiepanelen die op fysieke locaties worden geplaatst waar een project wordt uitgevoerd of is uitgevoerd met subsidiegeld uit Europa.

Is zo'n mededelingenbord verplicht?

Ja, als er een fysieke locatie is, is het **verplicht** om een bord te plaatsen.

Heeft het project geen fysieke locatie? De projectleider moet in dit geval een **poster** ophangen op zijn/haar eigen locatie (gemeentehuis, provinciehuis, et cetera).

Waarom moet een 'notification panel' of poster voldoen?

Het bord of de poster moet worden geplaatst op een 'goed toegankelijke plek, waar het bord of de poster zichtbaar is voor het publiek'.

Het juiste logo moet worden gebruikt op het bord of de poster (dus inclusief de zin 'Medegefinancierd door de Europese Unie'), en een korte beschrijving van het project, bedoeld voor het grote publiek.

Er zijn geen bepaalde voorwaarden voor formaat of type uitvoering. Pagina 7 geeft een voorbeeld mededelingenbord en een poster, maar de invulling hiervan is verder vrij.

Wanneer moet ik het bord of de poster plaatsen of ophangen?

Zodra een project van start gaat, moet er een informatiepaneel geplaatst worden of een poster worden opgehangen.

Is er (nog) geen fysieke locatie? Hang dan alleen een poster op.

Hoe lang moet een 'notification panel' blijven staan?

Het bord of de poster moet gedurende de looptijd van het LIFE-IP-programma (dus tot eind 2027) blijven staan of hangen. Als er sprake is van een blijvende locatie (bijvoorbeeld een stadspark of groen schoolplein), moet het bord ook na de looptijd van het programma blijven staan.

Is er een format voor een poster?

Op pagina 7 staat een voorbeeldposter. Het nieuwe logo is verplicht, verdere invulling is vrij (bijvoorbeeld het eigen logo, logo's van de samenwerkingspartners, projectnaam, et cetera). Als je een eigen logo gebruikt, moet het LIFE-logo groter zijn dan het eigen logo.

FOLDERS EN PRESENTATIES

Is er een format voor een folder?

Op pagina 8 staat een voorbeeld van een folder. Let op: het colofon is verplicht, want een folder is een deliverable. De folder kan online verschijnen, of op papier (tip: gebruik milieuvriendelijk materiaal).

Is er een format voor een PowerPoint-presentatie?

Een voorbeeld van een presentatie vind je op [deze website](#). Op pagina 8 zie je een voorbeeld van een aantal slides.

SOCIALE MEDIA

Zijn er voorbeeldteksten voor socialemediaberichten, persberichten of nieuwsbrieven?

Op het Kennisportaal Klimaatadaptatie staat een ['toolkit basiscommunicatie'](#) met verschillende voorbeeldteksten, handleidingen en tips. Deze toolkit wordt voortdurend



uitgebreid. Heb je zelf een aanvulling? Neem [contact](#) op met het kennisportaal.

Welke hashtags kan ik gebruiken in sociale-mediaberichten?

Voorbeelden van hashtags zijn #LIFEprogramme; #LIFEproject, #LIFEprojects (in het Engels). Als tweede hashtag kun je #klimaatadaptatie gebruiken.

BIJEENKOMSTEN

Is het voor elke partner verplicht om een openbare bijeenkomst te organiseren?

Een openbare bijeenkomst is een 'verwacht resultaat' en geen verplichting. In de overeenkomst met de Europese Unie staat dat er 10 open dagen worden georganiseerd voor het publiek, en 15 openbare evenementen (zie bijlage 2 van het communicatieplan 2022-2023). De partners zullen deze aantallen gezamenlijk moeten bereiken, dus als het bij je project past, organiseer dan een openbare bijeenkomst. In het communicatieplan lees je hier meer over. Het kan overigens van alles zijn: de opening van een stadspark, een bewonersavond, een open dag bij de gemeente, een klimaatfestival. **Denk aan zichtbaarheid van het logo.**

Tip: noteer hoeveel mensen er (ongeveer) aanwezig waren. De EU vraagt om deze informatie.

We organiseren een interne bijeenkomst. Moet het logo dan ook overal op worden gebruikt?

Tijdens interne bijeenkomsten is het niet verplicht.

Tip: maak er toch een gewoonte van om het logo te gebruiken; mocht je alsnog externe gasten uitnodigen of de gebruikte presentatie op een website plaatsen, dan staat het er alvast op.

We organiseren een bijeenkomst waarover we geen nieuwsbericht maken, maar die we wel willen laten meetellen als resultaat van ons LIFE-IP-project. Hoe doen we dat?

Je kunt een collage maken van een paar foto's, met een kort bijschrift. Denk hierbij aan het juiste gebruik van logos. Een voorbeeldcollage staat op pagina 8.

DIGITALE TOEGANKELIJKHEID, STICKERS EN FOTO'S

Moeten alle communicatieproducten over LIFE-IP Klimaatadaptatie digitaal toegankelijk zijn?

