



МІЖНАРОДНИЙ
ФОНД
ВІДРОДЖЕННЯ



ПРЯМУЄМО
РАЗОМ

ДОВІДНИК З КОМУНІКАЦІЙ

для грантерів ініціативи
"Європейське Відродження
України"



Ініціатива реалізовується Європейським Союзом
та Міжнародним фондом "Відродження"

Друзі.

Вітаємо вас із отриманням гранту від Міжнародного Фонду «Відродження» та Європейського Союзу. Ми бажаємо вам успіхів у реалізації проекту і сподіваємось, що він стане ще однією історією позитивних змін.

Попереду у вас багато роботи, а її результатами ви будете ділитися на сторінках ваших соціальних мереж, в ЗМІ та під час публічних подій. Для нас важливо, щоб ви згадували про свою співпрацю з Фондом та ЄС зрозуміло і коректно. Для того, щоб спростити цю частину вашої роботи, і написаний це довідник.

Цей довідник описує правила згадок про Фонд та ЄС у вашій публічній комунікації – статтях, постах, відео та виступах. В ньому ви також знайдете принципи взаємодії з нами, Комунікаційним відділом Фонду, посилання на логотипи та візуальні шаблони, які ви можете використати, алгоритми та чеклісти, які допоможуть вам під час вашої роботи.

Ми закликаємо вас прочитати цей довідник і звертатися до нього в ході проекту. Якщо після його прочитання у вас залишилися додаткові питання - пишіть нам на pr@irf.ua або членам нашої команди в месенджери. Особисті контакти кожного ви знайдете в кінці довідника.

Як міг би сказати Борис Грінченко, не бійтесь заглядати в довідник, там пишний яр, а не сумне провалля.

Дружньо,

Комунікаційна команда Міжнародного фонду «Відродження»

Зміст

Важливість згадки Фонду.....	4
Гнучкість	5
Виключення з правил	5
Комунікація після закінчення проєкту	5
Загальні підходи до співпраці	7
Цензура.....	7
Права на комунікаційні матеріали	7
Створення комунікаційних стратегій	7
Узгодження комунікаційних матеріалів	9
Типи матеріалів на узгодження.....	9
Час узгодження матеріалів	10
Екстраординарні випадки.....	11
Маркування матеріалів	12
Види маркування.....	12
Логотип.....	13
Використання з іншими логотипами	14
Посилання на логотипи.....	14
Вибір правильних версій логотипів.....	14
Англомовна версія.....	15
Розмір логотипу	16
Місце розміщення	16
Суміщення з іншими логотипами.....	16
Зона захисту	17
Чого не можна робити з логотипом.....	17
Дисклеймер	18
Зміна дисклеймера.....	19
Інформер	20
Усна згадка	21
Проведення подій	23
Календар обміну матеріалами з комунікаційним відділом	23
Можливість участі представників Фонду або ЄС у ваших подіях	24
Друкований банер.....	24
Фото та відеоматеріали.....	25
Дозвіл на зйомку	25
Текстові матеріали.....	26

Цитата представника Фонду.....	26
Соціальні мережі	27
Візуальний стиль.....	28
Інше.....	29
Розміщення інформації про проєкт на вашому сайті	29
Маркування фізичної продукції	29
Звітування щодо комунікацій в рамках проєкту	30
Контакти	31

Важливість згадки Фонду

Чому важливо згадували Фонд у своїх матеріалах? В першу чергу, **це формальна вимога**, яку ви узгоджуєте в грантовій угоді.

Відповідно до п. 2.5. Угоди про реалізацію проєкту, яку ви підписуєте з Міжнародним фондом «Відродження», усі інформаційні матеріали, що створюються в рамках проєкту, підтриманого Фондом та ЄС, мають містити згадку про Фонд та ЄС як про партнерів проєкту. Це ж стосується і публічних подій.

Навіщо це потрібно?

Така вимога є загальноприйнятою і переслідує 4 ключові цілі:

- **Продемонструвати прозорість та відкритість.** Для Фонду та ЄС важливо бути відкритими та ділитися повною інформацією про нашу діяльність. Коли ви публічно згадуєте про партнерство з Фондом та ЄС, ви підтверджуєте нашу співпрацю та надання коштів. Це є ознакою чесності та відкритості перед своїми читачами та послідовниками, а також міжнародна спільнота знатиме на які ініціативи з підтримки України були спрямовані кошти європейських платників податків.
- **Допомогти нам оцінити ефективність.** Як і ви, ми проводимо моніторинг та оцінку наших проєктів, напрямків роботи, стратегічних пріоритетів. Згадка про Фонд та ЄС дозволяє нам оцінити ефективність роботи в рамках проєкту, а громадянам – ефективність роботи самого Фонду.
- **Ефективніше поширення ваших матеріалів.** Ми як ніхто зацікавлені, щоб ваші комунікаційні матеріали досягнули своїх аудиторій і можемо бути вашим союзником у цьому. Ми хочемо ділитися новинами про найцікавіші проєкти, які підтримує Фонд та ЄС. В тому числі й про ваш.
- **Дотримання Фондом вимог ЄС щодо комунікації.** Укладаючи партнерство з ЄС, Фонд також узяв на себе ряд зобов'язань, пов'язаних з комунікацією. Це стосується і маркування матеріалів, і їх узгодження. Також частину з матеріалів ми в подальшому комунікуємо або узгоджуємо з Представництвом ЄС в Україні. Якщо ви не дотримуватиметесь правил комунікації, ми не зможемо виконати взяті на себе

зобов'язання і це поставить під ризик не лише вашу, але усі інші ініціативи, підтримані в рамках проєкту «Європейське Відродження для України».

