



Funded by
the European Union

Практическо ръководство за комуникацията по проекта Rural Voices- 2030

Rural Voices 2030 е международно сътрудничество между 13 организации, които се обединяват за системна промяна чрез справяне с деградацията на земите и овластяване на жените. Заедно с млади хора от селските райони вървим по пътя към устойчиви общности, които поставят в центъра здравето на почвите и равенството между половете. Учаейки се един от друг, ние подчертаваме потенциала на нашите селски реалности и заедно увеличаваме тяхната стойност.

Представяме ви практическо ръководство за това как да се осъществяват комуникационните дейности в рамките на проекта Rural Voices 2030. Това не е комуникационна стратегия, тъй като всеки партньор следва самостоятелно да изготви своя собствена стратегия, отчитайки конкретните местни дейности, региона и типа активност. Въпреки това, за да бъде проектът и неговите резултати ефективно популяризирани, препоръчваме да се запознаете с настоящото практическо ръководство.

Проектът Rural Voices 2030 предвижда използването на различни комуникационни канали и високи индикатори, които всички партньори са задължени да постигнат:

- 300 публикации в социалните мрежи на партньор + 300 публикации от субгрантирани организации (общо 3600)
- 7 видеа на държава (общо 84)
- 20 прессъобщения на партньор (общо 280)

Настоящият документ е допълнение към **Наръчника за визуална идентичност** [Visual Identity Manual](#). Насоки за създаване на комуникационен план на проекта. За да бъде работата ни въздействаща, трябва да я популяризираме и направим видима. В

този документ ще намерите насоки и идеи за комуникация и достигане до целевите групи.

- Всяка партньорска организация е различна, затова този документ има за цел да ви подкрепи и вдъхнови при изготвянето на ваш собствен комуникационен план.

Всеки партньор може да използва тези насоки, за да създаде комуникационен план, който да работи в неговия национален контекст. Целта е да се изготви план, който да подпомага ежедневно ви работа и постигането на целите на проекта.

Комуникационният план трябва да включва поне:

Как искате да комуникирате проекта като цяло?

Какви са ключовите ви послания?

Как ще разпространявате резултатите и дейностите: казусни доклади, доклади за добри практики, местни пилотни действия, изложби, социални медийни експерименти, покани за субгрантове, събития, онлайн инструменти и др.

Как ще достигате до целевата/целевите групи?

Примерен график за всеки резултат: кой, какво, кога?

Какво се случва с резултатите след края на проекта?

- Не забравяйте да използвате логото на Rural Voices 2030, логото на ЕС и задължителния дисклеймър, както и задължителните хаштагове. Проверете Насоките за видимост за повече информация.

Задължителни хаштагове:

#RuralVoices2030

#euDEARprogramme

Насоки как да създадете комуникационен план за вашия проект:

За да направим нашата работа въздействаща, трябва да я популяризираме и да я направим видима! В този документ ще намерите насоки и идеи за комуникация и достигане до вашите целеви групи.

- Всяка партньорска организация е различна, така че този документ е предназначен да подкрепя и вдъхновява, докато проектирате свой собствен комуникационен план. Всеки партньор по проекта може да използва тези насоки, за да изготви комуникационен план, който ще работи в неговия национален контекст. Целта е да създадете план, който ще ви помогне да свършите работата си и да постигнете целите на проекта!

Включете поне следното в плана си:

1. Как искате да комуникирате за проекта като цяло? Какви са вашите ключови послания?

2. Как планирате да разпространите резултатите или дейностите: доклад за казус, доклад за най-добри практики, местно пилотно действие, изложба, експеримент в социалните медии, покана за субсидиране, събития, онлайн инструментариум и др.

3. Как ще достигнете до вашата целева(и) група(и)?

4. Суров график за всеки резултат: кой, какво, кога?

5. Какво се случва с резултатите след края на проекта?

• Не забравяйте да използвате логото на Rural Voice 2030 + логото на ЕС и отказ от отговорност във вашата комуникация, както и задължителните хаштагове. Вижте за повече подробности Насоките за видимост.

Комуникационни съвети за партньорите

1. Определете целевата си група

Помислете кои са вашите целеви аудитории – възраст, пол, интереси, роля. Използвайте информация от интервюта с млади хора и заинтересовани страни, фокус групи и собствения си опит. Препоръчително е да дефинирате всички целеви групи, а не само основната. При ясно дефинирани аудитории ще можете по-лесно да изберете подходящите комуникационни канали.

Например: при популяризиране на пилотно действие в село, обява в местния читалищен център, магазин, библиотека или локална Facebook група ще бъде по-ефективна от национална медийна кампания. В зависимост от дейността може да информирате и местни медии и да публикувате пост в профила на организацията. Имайте предвид, че младежите под 30 години използват Facebook по-рядко, затова Instagram или TikTok често са по-подходящи – но всичко зависи от местния контекст.

2. Изяснете комуникационната цел

Какво искате да постигнете?

Например: набиране на участници за събитие, информиране за въздействието на дейност, покана за младежко събитие и др.

3. Изберете подходящи комуникационни канали

- Социални мрежи и локални Facebook групи (Instagram, TikTok, Facebook, Snapchat, LinkedIn) – публикации, reels, stories според аудиторията.
- Традиционни медии – местни и национални радиа, вестници.
- Сътрудничество с медии на местно и национално ниво.
- Вътрешна и външна реклама (плакати, информационни табла).
- Уебсайт на партньора и международния проектен сайт.
- Нюзлетъри и имейл кампании към поддръжници.
- Участие в събития, фестивали, панаири.

4. Създайте подходящи материали

- графики, инфографики, флаери, публикации, постери, видеа
- постове, reels, stories
- прессъобщения, статии, бюлетини

Проектът ще създаде 10 инфографики, които всеки партньор трябва да използва в своята комуникация.

5. Подгответе график и започнете изпълнение

6. Отчет и оценка

След приключване на дейностите анализирайте кои подходи са работили и кои – не. Събирайте необходимите индикатори, посочени в МЕА.

Указания за видимост:

1. Лого на проекта: Rural Voices 2030

Логото на проекта „Rural Voices 2030“ трябва задължително да се появява във всички комуникационни и промоционални материали за проекта, например в SoMe графики, видно показано на уебсайта на всеки партньор, публикации, плакати, прессъобщения, всякакви листовки и др.

Примери:

- ако създавате например карусел от графики, достатъчно е да използвате логото на проекта веднъж.
- ако представяте логото на проекта и логата на други партньорски организации, моля, уверете се, че външният вид на логото на проекта не е подценяван (например, ако повтаряте логата на други институции на всяка страница и използвате логото на проекта само веднъж, това не е коректно).

2. Лого на ