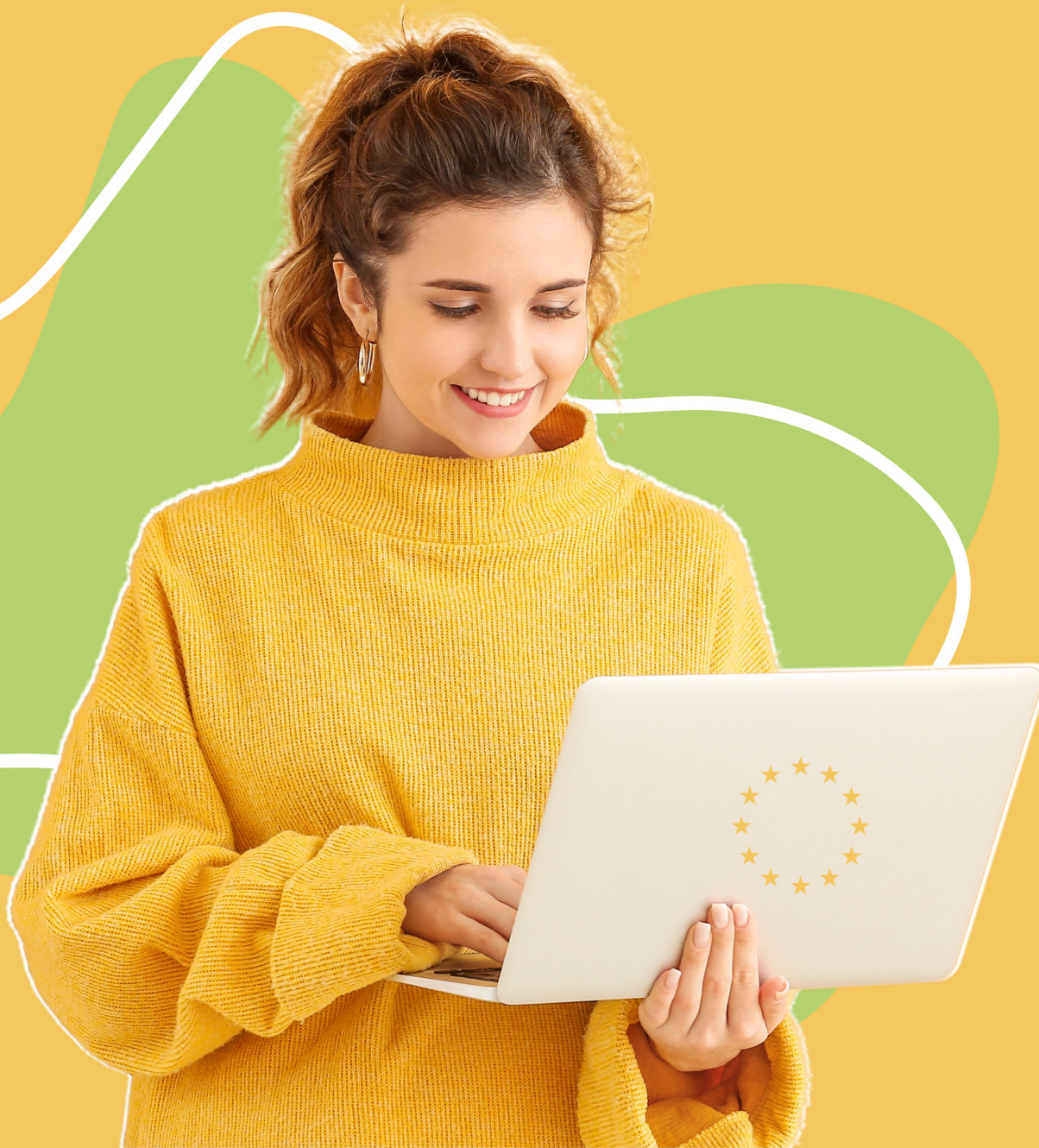


ДОВІДНИК З КОМУНІКАЦІЙ

для грантерів ініціативи
«Вступаємо в ЄС разом»



Друзі,

вітаємо вас із отриманням гранту від Міжнародного фонду «Відродження» та Європейського Союзу. Ми бажаємо вам успіхів у реалізації проєкту і сподіваємось, що він стане іще однією історією позитивних змін.