Гнучкість

Ми намагалися освітити усі питання, які найчастіше виникають перед грантерами. Проте їх перелік не є вичерпним.

Ми свідомі того, що подекуди ці правила доцільно змінювати, якщо це допоможе краще реалізувати ваш проєкт. Ми готові до такої гнучкості, якщо ви зможете пояснити нам причини, за якими ці правила необхідно змінити.

Нехай ключовим принципом нашої взаємодії буде здоровий глузд.

Якщо ви не знайшли у цьому довіднику відповіді на питання, що вас цікавлять або маєте сумніви щодо їх дотримання – пишіть на pr@irf.ua та програмного менеджера фонду, що веде ваш проєкт, і ми разом спробуємо знайти оптимальне рішення.

Виключення з правил

Ми свідомі, що в окремих випадках вказівка щодо підтримки проєкту Фондом та ЄС може нашкодити реалізації проєкту або принести додаткові ризики. Зокрема, такі виключення можуть застосовуватись для комунікації щодо:

- Проєктів, що стосуються чутливих тем (робота з меншинами, дискримінованими групами тощо);
- Проєктів, що передбачають роботу у окупованих або прифронтових громадах;
- Інших проєктів, у яких публічна згадка про джерело підтримки може впливати на безпеку виконавців проєкту або стейкхолдерів.

У випадку, якщо ви вважаєте, що ваш проєкт підпадає під якийсь з цих критеріїв – напишіть на pr@irf.ua і ми спробуємо знайти спільне рішення щодо вашого випадку.

Комунікація після закінчення проєкту

Якщо після формального закінчення проєкту ви продовжуєте комунікувати щодо напрацювань, здійснених в межах проєкту, ми радимо продовжувати зазначати про підтримку, отриману від Фонду та ЄС, але із зазначенням того, що наш спільний проєкт наразі є закінченим.

Ви можете вільно зазначати у власних матеріалах про те, що були грантерами Фонду та ЄС, проте не можете використовувати словесні конструкції, які можуть бути протрактовані таким чином, наче ця співпраця продовжується.

Загальні підходи до співпраці

Ми переконані, що наша з вами тісна співпраця та обмін інформацією може підсилити Фонд, Європейський Союз та ваш проєкт. Ми готові бути чесними та відкритими і очікуємо, що ви також виходитимете з цих принципів під час нашої взаємодії.

Цензура

Ми не можемо і не будемо цензурувати зміст ваших комунікаційних матеріалів. Ми довіряємо вашій експертизі та цінностям, тож вважаємо, що ваші знання у темі вашого проєкту є глибшими, за наші.

Винятком є комунікаційні матеріали, які суперечать цінностям прав людини і містять прямі образи чи заклики до обмеження прав тієї чи іншої групи. В таких випадках ми можемо попросити вас змінити або прибрати відповідні матеріали.

Також зазвичай ми не надаємо оцінки якості ваших комунікаційних матеріалів і слідкуємо лише за дотриманням формальних правил. Проте якщо у вас є бажання отримати такий зворотній зв'язок – ми можемо надати його вам на запит.

Аналогічно ми не переписуємо, не змінюємо оформлення та не втручаємось іншим чином у ваші комунікаційні матеріали, проте за вашим запитом ми можемо допомогти зробити ваш матеріал якіснішим, якщо це дозволить поточна завантаженість відділу та дедлайни.

Права на комунікаційні матеріали

Усі права на комунікаційні матеріали належать організаціям або людям, які їх створили. Проте ми залишаємо за собою право використовувати ці матеріали з некомерційною метою для комунікаційних продуктів (новини на сайті, пости в соціальних мережах) Фонду або Представництва ЄС з вказівкою авторства та з повним дотриманням законодавства щодо авторського права.

Якщо ви не бажаєте, щоб ми використовували ваші комунікаційні матеріали, напишіть про це окремо на pr@irf.ua.

Створення комунікаційних стратегій

Якщо ваш проєкт відповідає принаймні 2 з 3 наступних критеріям, ми просимо вас підготувати та узгодити комунікаційну стратегію або комунікаційний план вашого проєкту:

- Сума підтримки вашого проєкту складає більше 50 тисяч доларів за курсом НБУ;
- Тривалість вашого проєкту складає більше 10 місяців;

- Ваш проєкт передбачає проведення окремих комунікаційних кампаній.

Це важливо, щоб Фонд міг узгодити комунікацію в межах ваших проєктів з власним комунікаційним планом, таким чином взаємно підсилюючи звучання важливих суспільних тем.

План або стратегія можуть бути побудовані в довільній формі. Ви можете проконсультуватися щодо його створення або надіслати готовий на pr@irf.ua.

Для невеликих та короткочасних проєктів Фонд не вимагає створення та узгодження окремих комунікаційних проєктів та планів.

Узгодження комунікаційних матеріалів

Ми не вимагаємо узгодження усіх комунікаційних матеріалів, розроблених в межах проєкту, проте просимо надсилати на попереднє узгодження найбільш значимі з них. Це допоможе уникнути потенційних непорозумінь і сприятиме кращому виконанню ваших зобов'язань з комунікації, які ви берете згідно з п. 2.5 Угоди про виконання проєкту. Також це дозволить нам вмонтувати ваші комунікаційні продукти у наш контент-план, якщо він відповідатиме нашим пріоритетам, а в окремих випадках – вмонтувати ваші матеріали і в контент-план Представництва ЄС.

