|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Керівні принципи комунікації та видимості**  Агентство Enabel із задоволенням ті­сно співпрацює зі своїми заявни­ками/співзаявниками та пишається стра­тегічним партнерством із кожним із вас! Щоб сприяти партнерському підходу та полегшити координацію між нами, ми розробили прості керівні принципи, які допоможуть вам легше досягати комуні­каційних цілей і підвищувати інформа­ційну присутність ваших проєктів, що під­тримуються агентством Enabel та уря­дом Бельгії. Водночас агентство Enabel зможе відстежувати ваші досяг­нення та діяльність. Ці принципи також містять контрольний список для вашого використання під час організації будь-якої діяльності, що передбачає візуаліза­цію та публічне поширення інформації. Якщо ми щось пропустили або вам потрі­бна додаткова інформація, наша команда з комунікації в Enabel завжди готова надати необхідну допомогу.  **План комунікації та видимості**   * Кожен заявник/співзаявник повинен розробити план комунікації та видимості для запланованих заходів/діяльності. * Команда Enabel має розглянути та затвердити план до початку його реалізації. * Шаблон такого плану буде надано кожному заявнику/співзаявнику для забезпечення узгодженості та повноти. Водночас заявники/співзаявники можуть користуватися власними шаблонами, якщо вони містять усю необхідну інформацію/елементи, наведені нижче. * План комунікації та видимості має містити бюджет, відображений у чітких і конкретних статтях.   **Цілі:**   1. Комунікаційні цілі. 2. Цільова аудиторія. 3. Ключові ідеї.   **Заходи:**   1. Визначені інструменти та канали комунікації. 2. Основні комунікаційні заходи. 3. Орієнтовний графік/розклад.   **Оцінювання:**   1. Інструмент самооцінювання, що передбачає кількісні показники (заплановані та досягнуті), охоплення відповідних ідей, ефективність використаних інструментів, охоплення аудиторії тощо. Комунікаційні заходи мають відображатися у періодичних звітах, що подаються до агентства Enabel. 2. Засоби перевірки/зворотний зв’язок.   **Ресурси:**   1. Людські ресурси — контактна особа з питань комунікації. 2. Фінансові ресурси — бюджет, виділений на кожен комунікаційний захід. 3. Заходи з комунікації та видимості ма­ють відповідати критеріям належної комунікації, використовувати точну та фактичну інформацію, орієнтуватися на бенефіціарів і застосовувати відпо­відні канали, враховувати місцевий контекст і культурні особливості та бути чітко скоординованими з агентс­твом Enabel.   ***Загальним зобов’язанням*** *для всіх заявни­ків/співзаявників є отримання дозволу від агентства Enabel на всі заходи, пов’язані з комунікацією/видимістю.*  ***Варто розуміти, що комунікація та видимість є невіддільною частиною будь-якого проєкту, а недотримання вимог щодо їхньої реалізації може мати фінансові та/або адміністративні наслідки й навіть вважатися неприйнятними витратами.***  **Видимість:**  Загальне правило полягає у тому, що заяв­ники/співзаявники-одержувачі гранту повинні визнавати джерело фінан­сування та забезпечувати належну види­мість внеску уряду Бельгії та агентства Enabel, **де це можна зробити**. Логотипи **агентства Enabel** та **Бельгії (Partner in development)** є основним візуаль­ним знаком визнання та підтвердження фінансування. Логотип агентства Enabel слід розташовувати в лівому кутку, логотип Бельгії  — у правому кутку, а логотип заяв­ника/співзаявника та/або інші лого­типи — посередині. Логотипи будуть опе­ративно надані заявни­кам/співзаявникам.  ***Будь-які матеріали, що містять логотип агентства Enabel та/або* Бельгії (Partner in development)*, необхідно надсилати до агентства Enabel для затвердження щонайменше за 5 робочих днів до їх публікації. Жоден матеріал не може бути опублікований без письмового погодження агентством Enabel.***  ***Будь-які публікації в соціальних мережах, у яких згадано агентство Enabel або які містять логотип агентства Enabel та/або логотип* Бельгії (Partner in development)*, необхідно надсилати до агентства Enabel для затвердження до їх публікації. У кожній публікації необхідно відмічати сторінку/акаунт агентства Enabel у відповідній соціальній мережі.***  **Закупівлі та придбання товарів:**  Усе закуплене обладнання/товари варті­стю понад 400 євро варто маркувати наліпкою з логотипом і назвою агентства Enabel та донора.  **Збір матеріалу:**  Якщо заявники/співзаявники збирають матеріали (зображення, відеоматеріали, цитати) в межах певного заходу, необхідно отримати та належним чином зберігати підписані форми згоди:   1. Форми згоди зазвичай необхідні для зображень, відеоматеріалів і цитат. 2. Форми згоди (англійською/українською мовами) мають бути підписані, відскановані та збережені.   \***Заявники/співзаявники повинні використовувати форми згоди, надані агентством Enabel, якщо тільки у них немає власних форм, попередньо погоджених з командою Enabel.**   1. Для бенефіціарів віком до 18 років форму згоди повинні підписати батьки. 2. Для груп до 10 осіб потрібна окрема форма згоди від кожного учасника. 3. Для груп із 10 і більше осіб достатньо однієї форми згоди від керів­ника/представника.   **Заходи та ЗМІ:**  Якщо заявник/співзаявник планує публічний захід, пресконференцію чи візит журналістів, він повинен погодити підготовку та проведення такого заходу з агентством Enabel щонайменше за три тижні до дати проведення заходу або якомога раніше.  Якщо заявник/співзаявник бажає опублі­кувати пресреліз або зробити публічну заяву щодо певного заходу, необхідно отримати схвалення від агентства Enabel. Агентство Enabel залишає за собою право додати певну цитату чи заяву, якщо вважатиме це потрібним.  ***Загальним зобов’язанням*** *для всіх заявників/співзаявників є отримання дозволу від агентства Enabel на всі заходи, пов’язані з медійною видимістю.*  **Дисклеймери та визнання:**  Заявники/співзаявники повинні використовувати супровідні тексти зі згадкою Enabel або дисклеймери у всіх комунікаційних матеріалах, які вони готують. Супровідні тексти призначені для визнання ролі всіх залучених сторін, а дисклеймери — для уточнення, що агентство Enabel та уряд Бельгії не несуть відповідальності за будь-які матеріали, підготовлені заявниками/співзаявниками.  **Супровідний текст:**  *Цей захід/проєкт є частиною (назва проєкту), який реалізується (найменування заявника/співзаявника) та Бельгійське агентством із міжнародного співробітництва Enabel та фінансується урядом Бельгії.*  **Приклади дисклеймерів:**  *Зміст цього матеріалу/публікації є від­повідальністю [назва заявни­ка/співзаявника] і не обов’язково відо­бражає погляди агентства Enabel чи уряду Бельгії.­*  **Дисклеймер для відео- та аудіовізуальних матеріалів:**  *Зміст цього відеоматеріа­лу/фільму/аудіозапису є відповідальні­стю [назва заявника/співзаявника] і не обов’язково відображає погляди агент­ства Enabel чи уряду Бельгії.­*  **Чекліст**  Вітаємо! Ми підготували контрольний список, щоб полегшити вашу роботу. Якщо ви плануєте будь-який комунікаційний захід, переконайтеся, що виконуєте такі кроки:   * Розробіть комунікаційний план для діяльності, заходів, заходів з підвищення обізнаності та маркетингу. * Надішліть усі візуальні матеріали, зокрема контент для соціальних мереж і промоматеріали, нам для погодження. До матеріалів належать, зокрема, брошури, флаєри, радіореклама/радіопередачі, токшоу, брендований одяг, заходи, банери, мобільні стенди, значки, сертифікати тощо. Процес погодження займає щонайменше 5 робочих днів із нашого боку, тож враховуйте це та надішліть матеріали завчасно, аби пройти процедуру швидко й без затримок. * Попередньо погодьте контент у соціальних мережах (Facebook, Twitter, TikTok, Instagram тощо), тож враховуйте це та надішліть матеріали завчасно, аби пройти процедуру швидко й без затримок. * Завчасно інформуйте агентство Enabel про будь-які публічні заходи, нові тренінги та семінари. * Регулярно діліться фотографіями та відеоматеріалами із заходів і тренінгів, коли це можливо. * Переконайтеся, що матеріали, які ви створюєте, відповідають цілям проєкту та враховують місцевий контекст. * Рекомендація: якщо це не дослідження чи аналітичний документ, уникайте довгих і складних матеріалів. Натомість зосередьтеся на яскравому та легкому контенті, який привертає увагу різних аудиторій. Використання малюнків і цифр завжди робить матеріал більш захопливим і зрозумілим. * Додавайте дисклеймери у письмові матеріали та відеоматеріали. * Пере­конайтеся, що маєте підписані форми згоди на будь-які зібрані комунікаційні матеріали (текстові, відео- чи фотома­теріали). * Відстежуйте та напрацьовуйте історії успіху, які агентство Enabel згодом використовуватиме для публічного поширення. * Плануйте діяльність відповідно до робочого плану проєкту, аби уникнути надмірного навантаження.   