

ÎN STARE DE BINE

Program pentru ONG-uri
susținut de Kaufland

GHID DE VIZIBILITATE pentru proiecte



#sport



#viață sănătoasă



#cultură

Program susținut de:



Implementat de:



Fundația pentru
Dezvoltarea
Societății

CUPRINS

| | |
|---|----|
| Introducere | 3 |
| 1. Informare și comunicare | 4 |
| 2. Identitate vizuală și elemente de design | 11 |
| 3. Reguli de comunicare | 17 |
| Contact | 19 |

INTRODUCERE

Acest ghid oferă informații cu privire la vizibilitatea și promovarea proiectelor finanțate în cadrul programului „În stare de bine”.

Toate informațiile, promovarea și comunicarea beneficiarilor de finanțare trebuie să respecte prevederile acestui Ghid de vizibilitate pentru proiecte.

Ghidul se adresează tuturor organizațiilor finanțate prin programul „În stare de bine”, denumite în continuare „beneficiari de finanțare”.

Scopul său este să ofere sprijin în obținerea unor rezultate cât mai bune în activitățile de comunicare propuse de beneficiarii de finanțare. Ghidul prezintă cerințele pentru realizarea materialelor de comunicare, respectiv folosirea logo-urilor, a panourilor și plăcilor publicitare, a afișelor, publicațiilor, website-urilor, materialelor audiovizuale, precum și a altor tehnici de comunicare.

CULTURĂ

Proiecte care stimulează expunerea și implicarea grupurilor vulnerabile și a comunităților din care acestea fac parte în activități culturale/creația culturală sau care prin activități culturale contribuie la prevenirea/combateră situațiilor de vulnerabilitate a cetățenilor sau care contribuie la promovarea patrimoniului cultural, inclusiv imaterial, și valorificarea sa pentru dezvoltarea rurală și urbană în beneficiul grupurilor vulnerabile.

SPORT

Proiecte care cresc participarea grupurilor vulnerabile și a comunităților din care acestea fac parte la activități de educație fizică și sport, inclusiv evenimente sportive la nivelul comunității sau care, prin activități sportive, contribuie la prevenirea/combateră situațiilor de vulnerabilitate a cetățenilor.

VIAȚĂ SĂNĂTOASĂ

Proiecte care implică grupurile vulnerabile și comunitățile din care acestea fac parte în promovarea unui stil de viață sănătos, prin informare, activități educaționale sau de suport, abordând tematici precum nutriție, sănătate mintală, sănătatea relațiilor, educație pentru sănătate, prevenirea discriminării, a violenței domestice sau de gen, a consumului de substanțe (tutun, alcool, droguri etc.).

DESPRE PROGRAM

#ÎNSTAREDEBINE este un program de finanțare ce oferă granturi nerambursabile în valoare totală de 1 milion de euro organizațiilor neguvernamentale din România pe parcursul anului 2019. Programul este susținut de Kaufland România și implementat de Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile (FDSC).

OBIECTIVUL PROGRAMULUI

Creșterea calității vieții locuitorilor din comunitățile rurale și urbane, prin sprijinirea inițiativelor care au un impact pozitiv în domeniile cultură, sport sau viață sănătoasă și care se adresează cu prioritate grupurilor vulnerabile.

1

INFORMARE ȘI COMUNICARE

1.1. Condiții generale

Informațiile despre proiectele finanțate prin programul „În stare de bine”, precum și comunicarea despre programul de finanțare, au scopul de a asigura transparența programului și de a-l promova în rândul publicului larg.

Comunicarea/promovarea trebuie să fie asigurată de beneficiarii de finanțare în concordanță cu prevederile contractuale. Beneficiarii de finanțare vor disemina informații privind proiectele către o audiență cât mai largă, la nivel național, regional sau local, într-un mod adecvat și relevant. Măsurile de informare și promovare implementate vor fi în conformitate cu activitățile propuse în cererea de finanțare, anexă a contractului de finanțare.