Типи матеріалів на узгодження

Які матеріали **не потрібно** попередньо узгоджувати:

- Окремі публікації в соціальних мережах вашої організації;
- Публікації про ваш проєкт або вашу організацію, які готують журналісти і які не є частиною комунікації, що передбачена в проєкті;
- Авторські блоги/колонки експертів проєкту на тематику проєкту в ЗМІ або соціальних мережах;
- Новини, статті до 3 тис. знаків про перебіг проєкту, які ви розміщуєте на власному сайті або інших майданчиках організації;
- Презентації для публічних заходів, що передбачають демонстрацію напрацювань, отриманих в рамках проєктів;
- Ілюстрації, які ви готуєте в межах проєкту;

Які матеріали **потребують** попереднього узгодження:

- Великі аналітичні статті, репортажі тощо довжиною понад 3 тисячі символів, які написані вами в межах проєкту;
- Публічні події, такі як форуми, конференції, круглі столи, прес-конференції тощо, що проходять в межах проєкту;
- Прес-анонси та прес-релізи для публічних подій, що проходять в межах проєкту;
- Інфографіка, інформаційні плакати, публікації підготовлені в межах проєкту;
- Відеоролики, короткометражні та повнометражні документальні фільми, що були підготовлені в межах проєкту.

Якщо ваш проєкт передбачає створення серії з однотипних публікацій, статей, інфографіки, відеороликів тощо – попереднього узгодження потребуватиме тільки перший з них. Наступні можна надсилати для огляду після їх публікації.

Час узгодження матеріалів

Різні типи комунікаційних матеріалів потребують різного часу на узгодження.

Масові публічні події офлайн за участі більше 50 учасників та відвідувачів (конференції, форуми тощо)	не пізніше, ніж за 14 днів до дати проведення
Публічні заходи за часті менше 50 учасників, такі як круглі столи, прес-конференції тощо	не пізніше, ніж за 5 днів до дати проведення
Статті понад 3 тис. символів	не пізніше, ніж за добу до публікації
Прес-анонси та прес-релізи для публічних подій	не пізніше, ніж за добу до публікації
Інфографіка або інформаційні плакати	не пізніше, ніж за добу до публікації
Короткі відеоролики (до 3 хв)	не пізніше, ніж за добу до публікації
Довгі відеоролики (більше 3 хв) або короткометражні документальні, ігрові фільми	не пізніше, ніж за 3 дні до дати проведення
Повнометражні документальні фільми	не пізніше, ніж за 7 днів до дати проведення

Усі матеріали для узгодження слід надсилати на pr@irf.ua та програмного менеджера фонду, що займається вашим проектом, вказавши в темі листа «На узгодження: [тип матеріалу] [назва організації]». Наприклад «На узгодження: Інфографіка від Фондації розвитку Козятинщини». В тілі листа просимо написати назву проєкту, який ви реалізовуєте. Матеріали, які ви надсилаєте на узгодження, найкраще надати через посилання, або додати вкладений файл, якщо його вага не перевищує 5 мб.

Якщо протягом зазначеного в таблиці часу ви не отримали відповіді – ви можете публікувати матеріал навіть без отримання узгодження.

Після отримання узгодження ви можете публікувати матеріали в зручний для вас час, навіть якщо він відрізняється від попередньо описаного вами у листі (крім дат проведення публічних подій).

Екстраординарні випадки

Ми свідомі, що в деяких випадках матеріали підв'язуються під раптові інформаційні приводи і потребують швидкої публікації. В таких екстраординарних випадках ви можете надіслати матеріали вже після їх розсилки або публікації. Проте ми просимо коротко описати у листі, чому цей матеріал потребував термінової публікації без узгодження.

Маркування матеріалів

В усіх матеріалах, які будуть створені в рамках вашого проєкту, необхідно розмістити позначення про підтримку Фонду.

Види маркування

Ви використовуватимете 5 видів такого позначення та їх комбінації:

- Логотипи Міжнародного фонду «Відродження» та ЄС (з надписом «Прямуємо разом»). Використовується для усіх візуальних матеріалів;
- Дисклеймер – текстове позначення Фонду та ЄС як партнерів вашого проєкту. Використовується для більшості текстових матеріалів;
- Інформер – коротка інформація про про Фонд та ЄС. Використовується лише для великих матеріалів на кшталт книг та вебсайтів, що стали результатами вашого проєкту.
- Усна згадка – згадка про підтримку Фондом та ЄС вашого проєкту, яку ви озвучуєте під час публічних заходів, інтерв'ю тощо;
- Тег фонду та Представництва ЄС в Facebook або Instagram.

Ви можете поєднувати маркування Фонду та ЄС з маркуванням власної організації, наприклад, додавати власний логотип, додавати в текст дисклеймера назву вашої організації або проєкту, додавати власний інформер в публікації тощо.