Ja, alle producten moeten digitaal toegankelijk zijn volgens de richtlijnen van de rijksoverheid. Niet alleen je website, maar ook pdf's en andere documenten moeten openbaar toegankelijk zijn. De verantwoordelijkheid hiervoor ligt bij jezelf. [Deze website](#) kan je hierbij verder helpen.

Tip: Let bij digitale producten – zoals een video – op het plaatsen van het logo.

Zijn er stickers beschikbaar die ik kan plakken op producten die we hebben laten maken? Of op tafels, mokken, flyers?

Nee, er zijn geen stickers beschikbaar.

Waar vind ik goede foto's voor onze communicatie-uitingen over klimaatadaptatie?

Gratis foto's kun je vinden op [Pixabay](#) of [Unsplash](#). De provincie Noord-Brabant heeft een [klimaatwarenhuis](#). Betaalde foto's kun je op diverse websites vinden. De website [klimaatadaptatiebeelden.nl](#) is gespecialiseerd in foto's over het onderwerp klimaatadaptatie.



Extra tips

- Gebruik zoveel mogelijk je eigen communicatiekanalen (website, sociale media, nieuwsbrief, et cetera).
- Voor extra bereik: stuur je communicatieboodschap of product naar nieuwsbrief@helder-en-duidelijk.nl
- Maak foto's van de verschillende communicatiemomenten en zorg ervoor dat het logo in beeld is. Voorbeeld: de opening van een groen schoolplein, een bewonersbijeenkomst (zie voorbeeldfoto's op pagina 7).
- Meld je aan voor de nieuwsbrief klimaatadaptatie.
- Volg het Kennisportaal Klimaatadaptatie op LinkedIn.
- Volg [Samen Klimaatbestendig](#) op LinkedIn.
- Ben je al lid van de communicatie-community? Zo nee, stuur een mail naar nadia@samenklimaatbestendig.nl.



Voorbeelden

VOORBEELDCOLOFON

Colofon

Dit rapport* is gemaakt in opdracht van het ministerie van Infrastructuur en Waterstaat** en maakt deel uit van het programma LIFE-IP Klimaatadaptatie.

Titel

[hier de titel van het rapport*]

Kenmerken

Project title: Netherlands National Adaptation Strategy on Climate Change, to Local Networks Accelerating Climate Resilience (NL-NASCELERATE).

Project acronym: LIFE20 IPC/NL/000006 – LIFE-IP NL-NASCELERATE.

Action: [letter en nummer + Engelse naam uit het Proposal]

Deliverable: [Engelse naam uit het Proposal+ de laatst overeengekomen opleverdatum***].

Beneficiary: [dit is de LIFE-IP-partner die het product oplevert aan de EU, eerst de Nederlandse naam, dan de Engelse].

Auteurs

[naam/namen en organisatie(s)]

Opdrachtgever

[indien gewenst: naam van opdrachtgever (persoon en/of organisatie)]

Begeleidingscommissie

[indien van toepassing/gewenst]

Vormgeving

[indien van toepassing]

Datum

[datum van verschijnen****]

Medegefinancierd door de Europese Unie. De opvattingen en meningen die worden geuit zijn echter uitsluitend die van de auteur(s) en komen niet noodzakelijk overeen met die van de Europese Unie of CINEA. Noch de Europese Unie, noch de subsidieverlenende autoriteit kunnen daarvoor verantwoordelijk worden gesteld.

* of: deze publicatie, deze strategie, dit onderzoeksresultaat, dit document, et cetera.

** of: naam van de opdrachtgever in kwestie OF – als je het in eigen beheer hebt gemaakt – de naam van je eigen organisatie (dan wordt de zin: ... gemaakt door XX en maakt deel uit van...).

*** dit is de opleverdatum zoals overeengekomen met de EU, ofwel genoemd in het Gran Agreement, ofwel bijgesteld in overleg met de EU.

**** dit is de datum van verschijnen; deze datum kan afwijken van de opleverdatum.



Medegefinancierd door
de Europese Unie



DISCLAIMER IN HET ENGELS

Bij de Engelse samenvatting, onderaan de pagina:

Co-funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or CINEA. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

INFORMATIEBORD



Voorbeeld van een informatiebord



Voorbeeld van het gebruik van een informatiebord

POSTER



Voorbeeld van een poster



Voorbeeld van het gebruik van een poster, op 23 september 2022, tijdens een openbare bijeenkomst van de Climate Campus in Zwolle