Beneficiarul de finanțare este responsabil de respectarea regulilor de promovare, în timp ce operatorul de program, Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile, monitorizează respectarea acestora.

Regulile de comunicare detaliate la capitolul 3, pagina 18, sunt importante și obligatorii și trebuie respectate întocmai de către beneficiarul de finanțare.

1.2. Formulări obligatorii

Materialele elaborate în cadrul proiectelor vor evidenția susținerea financiară oferită prin programul „În stare de bine”.

Pentru fiecare dintre tacticile de comunicare folosite **este obligatorie menționarea programului de finanțare**, atât verbal (evenimente, prezentări etc.), cât și în scris sau vizual. Toate materialele de comunicare vor include **obligatoriu** logo-ul programului „În stare de bine”, iar în cazul postărilor pe platformele de social media, se vor utiliza **obligatoriu** cele patru hashtag-uri ale programului: #instaredebine #implicareafacediferenta #kaufland #fdsc. De asemenea, este **obligatorie** utilizarea logo-ului comun al susținătorului programului, Kaufland România, respectiv al operatorului de program, Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile în toate materialele care permit aceasta, din punct de vedere al dimensiunilor lor (vezi secțiunile 2.1 Logo-urile programului și 2.3 Formate și modele).

Următoarea formulare este obligatorie:

Proiect derulat de [denumirea beneficiarului de finanțare] și finanțat prin programul „În stare de bine”, susținut de Kaufland România și implementat de Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile.

Această formulare va fi precizată în forme diferite (scris sau audio), în funcție de tipul de material elaborat. Sunt **exceptate** materialele grafice precum afișe, rollup-uri, billboard-uri, spidere, plăci, panouri, beach flags, bannere etc.

1.3. Tactici de comunicare

1.3.1. Relația cu presa

Comunicările trimise către presă și nu numai, precum comunicatele de presă sau invitațiile la diferite evenimente, vor conține, fără a se limita la acestea, următoarele elemente:

- Formularea obligatorie "Proiect derulat de [denumirea beneficiarului de finanțare] și finanțat prin programul „În stare de bine”, susținut de Kaufland România și implementat de Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile”;
- Logo-ul programului, pe prima pagină, în stânga sus, în header;
- Logo-ul beneficiarului de finanțare, pe prima pagină, în dreapta sus, în header;
- Logo-ul comun al susținătorului programului, Kaufland România, respectiv al operatorului de program, FDSC în dreapta jos, în footer;
- Opțional, logo-urile altor susținători ai proiectului (sponsori, parteneri media, alți parteneri), în stânga jos, în footer.

Este obligatorie menționarea website-ului www.instaredebine.ro, precum și a hashtag-urilor #instaredebine #implicareafacediferenta #kaufland #fdsc, dacă se pretează comunicării respective.

1.3.2. Materiale de informare și comunicare

Publicațiile (precum broșuri, pliante, fluturași, buletine informative, ghiduri, cărți, manuale, mape, diplome etc.) vor conține, fără a se limita la acestea, următoarele elemente:

- Formularea obligatorie "Proiect derulat de [denumirea beneficiarului de finanțare] și finanțat prin programul „În stare de bine”, susținut de Kaufland România și implementat de Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile”;
- Logo-ul programului;
- Logo-ul beneficiarului de finanțare;
- Logo-ul comun al susținătorului programului, Kaufland România, respectiv al operatorului de program, FDSC;
- Opțional, logo-urile altor susținători ai proiectului (sponsori, parteneri media, alți parteneri), întotdeauna după logo-ul comun Kaufland și FDSC;
- Formularea: Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a programului „În stare de bine”;
- Pentru materialele de tipul buletine informative, ghiduri, cărți, manuale, este obligatorie menționarea editorului materialului și a datei publicării (luna, anul).

Este obligatorie menționarea website-ului www.instaredebine.ro, precum și a hashtag-urilor #instaredebine #implicareafacediferenta #kaufland #fdsc, dacă se pretează materialului respectiv.