Для різних комунікаційних матеріалів використовуються різні види позначення:

зображення для соціальних мереж; відеоролики до 120 секунд; сувенірна продукція; слайди презентацій; банери;	Логотипи
статті для сторонніх майданчиків (ЗМІ, сайти партнерів тощо); електронні розсилки;	Дисклеймер

Вступне/заключне слово під час публічних подій Інтерв'ю	Усна згадка, банери на заходах (Київ та Львів)
Записи в соціальних мережах	Тег Фонду та ЄС (+ логотип, якщо присутні спеціально розроблені зображення)
прес-релізи / прес-анонси; статті на сайті організації; листівки, флаєри, буклети; інфографіка, інформаційні плакати; відеоролики більше 120 секунд програми та інші роздаткові матеріали для заходів; останній слайд презентацій;	Логотипи + дисклеймер
друковані видання від 30 сторінок; вебсайти, створені в рамках проєкту	Логотипи + дисклеймер + інформер

Логотип

Всі публікації, роздаткові матеріали, зображення для соціальних мереж, які розроблені в рамках проєкту мають супроводжуватись логотипами Міжнародного фонду «Відродження» та Європейського Союзу з надписом «Прямуємо разом». Це допоможе візуально підтвердити партнерство з Фондом та ЄС у реалізації вашого проєкту.

Логотип має розміщуватись на таких матеріалах, як:

- зображення для соціальних мереж;
- відеоролики та фільми;
- сувенірна продукція;
- слайди презентацій;
- програми, форми реєстрації та інші роздаткові матеріали для заходів;
- листівки, флаєри, буклети (як друковані, так і електронні);
- інфографіка, інформаційні плакати;

- прес-релізи / прес-анонси;
- статті на сайті організації;
- банери;
- Техніка, якщо вона була закуплена за кошти проєкту.

Де не обов'язково розміщувати логотип:

- Предмети одягу або інша сувенірна продукція, якщо вона не містить логотипів інших організацій;

Використання з іншими логотипами

Ви можете вільно розміщувати свій логотип у комунікаційних матеріалах разом з логотипом Фонду та ЄС. У випадку, якщо ваш проєкт співфінансується іншими донорами, ви можете використовувати також логотипи інших донорів.

Використання логотипу Фонду та ЄС разом з логотипами політичних партій – заборонене.

Посилання на логотипи

Усі версії логотипу, його вертикальну та горизонтальну версії, версії в синьому, білому та чорному кольорах, векторні та растрові версії цих логотипів ви можете знайти за посиланнями:

Логотипи Міжнародного фонду «Відродження»:

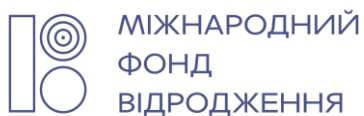
https://drive.google.com/drive/folders/1buzO71ufJNdVnMEnsphHqLHpkIF3Vd81?usp=share_link

Логотипи Європейського Союзу

<https://drive.google.com/drive/folders/1rtPSAJm3P9B7mhVC4p9Pk2QPfnz5dfyR?usp=sharing>

Вибір правильних версій логотипів

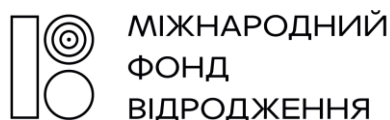
Базовими версіями логотипів є: горизонтальний логотип Міжнародного фонду «Відродження» у синьому кольорі та горизонтальний логотип ЄС з надписом «Прямуємо Разом». Ми пропонуємо використовувати їх в усіх випадків крім тих, які описані нижче.



Якщо інші логотипи, поряд з якими розміщуються логотипи Фонду та ЄС, є вертикальними, а не горизонтальними – ми радимо використовувати вертикальні версії логотипів.



Якщо логотипи розміщуються на монохромних або чорно-білих зображеннях або друкуються в монохромній гаммі – ми радимо використовувати чорну версію логотипів. В такому разі горизонтальні версії буде базовою, а вертикальну слід використовувати, якщо лого Фонду та ЄС розміщується поряд з іншими вертикальними логотипами.



Якщо логотипи розміщуються на чорному або темному фоні – ми радимо використовувати білу версію логотипів. В такому разі горизонтальна версія буде базовою, а вертикальну слід використовувати, якщо лого Фонду та ЄС розміщуються поряд з іншими вертикальними логотипами.



Англомовна версія

Для україномовних матеріалів використовуються україномовні версії логотипів. Для англомовних матеріалів ми радимо використовувати англомовні версії логотипів.

Правила вибору орієнтації (вертикальна/горизонтальна) та кольору логотипів відповідають тим, що описані вище.

Розмір логотипу

Ви можете змінювати розмір логотипів, не змінюючи їх пропорцій. Проте їх розмір має бути достатнім, щоб логотипи можна було розрізнити та зчитати зміст.

Місце розміщення

При розміщенні логотип ЄС ми радимо розміщувати **в лівому нижньому кутку**. Ми радимо розміщувати лого Фонду поряд з логотипом ЄС, а лого вашої організації – поряд з лого Фонду або у правому кутку.



Місце розміщення логотипів є рекомендованим, ви можете змінювати його, якщо це краще підходить під дизайн вашого матеріалу. Розміщення логотипів у іншому місці не буде вважатися порушенням цих правил.

Суміщення з іншими логотипами

Ви можете вільно суміщати лого фонду з іншими лого. Якщо на зображенні присутні лише ваше лого (виконавця проєкту), Фонду та ЄС – ви можете розміщувати їх поряд.

Якщо на зображенні передбачено розміщення кількох логотипів організацій, додаткових логотипів органів влади або партнерських установ тощо, ми радимо візуально відділити лого

Фонду від логотипів виконавців (наприклад, збільшити відступ між логотипом Фонду та іншими логотипами).