Попереду у вас багато роботи, а її результатами ви будете ділитися на ваших комунікаційних майданчиках, 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, написаний це довідник.

Цей довідник описує правила згадок про Фонд та ЄС у вашій публічній комунікації — статтях, публікаціях в соцмережах, 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 протязом реалізації проєкту. Якщо після його прочитання у вас залишилися додаткові питання — пишіть нам на pr@irf.ua або членам нашої команди в месенджері (особисті контакти кожного ви знайдете в кінці довідника). Бо як казав Григорій Сковорода — «Той, хто задає питання, не може уникнути відповіді».

Дружньо,

Комунікаційна команда Міжнародного фонду «Відродження»

Зміст

Важливість згадки Фонду	5
Навіщо це потрібно?	5
Гнучкість	5
Виключення з правил	6
Комунікація після закінчення проєкту	6
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 згадок (маркування)	12
Логотип	14
Використання з іншими логотипами	14
Посилання на логотипи	15
Вибір правильних версій логотипів	15
Розмір логотипу	16
Місце розміщення	16
Суміщення з іншими логотипами	17
Чого не можна робити з логотипом	18
Дисклеймер	20
Інформер	22
Усна згадка	24
Проведення подій	25
Календар обміну матеріалами з комунікаційним відділом	26

Можливість участі представників Фонду або ЄС у ваших подіях	26
Друкований банер	27
Фото та відеоматеріали	28
Дозвіл на зйомку	28
Текстові матеріали	29
Цитата представника Фонду	29
Соціальні мережі	30
Візуальний стиль	31
Інше	32
Маркування фізичної продукції	32
Звітування щодо комунікацій в рамках проєкту	33
Контакти	34

Важливість згадки Фонду

Чому важливо згадували Фонд у своїх матеріалах та під час подій? 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 загальноприйнятною і має чотири 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 аудиторією 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 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 й усі інші ініціативи, підтримані в рамках проєкту «Вступаємо в ЄС разом».

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 програмну менеджерку з боку нашого 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 нашкودити реалізації проєкту або принести додаткові ризики. Зокрема, такі виключення можуть застосовуватись для комунікації щодо:

- проєктів, які 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 напрацювання, здійснені 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 нашому сайті, пости в соціальних мережах тощо) 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 вони відповідатимуть 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 проєктом;
- 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;
- інфографіки, 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, інфографік, 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 показу

Усі матеріали для узгодження слід надсилати на pr@irf.ua та програмну менеджерку фонду, що займається вашим проєктом, вказавши в темі листа **«На узгодження: [тип матеріалу] [назва організації]**». Наприклад

«На узгодження: Інфографіка від Фундації 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

У всіх матеріалах, які будуть створені в рамках вашого проєкту, необхідно розмістити згадку про підтримку Фонду.

Види згадок (маркування)

Загалом ви використовуватимете 6 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 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 сторінки** Фонду ([Facebook](#), [Instagram](#)) та Представництва ЄС ([Facebook](#), [Instagram](#)) у соцмережах.

Ви можете поєднувати згадки про Фонд та ЄС зі згадками про вашу організацію, 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 і згадок про підтримку Фонду:

<ul style="list-style-type: none">• зображення для соціальних мереж;• відеоролики до 120 секунд;• сувенірна продукція;• слайди презентацій;• банери;	Логотипи
--	----------

<ul style="list-style-type: none"> • статті для сторонніх майданчиків (ЗМІ, сайти партнерів тощо); • електронні розсилки; 	Дисклеймер
<ul style="list-style-type: none"> • вступне/заключне слово під час публічних подій; • Інтерв'ю; 	Усна згадка, банери на заходах (Київ та Львів)
<ul style="list-style-type: none"> • записи в соціальних мережах; 	Тег Фонду та ЄС (+ логотип, якщо присутні спеціально розроблені зображення)
<ul style="list-style-type: none"> • прес-релізи / прес-анонси; • статті на сайті організації; • листівки, флаєри, буклети; • інфографіка, інформаційні плакати; • відеоролики тривалістю більше 120 секунд; • програми та інші роздаткові матеріали для заходів; • останній слайд презентацій; 	Логотипи + дисклеймер
<ul style="list-style-type: none"> • друковані видання від 30 сторінок; • вебсайти, створені в рамках проєкту. 	Логотипи + дисклеймер + інформер

Логотип

Усі публікації, роздаткові матеріали, зображення для соціальних мереж, які розроблені в рамках проекту 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 проекту.