1.3.3. Afișe, bannere și panouri

Aceste tipuri de materiale de interior și exterior (afișe, roll-up, billboard, spider, plăci, panouri, beach flags etc.) vor conține, fără a se limita la acestea, următoarele elemente:

- Logo-ul programului, în stânga sus;
- Logo-ul beneficiarului de finanțare, în dreapta sus;
- Logo-ul comun al susținătorului programului, Kaufland România, respectiv al operatorului de program, FDSC în dreapta jos;
- Opțional, logo-urile altor susținători ai proiectului (sponsori, parteneri media, alți parteneri), în dreapta jos.

Este obligatorie menționarea website-ului www.instaredebine.ro, precum și a hashtag-urilor #instaredebine #implicareafacediferenta #kaufland #fdsc, dacă se pretează materialului respectiv.

1.3.4. Materiale în format electronic/online

Facebook

Machetele, cartoanele, cover-urile sau postările Facebook vor conține, fără a se limita la acestea, elemente menționate mai jos.

Pentru imagini (machete/cartoane, sponsored ads):

- Logo-ul programului;
- Opțional, logo-ul beneficiarului de finanțare.

Pentru imagini de cover:

- Logo-ul programului;
- Logo-ul beneficiarului de finanțare;
- Logo-ul comun al susținătorului programului, Kaufland România, respectiv al operatorului de program, FDSC;
- Opțional, logo-urile altor susținători ai proiectului (sponsori, parteneri media, alți parteneri), întotdeauna după logo-ul comun Kaufland și FDSC.

Pentru textul asociat imaginilor și textul de descriere a unei pagini Facebook sau a unui eveniment Facebook (secțiunea About):

- Titlul proiectului și/sau sloganul, dacă este cazul;
- Formularea obligatorie "Proiect derulat de [denumirea beneficiarului de finanțare] și finanțat prin programul „În stare de bine”, susținut de Kaufland România și implementat de Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile”;
- Hashtag-urile #instaredebine #implicareafacediferenta #kaufland #fdsc;
- Opțional, website-ul proiectului;
- Opțional, website-ul programului, www.instaredebine.ro.

Instagram

Imaginile și textele asociate lor postate pe Instagram vor conține, fără a se limita la acestea, elemente menționate mai jos.

Pentru imagini:

- Pe cât posibil, este recomandat ca imaginea (fotografia) să conțină un element de identitate vizuală a programului în fundal (roll-up În stare de bine, plăcuță forex În stare de bine, materiale promoționale realizate în proiect și care conțin logo-ul sau hashtag-ul programului).

Pentru textul asociat imaginilor:

- Hashtag-urile #instaredebine #implicareafacediferenta #kaufland #fdsc.

Buletinele electronice, website-urile sau secțiunile dedicate ale website-ului propriu

vor conține, fără a se limita la acestea, următoarele elemente:

- Formularea obligatorie "Proiect derulat de [denumirea beneficiarului de finanțare] și finanțat prin programul „În stare de bine”, susținut de Kaufland România și implementat de Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile”;
- Logo-ul programului, pe homepage, în stânga sus;
- Logo-ul beneficiarului de finanțare, pe homepage, în dreapta sus;
- Logo-ul comun al susținătorului programului, Kaufland România, respectiv al operatorului de program, FDSC pe homepage în dreapta jos;
- Opțional, logo-urile altor susținători ai proiectului (sponsori, parteneri media, alți parteneri), pe homepage, în stânga jos;
- Website-ul programului, www.instaredebine.ro;
- Opțional, hashtag-urile programului, #instaredebine #implicareafacediferenta #kaufland #fdsc;
- Titlul proiectului și/sau sloganul, dacă este cazul;
- Formularea: „Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a programului „În stare de bine”.