Зона захисту

Зона захисту навколо логотипу складає 0,5 висоти логотипу ЄС для горизонтальних версій, і 0,5 ширини логотипу ЄС для вертикальних версій. Наприклад, якщо висота розміщеного на буклеті логотипів ЄС та Фонду складає 10 міліметрів, то на відстані 5 міліметрів навколо нього не можна розмішувати інші логотипи, надписи тощо.

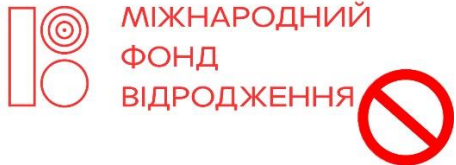
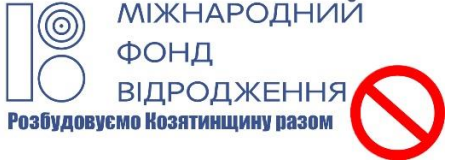


Чого не можна робити з логотипом

Ми настійливо просимо не вносити жодних змін у логотипи, які ви скачуєте за посиланнями вище. Це однаково стосується як логотипу Фонду, так і логотипу ЄС.

Зокрема, ми суворо вимагаємо не вносити таких змін:

- Змінювати колір
- Змінювати шрифт надпису чи сам надпис
- Додавати /змінювати будь-які графічні елементи
- Додавати / змінювати надписи
- Змінювати пропорції емблеми чи надпису
- Змінювати пропорції між емблемою та надписом

Якщо ви вважаєте, що для вашого макету потрібно внести будь-яку зміну в логотипи, напишіть про це на pr@irf.ua і ми спільно визначимо, чи є це можливим.

Дисклеймер

Для текстового позначення партнерства в межах вашого проєкту ми просимо вас використовувати дисклеймер, який ви можете змінювати. Дисклеймер потрібно використовувати для таких типів контенту, як:

- статті для сторонніх майданчиків (ЗМІ, сайти партнерів тощо);
- електронні розсилки;
- прес-релізи / прес-анонси;
- статті на сайті організації;
- листівки, флаєри, буклети;
- інфографіка, інформаційні плакати;
- відеоролики більше 120 секунд
- програми та інші роздаткові матеріали для заходів;
- останній слайд презентацій;
- друковані видання від 30 сторінок;
- вебсайти, створені в рамках проєкту

В дисклеймері має бути збережено дві частини: 1) про підтримку Фондом та ЄС вашої ініціативи; 2) про те, що зміст матеріалів є вашою ініціативою, а не замовленням Фонду чи ЄС.

Базова версія дисклеймера звучить наступним чином:

Матеріал підготовлено за підтримки Європейського союзу та Міжнародного Фонду «Відродження» в рамках спільної ініціативи «Європейське Відродження України». Матеріал представляє позицію авторів і не обов'язково відображає позицію Європейського Союзу чи Міжнародного фонду «Відродження».

Дисклеймер англійською звучить наступним чином:

This publication was compiled with the support of the European Union and the International Renaissance Foundation within the framework «European Renaissance of Ukraine» project. Its content is the exclusive responsibility of the authors and does not necessarily reflect the views of the European Union and the International Renaissance Foundation.

Дисклеймер може розміщуватися як у окремому абзаці, так і всередині тексту, в т.ч. у зміненому під стиль тексту вигляді.

Зміна дисклеймера

Ви можете змінювати дисклеймер відповідно до ваших цілей та потреб, залишаючи обидві частини дисклеймера. Зокрема, ви можете:

- Замінювати слова «Матеріал» та «підготовлено» на тип контенту чи процес, які більше відповідають вашій ситуації (наприклад, «Інфографіка розроблена...», «Круглий стіл організований...», «Стаття написана»);
- Додавати інших донорів, якщо вони співфінансують проєкт (наприклад, «Сайт створено за підтримки Європейського Союзу, Міжнародного фонду «Відродження» та Благодійного фонду «Величне Століття Козятинщини»);
- Додавати назву вашої організації (наприклад, «Конференція була організована Фондом розвитку Козятинщини за підтримки Європейського Союзу та Міжнародного фонду «Відродження»);
- Додавати назву вашого проєкту (наприклад, «Документальне відео зняте в рамках проєкту «Козятин – колыска європейської цивілізації» за підтримки...»);
- Додавати будь-які інші редакторські зміни, які не впливають на зміст дисклеймера.

Не можна:

- Додавати до дисклеймера будь-яку інформацію, що змінює зміст або може створити хибні уявлення щодо підтримки (наприклад, «Листівки надруковано за підтримки

Європейського Союзу та Міжнародного фонду «Відродження», які зацікавлені в просуванні Козятина як столиці духовності та борні...»);

- Зазначати в дисклеймері лише одного з донорів (Фонд або ЄС), не вказуючи іншого.

Якщо у вас є сумніви щодо того, чи можна використовувати дисклеймер у тому варіанті, який вам подобається, - ви можете написати на pr@irf.ua і ми узгодимо це питання разом.

Інформер

Інформери – це короткі тексти про Міжнародний фонд «Відродження» та ЄС, який розміщується на тих типах контенту, які містять багато інформації, відтак потребують додаткових пояснень щодо джерел фінансування.

Це стосується таких типів контенту як:

- друковані видання від 30 сторінок;
- вебсайти, створені в рамках проєкту.

Інформери використовуються не замість, а додатково до логотипів та дисклеймера.