Пам’ятайте, ми завжди раді допомогти та підтримати вас! |  | **Communication and Visibility Guidelines**  At Enabel, we are delighted to work with our applicant/ co-applicant closely and proud of our strategic collaboration with each one of you! To foster the collaborative approach and facilitate the coordination between us, we developed this simple guideline to make it easier for you to achieve your communication objectives and scale up visibility within your projects supported by Enabel and the Government of Belgium. Meanwhile, we at Enabel can also track your achievements and activities. The guideline also includes a checklist for your use, whenever you have any activity to implement that includes visibility and public dissemination. If we miss anything or if you need further information, our communication team at Enabel is always available for support and assistance.  **Communication and Visibility Plan (CVP)**   * Every applicant/co-applicant must produce a CVP for the actions/activities that are planned to be implemented. * The Enabel team must review the plan and approve it before starting the implementation. * A CVP template will be shared with each applicant/co-applicant to ensure consistency and comprehensiveness, however, if applicant/co-applicants wish to use their templates, they can do so if their template includes all requested information/elements mentioned below. * The CVP must include a budget that is reflected in specific and clear lines.   **Objectives**   1. Communication objective (s) 2. Target Audiences 3. Key messages   **Activities**   1. Communication tools and channels identified 2. Main communication activities 3. Tentative timeline/ schedule   **Evaluation**   1. Self-evaluation tool that includes numbers (planned vs achieved) and related messages coverage, used tools effectiveness, reach, etc. Communication activities should be reported in the periodical reports submitted to Enabel 2. Means of verification/ feedback   **Resources**   1. Human resources – communication focal point 2. Financial resources: budget allocated for each communication activity 3. Communication and visibility activities must comply with the criteria for proper communication; use accurate and factual information; be beneficiary-centered and use proper channels; consider the local context and culture and be closely coordinated with Enabel.   *A* ***general obligation****, applicant/co- applicants should seek authorization from Enabel for all communication/ visibility related to activities.*  ***It should be clear that communications and visibility are integral to any project, and non-compliance can have financial and/or administrative consequences and might be considered as an ineligible cost.***  **Visibility:**  The general rule is that recipient applicant/ co-applicants should acknowledge the origin of funding and ensure the Government of Belgium and Enabel visibility **where applicable**. The **Enabel** and **Belgium Development** emblem is the primary visual brand of acknowledgment and visibility of funding. When using the emblem, please locate the Enabel logo in the left corner and the Belgium Development logo in the right corner, while locating the applicant/co-applicant's logo and/or other logos in the middle. Logos will be shared with applicant/ co-applicants promptly.  ***Any content that includes the Enabel logo and/or the Belgium Development logo MUST be sent to Enabel for approval at least 5 business days before the publishing of the content. No content can be published without written approval from Enabel.***  ***Any social media posts mentioning Enabel or including Enabel’s logo and/or the Belgium Development logo MUST be sent to Enabel for approval prior to posting. Enabel’s page/account relevant to the platform in each social media post should be tagged in publishing the post.***  **Procurement and Goods purchase:**  All purchased equipment/ procurement that cost 400+ euros should be labelled with a sticker of Enabel and (donor’s) name and logo.  **Content Gathering:**  If applicant/co-applicants are gathering content (images, videos, quotes) within an activity, signed consent forms should be secured and archived accordingly;   1. Consent forms are usually used for pictures, videos, and quotes. 