Alte materiale în format electronic, care nu se află în niciuna din situațiile menționate mai sus, vor conține, fără a se limita la acestea, următoarele elemente:

- Logo-ul programului;
- Logo-ul beneficiarului de finanțare;
- Logo-ul comun al susținătorului programului, Kaufland România, respectiv al operatorului de program, FDSC;
- Opțional, logo-urile altor susținători ai proiectului (sponsori, parteneri media, alți parteneri), întotdeauna după logo-ul comun Kaufland și FDSC.
- Titlul proiectului și/sau sloganul, dacă este cazul;
- Hashtag-urile programului, #instaredebine #implicareafacediferenta #kaufland #fdsc;
- Opțional, website-ul proiectului;

- Opțional, website-ul programului, www.instaredebine.ro.

Este **obligatorie** publicarea **periodică** pe internet a informațiilor sau noutăților despre proiect și activitățile/rezultatele acestuia, pe pagina de social media (Facebook, Instagram blog etc.) a beneficiarului de finanțare sau a proiectului (dacă este cazul) și pe website-ul proiectului (dacă este cazul) sau în secțiunea dedicată proiectului de pe website-ul beneficiarului de finanțare.

1.3.5. Materiale audio-video

Materialele video (filme/spoturi de prezentare, spoturi TV etc.) vor conține, fără a se limita la acestea, următoarele elemente:

- Formularea obligatorie "Proiect derulat de **[denumirea beneficiarului de finanțare]** și finanțat prin programul „În stare de bine”, susținut de Kaufland România și implementat de Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile”;
- Logo-ul programului;
- Logo-ul beneficiarului de finanțare;
- Logo-ul comun al susținătorului programului, Kaufland România, respectiv al operatorului de program, FDSC;
- Opțional, logo-urile altor susținători ai proiectului (sponsori, parteneri media, alți parteneri), întotdeauna după logo-ul comun Kaufland și FDSC;
- Formularea: „Conținutul acestui material nu reprezintă în mod necesar poziția oficială a programului „În stare de bine”.
- Website-ul programului, www.instaredebine.ro;
- Opțional, hashtag-urile programului, #instaredebine #implicareafacediferenta #kaufland #fdsc;
- Titlul proiectului și/sau sloganul, dacă este cazul.
- Menționarea editorului materialului și a datei publicării (luna, anul).

Materialele audio (spoturi de prezentare, spoturi radio etc.) vor conține, fără a se limita la acestea, următoarele elemente:

- Formularea obligatorie "Proiect derulat de **[denumirea beneficiarului de finanțare]** și finanțat prin programul „În stare de bine”, susținut de Kaufland România și implementat de Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile”;
- Titlul proiectului și/sau sloganul, dacă este cazul.

1.3.6. Materiale promoționale

Materialele promoționale ce nu sunt incluse în categoriile anterioare (de exemplu pixuri, căni, tricouri, agende, insigne etc.) vor conține, fără a se limita la acestea, cel puțin unul dintre următoarele două elemente, în funcție de dimensiuni și spațiul disponibil:

- Logo-ul programului „În stare de bine”;
- Hashtag-ul programului, #instaredebine;
- Logo-ul comun al susținătorului programului, Kaufland România, respectiv al operatorului de program, FDSC, dacă spațiul permite.

Este obligatorie cel puțin menționarea programului de finanțare prin logo, website sau hashtag.

1.3.7. Evenimente

Organizatorii de evenimente (precum conferințe, seminarii, festivaluri, târguri, expoziții, cursuri, concerte, competiții etc.) trebuie să menționeze explicit și în mod vizibil sprijinul oferit prin programul „În stare de bine”.

Recomandăm folosirea următoarei formulări în cadrul unuia dintre discursurile din cadrul evenimentului: Proiect derulat de **[denumirea beneficiarului de finanțare]** și finanțat prin programul „În stare de bine”, susținut de Kaufland România și implementat de Fundația pentru Dezvoltarea Societății Civile (www.instaredebine.ro).