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 проекту.

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 проект співфінансується іншими донорами, ви можете використовувати також логотипи інших донорів.

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

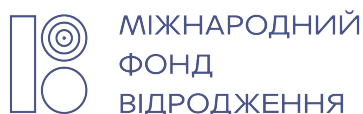
Посилання на логотипи

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

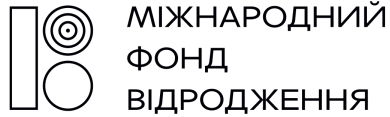
Базовими версіями логотипів є: горизонтальний логотип Міжнародного фонду «Відродження» у синьому кольорі та горизонтальний логотип ЄС з надписом «Прямуємо Разом». Ми пропонуємо використовувати їх в усіх випадках крім тих, які описані нижче.



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 просимо 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 логотипу ЄС ми радимо розміщувати його **в правому нижньому або верхньому кутку**. Ми радимо розміщувати лого Фонду поряд з логотипом ЄС, а лого вашої організації — поряд з лого Фонду або у лівому 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, але важливо зберігати а) розміщення логотипу ЄС у кутку та б) видимість і читабельність логотипів.

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 версії. Наприклад, якщо висота розміщених на

буклеті логотипів ЄС та Фонду складає 10 міліметрів, то на відстані 5 міліметрів навколо них не можна розміщувати інші логотипи, надписи тощо.



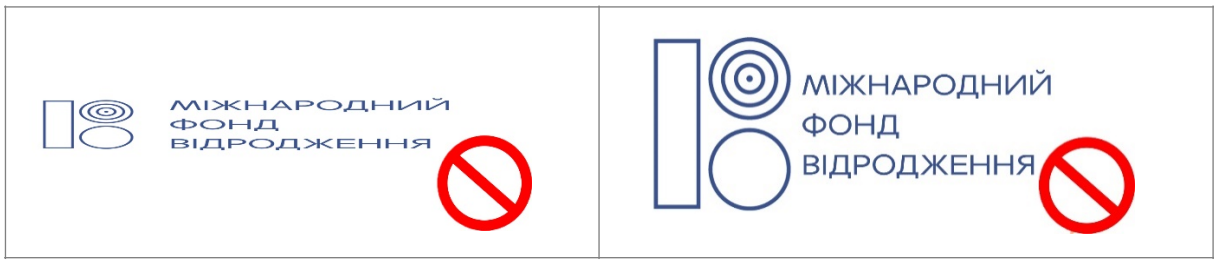
Чого не можна робити з логотипом

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 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 проекту 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 проекту.

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 і не обов'язково відображає нашу позицію.

Базова версія дисклеймера звучить наступним чином:

Матеріал підготовлено за підтримки Європейського Союзу та Міжнародного фонду «Відродження» в рамках спільної ініціативи «Вступаємо в ЄС разом». 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 «Whole-of-Society Accession» 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...»);
- **вказати 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, які розміщуються на тих типах контенту, що містять багато інформації, відтак потребують додаткових пояснень щодо джерел фінансування.

Це стосується таких типів контенту як:

- друковані або електронні видання від 30 сторінок (дослідження, книжки, посібники тощо);
- вебсайти, створені в рамках проекту.

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 абощо.

Українською інформери звучать 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 цінностей свободи, поваги прав людини і демократії. За час своєї діяльності Фонд підтримав понад 20 тисяч проектів на суму понад 365 мільйонів доларів США.

Сайт: www.irf.ua

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

Європейський Союз – це економічний і політичний союз 27 європейських країн. Він заснований на цінностях поваги до людської гідності, свободи, демократії, рівності, верховенства права та поваги до прав людини, зокрема прав осіб, що належать до меншин. ЄС діє на глобальному рівні для сприяння сталому розвитку суспільств, довкілля та економік, щоб кожен міг отримати з цього користь.