FOLDER



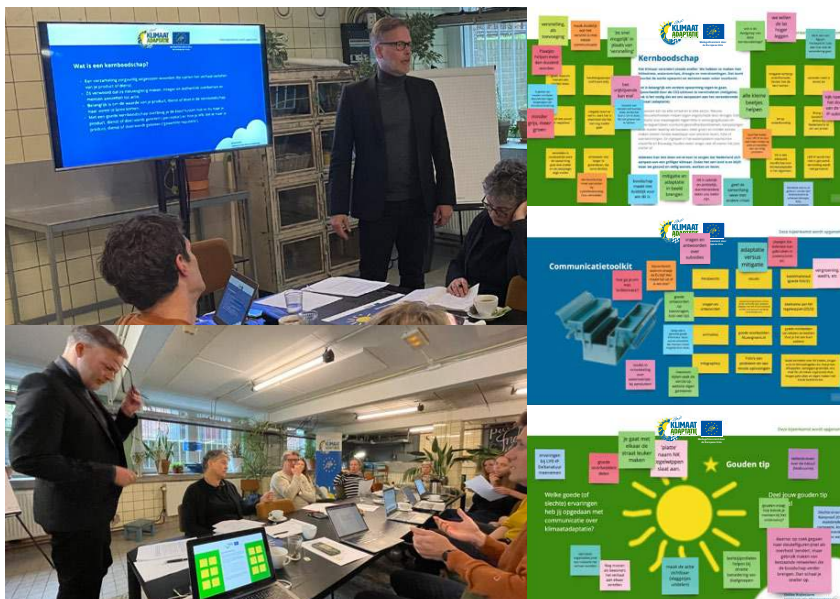
Voorbeeld van een folder (staat ook op het Kennisportaal Klimaatadaptatie)

POWERPOINT



Voorbeelden van slides in een PowerPoint-presentatie [te vinden op deze website](#)

COLLAGE VAN EEN BRAINSTORMBIJENKOMST



Voorbeeld van een [collage over een brainstormbijeenkomst voor het maken van de communicatiestrategie](#)



Bijlage 2

Actie E.1. deliverables, milestones en expected results

Deliverables (verplichte producten):

- 1 juli 2022: openingsevenement.
- 30 april 2023: LIFE-IP Communicatieplan.
- 31 december 2023: digitale brochures en folders.
- 31 december 2023: 4 video's/YouTube-tutorials en instrumenten voor participatie.

Milestones (mijlpalen):

- 30 november 2022: sociale media-accounts LIFE-IP opgericht en online.
- 1 februari 2023: aanstelling kennissteward lokale platforms.
- 1 januari 2026: kennisgevingspanelen geplaatst.
- 31 december 2027:
 - presentaties op website over programma-inhoud gepubliceerd,
 - evenementen van CoP (platforms van stakeholders) georganiseerd,
 - bijdragen aan openbare evenementen gehouden
 - 10 open dagen georganiseerd,
 - persberichten gepubliceerd.

De expected results (verwachte resultaten) zoals opgenomen in het full proposal zijn:

- Lopende activiteiten op het LIFE-IP-platform voor stakeholders (en begeleidende platforms). Doelpubliek: meer dan 1000 aangesloten professionals om meer dan een miljoen burgers te bereiken.
- CoP-platforms van stakeholders: ten minste 10 CoP-evenementen, waarbij professionals kennis en ervaringen uitwisselen over het opzetten en onderhouden van lokale en regionale platforms (ongeveer 40 betrokkenen).
- Minimaal 15 kennisgevingborden geplaatst. Doelpubliek: lokale gemeenschap (meer dan 10.000 personen geïnformeerd).
- Bijdrage van LIFE-IP-partners aan ten minste 15 openbare evenementen. Doelpubliek: plaatselijke gemeenschap (meer dan 50.000 personen geïnformeerd).
- 1 Algemeen openingsevenement. Doelpubliek: stakeholders, doelgroepen en alle andere geïnteresseerden (ongeveer 250 personen op de hoogte).

- Ten minste 2 opendeurdagen voor het grote publiek per geselecteerde projectlocatie. Doelpubliek: algemeen publiek (10 opendeurdagen, ongeveer 100 personen geïnformeerd per opendeurdag).
- Voor elk demonstratieproject zal ten minste 1 folder of brochure worden geproduceerd, ca. 20 nummers. Doelpubliek: algemeen publiek, professionals en beleidsmakers (ongeveer 20.000 personen geïnformeerd).
- Meer dan 100 websitepresentaties over de inhoud van het programma. Doelgroep: professionals (inclusief de pers), beleidsmakers en het grote publiek dat geïnteresseerd is in aanpassing aan klimaatverandering en NAS-sectoren (gemiddeld 300 websitebezoeken/maand).
- Minimaal 20 persberichten. Doelpubliek: professionals/beleidsmakers en het grote publiek (meer dan 100.000 personen geïnformeerd).
- Voortdurende uitwisseling via sociale media en nieuwsbriefkanalen via LIFE-IP en aangesloten kanalen. 4 sociale media-accounts opgericht. Doelgroepen: het grote publiek en netwerkrelaties. Door gebruik te maken van verschillende soorten sociale media wordt een breed publiek bereikt (meer dan 100.000 personen geïnformeerd).
- Minimaal 4 tutorials op YouTube. Doelpubliek: professionals, beleidsmakers en het grote publiek met belangstelling voor de aanpassing aan klimaatverandering en de NAS-sectoren (meer dan 4.000 personen geïnformeerd).
- Instrumenten voor burgerparticipatie. Doelpubliek: professionals (ongeveer 100 personen op de hoogte).