Місце розміщення інформера не регламентується. Наприклад, для вебсайтів ви можете розміщувати інформацію у футері сайту, для видань – на форзаці обгортки або що або що.

Українською інформер звучить наступним чином:

Міжнародний фонд «Відродження» – одна з найбільших благодійних фундацій в Україні, що з 1990-го року допомагає розвивати в Україні відкрите суспільство на основі демократичних цінностей. За час своєї діяльності Фонд підтримав близько 20 тисяч проєктів на суму понад 350 мільйонів доларів США.

Сайт: www.irf.ua

Facebook: [www.fb.com/irf.ukraine](https://www.facebook.com/irf.ukraine)

Європейський Союз складається з 27 держав-членів та їхніх народів. Це унікальне політичне та економічне партнерство, засноване на цінностях поваги до людської гідності, свободи, рівності, верховенства права і прав людини. Понад п'ятдесят років знадобилось для створення зони миру, демократії, стабільності і процвітання на нашому континенті. Водночас нам вдалось зберегти культурне розмаїття, толерантність і свободу особистості. ЄС налаштований поділитись своїми цінностями та досягненнями з країнами-сусідами ЄС, їхніми народами, та з народами з-поза їхніх меж.

Англійською він звучить наступним чином:

The International Renaissance Foundation is one of the largest charitable foundations in Ukraine. Since 1990 we have been helping to develop an open society based on democratic values in Ukraine. During its activity, the Foundation has supported about 20 thousand projects. The funding amounted to over \$ 350 million.

Site: www.irf.ua

Facebook: [www.fb.com/irf.ukraine](https://www.facebook.com/irf.ukraine)

The European Union is made up of 27 Member States who have decided to gradually link together their know-how, resources and destinies. Together, during a period of enlargement of 50 years, they have built a zone of stability, democracy and sustainable development whilst maintaining cultural diversity, tolerance and individual freedoms. The European Union is committed to sharing its achievements and its values with countries and peoples beyond its borders.

Ви можете розміщувати разом з інформерами Фонду та ЄС інформацію про вашу організацію, а якщо ваш проект відбувається у співфінансуванні – інформери інших донорів.

Розмір кеглю для інформеру чи шрифт інформеру ви визначаєте на власний розсуд, проте інформер не має суттєво відрізнятися за стилем від решти тексту на сторінці чи у виданні.

Усна згадка

Усна згадка – це форма згадування про співпрацю вашої організації з Фондом та ЄС в межах вашого проекту, яку ви використовуєте в тих випадках, коли не можливо застосувати дисклеймер та логотипи, зокрема:

- На публічних заходах (круглі столи, прес-конференції, мітинги, флешмоби тощо);
- Під час коментарів чи інтерв'ю для ЗМІ;
- Під час онлайн-заходів, які ви проводите в межах проекту;
- Під час ваших виступів на заходах партнерів, якщо ви презентуєте напрацювання, розроблені в межах спільного з Фондом та ЄС проекту, якщо цей проект все ще триває (згадка після закінчення проекту є бажаною, хоч і не обов'язковою).

В таких випадках ви маєте усно зазначити про підтримку вашої ініціативи або проекту Фондом та ЄС. Ви можете використовувати зручну для вас форму, стиль мовлення тощо і не радимо в рамках усної згадки зачитувати дисклеймер, адже це виглядатиме чужорідно.

Якщо, в межах вашого проекту, ви організовуєте захід, ми радимо використовувати усну згадку під час вступного та заключного слова, адже таким чином вона найбільш органічно вписуватиметься в логіку події.

Проведення подій

Окрім розміщення згадок в матеріалах публічних подій, цей тип комунікації потребує додаткового узгодження або повідомлення про дату. Це потрібно, адже події потрапляють у внутрішній календар Фонду та на спеціалізований портал подій за підтримки ЄС.

Які події потребують узгодження дати:

- Публічні конференції, форуми, презентації тощо, розраховані на 50+ учасників;
- Прес-тури;

У такому випадку ми просимо вас не пізніше, ніж **за 14 днів до події**, повідомити нас на pr@irf.ua про заплановану дату проведення, щоб ми могли звірити її з календарем і визначити, чи не проводиться в цей час інші важливі події Фонду або наших грантерів. Ми можемо запропонувати вам змінити дату, щоб уникнути великого скупчення подій, цільові аудиторії яких перетинаються, проте ця пропозиція матиме лише рекомендаційний характер.

Які події потребують завчасного повідомлення про дату:

- Навчальні або рекреаційні заходи, розраховані на 50+ учасників;
- Прес-конференції;
- Круглі столи або інші публічні події, розраховані на менше, ніж 50 учасників;

В такому разі ми просимо вас попередньо повідомити не пізніше, ніж **за 5 днів до події**, про дату та час її проведення. Це допоможе нам спланувати свою діяльність та уможливити відвідання події представниками Фонду.

Які події не потребують узгодження або завчасного повідомлення:

- Навчальні та рекреаційні заходи, розраховані на менше ніж 50 учасників;
- Громадські слухання, консультації з органами влади тощо;
- Закриті наради, стратегічні сесії тощо.

Для матеріалів, що презентуються під час публічних подій, діють усі вищезгадані правила і вимоги щодо згадок Фонду через використання логотипу, дисклеймеру, усної згадки.

Календар обміну матеріалами з комунікаційним відділом

Для того, щоб ми мали можливість краще спланувати наш контент план, відвідування працівниками Фонду до ваших заходів та могли підсилити комунікацію вашої події, просимо надсилати матеріали ваших подій комунікаційному відділу.