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 over 20 thousand projects. The funding amounted to over \$ 365 million.

Site: www.irf.ua

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

***The European Union** is an economic and political union of 27 European countries. It is founded on the values of respect for human dignity, freedom, democracy, equality, the rule of law and respect for human rights, including the rights of persons belonging to minorities. It acts globally to promote sustainable development of societies, environment and economies, so that everyone can benefit.*

Ви можете розміщувати разом з інформерами Фонду та ЄС інформацію про вашу організацію, а якщо ваш проєкт 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 проєкту, 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 проєкту;
- під час ваших виступів на заходах партнерів, якщо ви презентуєте напрацювання, розроблені в межах спільного з Фондом та ЄС проєкту, якщо цей проєкт все ще триває (згадка після закінчення проєкту є бажаною, хоч і не обов'язковою).

У таких випадках ви маєте усно зазначити про підтримку вашої ініціативи або проєкту 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 проєкту, 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 (з копією на вашого програмного менеджера з боку Фонду) 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 подіях 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 «Вступаємо в ЄС разом» 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 у випадку, якщо в місці проведення не розміщуються банери взагалі.

Однак, **якщо ви все ж хочете отримати банер** – напишіть про це на pr@irf.ua не пізніше ніж за 3-5 днів до дати проведення події, і ми надішлемо його Новою Поштою за наш рахунок. Після події (або циклу подій) банер необхідно повернути. Максимальний термін, протягом якого банер може знаходитися у однієї організації – два тижні.

Фото та відеоматеріали

У ході реалізації проєктів ви робите фото та відео. Ми просимо вас ділитися цим контентом не лише в рамках проєктних звітів, але й надсилати їх Комунікаційному відділу Фонду 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 на захід 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 проєкту, залежить від майданчика, на якому ви його публікуєте.

- Якщо матеріал готує проєктна команда і він розміщується на майданчиках організації (наприклад, сайт організації чи сайт проєкту) – в публікаціях необхідно додати дисклеймер та логотипи Фонду та ЄС;
- Якщо матеріал готує проєктна команда, він розміщується на сторонніх майданчиках (наприклад, в ЗМІ) та є частиною ваших проєктних зобов'язань – в публікації необхідно додати дисклеймер в довільній формі, де буде зазначено про підтримку проєкту Фондом та ЄС;
- Якщо матеріал готує проєктна команда, він розміщується на сторонніх майданчиках (наприклад, в ЗМІ), але не є частиною ваших проєктних зобов'язань – згадка про підтримку Фондом та ЄС не є обов'язковою, проте є бажаною;
- Якщо матеріал готують журналісти ЗМІ про ваш проєкт 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 закликаємо вас додавати згадки про співпрацю з Фондом та ЄС 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 у соцмережах 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: **#РазомДоЄС** та **#ПрямуємоРазом**, якщо публікація українською мовою або **#TogetherToEU** 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 (42 тис. читачів). Для узгодження – напишіть 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 проєкту відповідно до ваших вподобань / брендбуку організації.

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 постів у Facebook](#)
- [Шаблони для постів в Instagram](#)
- [Шаблон каверу для події на Facebook](#)
- [Шаблон для презентації](#)
- [Шаблон для обгортки дослідження](#)

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

Інше

Розміщення інформації про проєкт 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 «проєкти» з переліком / окремими сторінками для проєктів, організація має додати у список або створити окрему сторінку для проєкту, який ви реалізуєте за підтримки Фонду. Якщо інформація про проєкт 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 проєкту 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 проєкту, 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-VQIBIar/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 логотипами Фонду та ЄС з наклейками інших донорів, проте необхідно дотримувати правил розміщення логотипів.

Звітування щодо комунікацій в рамках проєкту

В рамках підготовки звітів за проєктом 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 проєкту;
- медіамоніторинг – список посилань на публікації про проєкт;
- опис комунікаційних результатів проєкту – 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 проєктом — ви можете написати на pr@irf.ua

Контакти

У разі виникнення додаткових питань з приводу комунікацій, будь ласка, почувайтеся 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**, менеджерка відділу комунікацій Міжнародного фонду «Відродження»,
oberenko@irf.ua, [facebook.com/oberenko.os/](https://www.facebook.com/oberenko.os/)