1.3.8. Locații și autovehicule

Spațiile care sunt reabilitate sau renovate, precum și autovehiculele sau alte echipamente de dimensiuni mari achiziționate prin programul „În stare de bine”, trebuie marcate cu un panou/afiș/sticker ce va conține, fără a se limita la acestea, următoarele elemente:

- Logo-ul programului;
- Logo-ul beneficiarului de finanțare;
- Logo-ul comun al susținătorului programului, Kaufland România, respectiv al operatorului de program, FDSC;
- Opțional, logo-urile altor susținători ai proiectului (sponsori, parteneri media, alți parteneri), întotdeauna după logo-ul comun Kaufland și FDSC;
- Opțional, titlul proiectului și/sau sloganul.

2

IDENTITATE VIZUALĂ ȘI ELEMENTE DE DESIGN

2.1. Logo-urile programului

Logo-urile utilizate pot fi descărcate de pe website-ul www.instaredebine.ro, secțiunea „Resurse”.

**ÎN STARE
DE BINE**

Program pentru ONG-uri
susținut de Kaufland

imaginea 1: Logo-ul oficial al programului

Proiect finanțat în cadrul programului
În Stare de Bine, susținut de:



Implementat de:



Fundația pentru
Dezvoltarea
Societății
Civile

**imaginea 2: Logo-ul comun al susținătorului programului,
Kaufland România, respectiv al operatorului de program, FDSC**

(* **Atenție**, proporțiile, culoarea font-ului și a fundalului logo-ului Kaufland,
precum și conturul acestuia NU pot fi modificate!)

#ÎNSTAREDEBINE

imaginea 3: Hashtag-ul programului

(* **Atenție**, acest hashtag NU reprezintă logo-ul programului și nu poate fi folosit în instanțe
în care este obligatorie folosirea logo-ului programului, pentru a-l înlocui pe acesta!)

POZIȚIONARE

În funcție de poziționarea logo-ului, se va alege varianta cu maximă vizibilitate.



POZIȚIONARE NEPERMISĂ

Logo-ul nu se poate restructura, recolora, redimensiona neuniform sau poziționa pe culori care să îi afecteze vizibilitatea.



CULORI

CMYK - 50/2/100/0
 RGB - 142/194/63
 #8EC23F

CMYK - 75/6/35/0
 RGB - 17/176/176
 #11B0B0

CMYK - 18/95/0/0
 RGB - 202/45/145
 #CA2D91

CMYK - 0/90/85/0
 RGB - 209/65/84
 #EF4136

CMYK - 65/57/56/36
 RGB - 78/79/79
 #4E4F4F

CMYK - 0/0/0/0
 RGB - 255/255/255
 #FFFFFF

FONTURI

Fontul standard al brandului În stare de bine este Futura PT (Book) cu accente din Futura PT Medium, Bold și Heavy. În cazul în care nu se poate folosi acest font, se va folosi Muli.

Folosirea acestor două fonturi în alte contexte nu este obligatorie, ea rămâne la latitudinea beneficiarului de finanțare.

Futura PT Book

Futura PT Heavy

Futura PT Bold

Muli

Muli Bold

2.2. Elemente de design

În realizarea designului materialelor de promovare recomandăm utilizarea elementelor grafice ale programului. Folosirea acestora nu este obligatorie:

#sport

#viață sănătoasă

#cultură

2.3. Formate și modele

Logo-urile, modelele de materiale (template-uri Word, Powerpoint, comunicat de presă, cover general Facebook, carton general postare Facebook, acord cu privire la folosirea imaginii) și alte elemente de design pot fi descărcate, în format electronic, din secțiunea „Resurse” a website-ului www.instaredebine.ro.