	Форуми, конференції, дискусії на 50+ чол. (не пізніше ніж...)	Пресконференції, круглі столи, дискусії до 50 чол. (не пізніше ніж...)
Анонс	За 10 робочих днів до події	За 5 робочих днів до події
Роздаткові або демонстраційні матеріали (інфографіки, дослідження тощо)	За 3 робочих дні до події	За добу до події
Пост-реліз	Через 1 робочий день після події	Через 1 робочий день після події
Фото-відеоматеріали	Через 2 тижні після події	Через 2 тижні після події

Можливість участі представників Фонду або ЄС у ваших подіях

Для виступів на своїх публічних подій ви можете запрошувати представників Фонду або ЄС. Наприклад, це може бути вступне слово, участь у панельній дискусії тощо. Якщо ви хочете залучити представника від Фонду або ЄС – просимо написати на вашого менеджера від програми фонду та pr@irf.ua.

Якщо ви плануєте залучити спікерів від Фонду чи ЄС, просимо повідомити про це завчасно, принаймні за 5 робочих днів до події.

Це НЕ є обов'язковою умовою, ви самостійно визначаєте, чи є потреба виступу спікера від Фонду або ЄС на вашому заході.

Друкований банер

Для публічних подій, що проходять у Києві або Львові наживо, ви можете отримати банер ініціативи «Європейське Відродження України» для встановлення на локації. Це є необхідним в разі, якщо на локації будуть встановлені інші банери (наприклад, вашої організації, інших донорів) і не є обов'язковим, якщо захід проходить у інших містах або в тому разі якщо в місці проведення не розміщуються жодні банери.

Фото та відеоматеріали

В ході реалізації проєктів ви знімаєте фото та відео. Ми просимо вас ділитися цим контентом не лише в рамках проєктних звітів, але й надсилати їх комунікаційному відділу під час реалізації проєкту. Це дозволить нам якісніше комунікувати вашу роботу, як всередині мережі Open Society Foundations та інституцій ЄС, так і на публічних майданчиках Фонду або ЄС.

Найзручніший спосіб для цього - завантажити фото та відео, якими ви можете поділитися, на google drive або аналогічний сервіс і надіслати посилання на pr@irf.ua . Просимо вас зберігати ці файли принаймні протягом тижня після надсилання.

Усі права на фото та відео залишаться за вами.

Дозвіл на зйомку

Відповідно до Загального регламенту про захист даних ЄС (GDPR), особи, яких ви фотографуєте або знімаєте на ваших заходах мають надати згоду на їх зйомку.

Ми пропонуємо додати до вашої реєстраційної форми за заходу наступний пункт: «Я погоджуюсь, що під час заходу буде вестися фото та відеозйомка, а відзняті матеріали, на яких може бути моє зображення, в подальшому можуть бути опубліковані на майданчиках ____ваша організація____, Міжнародного фонду «Відродження» або Представництва ЄС в Україні».

Текстові матеріали

Маркування текстових матеріалів, які ви готуєте в рамках проекту, залежить від майданчика, на якому ви його публікуєте.

- Якщо матеріал готує проектна команда і він розміщується на майданчиках організації (наприклад, сайт організації чи сайт проекту) – в публікаціях необхідно додати дисклеймер та логотипи Фонду та ЄС;
- Якщо матеріал готує проектна команда, він розміщується на сторонніх майданчиках (наприклад, в ЗМІ) та є частиною ваших проектних зобов'язань – в публікації необхідно додати дисклеймер в довільній формі, де буде зазначено про підтримку проекту Фондом та ЄС;
- Якщо матеріал готує проектна команда, він розміщується на сторонніх майданчиках (наприклад, в ЗМІ), але не є частиною ваших проектних зобов'язань – згадка про підтримку Фондом та ЄС не є обов'язковою, проте є бажаною;
- Якщо матеріал готують журналісти ЗМІ про ваш проект за власною ініціативою – згадка про підтримку Фондом та ЄС не є обов'язковою, проте є бажаною;

Цитата представника Фонду

За бажанням, ви можете додавати цитати від представників Фонду (виконавчий директор Фонду, директор профільної програми тощо) до своїх текстових матеріалів: статей, прес-релізів тощо.

Щоб отримати цитату, напишіть на pr@irf.ua. Розраховуйте час, щоб на підготовку цитати у нас було не менше однієї доби.

Соціальні мережі

Вам не потрібно жодним чином узгоджувати матеріали публікацій для соціальних мереж, проте якщо у вас є бажання порадитися щодо контенту, який ви готуєте – ви можете написати на pr@irf.ua і ми обговоримо питання, які вас хвилюють.