2. Consent forms (English/Ukrainian) should be signed, scanned, and saved.   \***Applicant/ co-applicants should use Enabel consent forms, unless they have their own forms that are shared and approved by Enabel team.**   1. For beneficiaries under 18, their parents must sign the consent form. 2. For groups of less than 10 participants, a consent form is required from each. 3. For groups of 10 people or more, one consent form is required from the leader/ representative.   **Events, press, and media:**  If an applicant/co-applicant is planning a public event, press conference, or journalist visit to the activity, the applicant/ co-applicant shall coordinate with Enabel in the preparation and implementation of events at least three weeks prior, or as early as possible.  If an applicant/co-applicant wishes to issue a press release or make a public statement about an activity, approval from Enabel must be secured. Enabel has the right to add a quote or statement if thought necessary by Enabel.  *A* ***general obligation****, applicant/co-applicant should seek authorization from Enabel for all media visibility related to activities.*  **Disclaimers and Recognitions:**  Applicants/co-applicants are requested to use announcement statements or disclaimers on all communication materials prepared by them. Statements are used to recognize the roles of all engaged parties, while declaimers are used to make it clear that Enabel and the Government of Belgium are not responsible for any content prepared by the applicant/ co-applicant.  **Announcement Statements:**  *This activity/project is part of the (name of the project “SO”), implemented by (PA Applicant/ co-applicant) and Enabel – the Belgian agency for international cooperation, funded by the Government of Belgium.*  **Disclaimers:**  *“This content/publication is the sole responsibility of (name of applicant/ co­applicant) and does not necessarily reflect the views of Enabel or the Government of Belgium.”*  **Disclaimers for video and audio-visual material:**  *“This video/film/recording is the sole responsibility of (name of applicant/ co­applicant) and does not necessarily reflect the views of Enabel or the Government of Belgium.”*  **Checklist:**  Hello! This is our checklist to make your job easier. If you are implementing a communication activity, please make sure to go through this:   * Develop a Communication Plan for activities, events, awareness raising, and marketing. * Any visibility material, including content and promotional material, should be shared for our approval. Materials include and are not limited to brochures, flyers, radio ads/waves, talk shows, customized apparel, events, banners, roll-ups, pins, certificates, etc. The approval process requires at least 5 business days from our side, so please keep this in mind and share any material ahead of time to go through the process smoothly and effectively without any delays. * For content on social media (e.g., Facebook, tweeter, TikTok, Instagram, etc.) approval process requires beforehand from our side, so please keep this in mind and share any material ahead of time to go through the process smoothly and effectively without any delays. * Inform Enabel of any public events, new trainings, and workshops well in advance. * Share photos and video documentation of activities and trainings regularly whenever available. * Please make sure that the materials you produce are related to the project's objectives and context-sensitive context sensitive. * Recommendation: Unless it is a research or policy paper, please avoid lengthy and sophisticated content and focus more on catchy, light content that attracts different audiences. Using figures and numbers is always exciting and easy to understand. * You need to add disclaimers on written content and videos. * Consent forms are a must; pleasemake sure to have signed consent forms for any communication material collected, whether written content, videos, or pictures. * Monitor and develop success stories that Enabel will produce for public dissemination. * This should not be exhausting if you plan your activities according to the project’s work plan.   Remember we are always happy and ready to support! |