Dimensiune
header:
min 10% din
înălțimea
vizualului



3

REGULI DE COMUNICARE

1. FDSC, în calitate de operator de program, va verifica respectarea regulilor de vizibilitate și comunicare, precum și acuratețea informațiilor, neutralitatea politică și religioasă și respectarea drepturilor omului.
2. **Toate materialele vor fi transmise către ofițerul de grant** cu minim 5 zile lucrătoare înainte de utilizare/trimitere în producție. Nerespectarea acestei reguli poate duce la neacceptarea costurilor aferente materialului respectiv de către operatorul de program.
3. Beneficiarul de finanțare trebuie să aibă website propriu sau cel puțin o pagină de Facebook a organizației, pe care să publice **informații minime despre proiect**.
4. Beneficiarul **va posta constant informații** despre proiect, activitățile sau rezultatele sale pe pagina de Facebook a organizației sau pe cea dedicată proiectului (dacă este cazul), pe toată durata implementării activităților proiectului.
5. Beneficiarul de finanțare va folosi **obligatoriu în comunicarea online hashtag-urile #instaredebine #implicareafacediferenta #kaufland #fdsc**, precum și oricare hashtag comunicat ulterior de către operatorul programului.
6. La momentul demarării proiectului beneficiarul de finanțare va transmite ofițerului de grant un **calendar al activităților** cu potențial ridicat de comunicare sau care implică evenimente, astfel încât operatorul de program să poată organiza comunicarea sau promovarea evenimentului/activității și prin mijloacele de comunicare a programului „În stare de bine”, dacă va considera util. În cazul apariției unor modificări la acest calendar este obligatoriu ca beneficiarul de finanțare să anunțe ofițerul de grant. Beneficiarul de finanțare va transmite **periodic** către ofițerul de grant calendarul actualizat al evenimentelor și al altor activități cu potențial de comunicare (cel puțin o dată pe lună, pe toată durata derulării programului).
7. Operatorul de program va pune la dispoziția beneficiarului de finanțare, la solicitarea acestuia și în cazul în care proiectul implică evenimente și activități cu potențial mare de comunicare, cel puțin **1 plăcuță cu hashtag-ul programului, 1 roll-up al programului sau 1 roll-up al susținătorului programului**. De asemenea, există posibilitatea de a solicita materiale promoționale și alte bannere, afișe sau panouri din partea susținătorului programului, care să fie utilizate pentru evenimente sau activități din proiect.
8. Pentru proiectele care solicită locații sau canale de comunicare Kaufland pentru derularea unor activități (locații precum parcurile magazinelor Kaufland, magazinele Kaufland, ecranele din magazinele Kaufland, catalogul Kaufland etc.), operatorul de program poate facilita comunicarea cu reprezentanții Kaufland pentru obținerea acestor facilități. FDSC, în calitate de operator de program, și Kaufland, susținător al programului, nu garantează disponibilitatea acestor facilități, ele urmând a fi tratate individual, în afara contractului de finanțare semnat cu beneficiarul de finanțare.

9. Pentru comunicarea și promovarea programului „În stare de bine”, operatorul programului va solicita beneficiarilor de finanțare **imagini (fotografii)** și, dacă proiectul include, și **înregistrări (spoturi) video**, de la activitățile din cadrul proiectelor. Acestea vor respecta următoarele reguli:
- Fotografiile vor fi realizate în format .jpg și cu o rezoluție de minim 1920*1080px;
 - Atât fotografiile, cât și înregistrările video, vor avea acordul cu privire la folosirea imaginii din partea tuturor persoanelor care apar în ele, în scris.
10. Operatorul de program poate oferi **consultanță și suport** pentru activitățile și materialele de comunicare, la cerere, în măsura disponibilității.

CONTACT

FUNDAȚIA PENTRU DEZVOLTAREA SOCIETĂȚII CIVILE

Adresa: Bulevardul Nerva Traian Nr. 21

Sector 3, București, România

Telefon: (021) 310 01 81

Fax: (021) 310 01 80

**Persoană de contact pentru detalii, clarificări sau suport
în zona de comunicare pentru beneficiarii de finanțare:**

Alexandru Miroiu – PR Specialist

0752.444.304 | alexandru.miroiu@fdsc.ro

Iuliana Rada – Coordonator Comunicare

0749.088.885 | iuliana.rada@fdsc.ro



#INSTAREDEBINE