У соціальних мережах ми не радимо використовувати повний текст дисклеймера, проте ми закликаємо вас додавати згадки про співпрацю з Фондом іншим чином:

- Якщо ви окремо розробляєте зображення або відео для соціальних мереж – просимо додати туди логотипи ЄС та Фонду. Це не стосується фотографій без надписів, якщо ви не додаєте на них інші логотипи.
- Якщо ви створюєте окремі сторінки проєкту або створюєте події в рамках проєкту – додайте на їх обгортку зображення з логотипами ЄС та Фонду;
- Щоб ми могли відслідковувати ваші публікації в соцмережах, ви можете тегати сторінки фонду ([фейсбук](#), [інстаграм](#), [твіттер](#)) та ЄС ([фейсбук](#), [інстаграм](#), [твіттер](#)), або ж додавати хештеги: **#ЄвроВідродження** та **#ПрямуємоРазом**, якщо публікація українською мовою або **#EuRenaissance** та **#MovingForwardTogether**, якщо публікація будь-якою іншою мовою. Ви можете використовувати лише тег або лише хештег, або ж поєднувати їх;
- Якщо ви створюєте facebook-подію – додайте, будь ласка, сторінку фонду до співорганізаторів;

Тип контенту	Спосіб згадки
Записи в Facebook, Instagram, Twitter	Тег або хештег + лого (якщо зображення розроблені окремо)
Tik-Tok	Хештег або лого
Рілс, Сторіс в Instagram	Лого або усна згадка
Facebook-подія	Лого, дисклеймер, співорганізатори

За попереднім погодженням, ми можемо кроспостити ваші онлайн-трансляції у facebook на сторінку Фонду (33 тис. підписників). Для узгодження – напишіть повідомлення сторінці Фонду або на pr@irf.ua. Ретрансляція не є обов'язковою.

Візуальний стиль

Ми ніяк не обмежуємо вас у вашій творчості, ви можете обирати візуальний стиль ваших комунікацій в рамках проекту відповідно до ваших вподобань.

Проте якщо у вашій команді немає дизайнерів і ви відчуваєте, що потребуєте допомоги в цій сфері – ви можете використовувати шаблони в Canva, які ми підготували для вас.

Зокрема:

[Шаблони для записів в Facebook, Instagram](#)

[Шаблони для каверів facebook-подій](#)

[Шаблон для презентації](#)

[Шаблон для обгортки дослідження](#)

Використання шаблонів є добровільним. Ви можете вільно використовувати інші шаблони чи стилі.

Інше

Розміщення інформації про проект на вашому сайті

Якщо сайт організації має розділ «партнери», організація має додати до партнерів [Міжнародний Фонд «Відродження»](#) та [Представництво ЄС в Україні](#) з активними гіперпосиланнями на залінковані сайти (якщо це технічно можливо).

Якщо сайт організації має розділ «проекти» з переліком / окремими сторінками для проектів, організація має додати у список або створити окрему сторінку для проекту, який ви реалізуєте за підтримки Фонду. Якщо інформація про проект розміщується у вигляді окремої сторінки, вона має містити помітні логотипи Міжнародного фонду «Відродження» та Європейського союзу, а також дисклеймер.

Якщо такого функціоналу на сайті немає – ці вимоги не є обов'язковими.

Маркування фізичної продукції

Якщо в рамках проекту ви закупаєте або виготовляєте фізичну продукцію, її необхідно промаркувати щодо того, що вона була закуплена коштом ЄС та Фонду.

Дотримуйтесь наступних рекомендацій:

- Якщо ви закупаєте техніку для проекту, наклейте на неї наліпку про те, що вона була закуплена завдяки співпраці з Фондом. Якщо у вас є така потреба - напишіть на pr@irf.ua і ми зможемо надіслати вам такі наліпки. Також ви можете самостійно надрукувати наліпки, скачавши файл за посиланням і змінивши його розмір відповідно до ваших потреб https://drive.google.com/file/d/1HMb6XkG2Rt9-idQg7at08HW3-VQIBlar/view?usp=share_link ;
- Якщо ви закупаєте та роздаєте гуманітарну допомогу, ми радимо наклеїти логотипи Фонду та ЄС на ящики з продукцією, проте радимо не клеїти логотип на окремі одиниці товарів, що входять до пакету гуманітарної допомоги;
- Якщо ви виготовляєте сувенірну продукцію, ми радимо не розміщувати логотипи Фонду та ЄС на ній, якщо вона не міститиме інших логотипів. Якщо ж ви плануєте надрукувати на сувенірній продукції своє лого або лого інших донорів, - в такому разі необхідно додати також і логотипи Фонду та ЄС.
- У випадку співфінансування ви можете вільно суміщати наклейки з лого Фонду та ЄС з наклейками інших донорів, проте необхідно дотримувати правил розміщення логотипів.

Звітування щодо комунікацій в рамках проекту

В рамках підготовки звітів за проектом ви надсилатимете також і комунікаційну частину звіту. Зокрема, ми очікуватимемо від вас на наступні частини звіту:

- Фото і відео, особливо з подій;
- Інфографіка, відео або інші мультимедіа, якщо вони були створені в рамках проекту;
- Медіамоніторинг – список посилань на публікації про проект;
- Опис комунікаційних результатів проекту – яких аудиторій вдалося досягнути, який вплив справила ваша комунікація, яких змін допомогла досягнути тощо.

Якщо у вас виникають питання щодо того, як краще підготувати комунікаційну частину звіту за проектом – ви можете написати на pr@irf.ua

Контакти

У разі виникнення додаткових питань з приводу комунікацій, будь ласка, почувайтесь вільно щодо того, щоб писати комунікаційникам Фонду:

pr@irf.ua – спільна адреса відділу;

Сашко Кульчицький, керівник відділу комунікацій Міжнародного фонду «Відродження» -
kulchytsky@irf.ua, [facebook.com/kulchytsky](https://www.facebook.com/kulchytsky)

Олександра Оберенко, координаторка відділу комунікацій Міжнародного фонду «Відродження» - oberenko@irf.ua,
<https://www.facebook.com/profile.php?id=100001769560554>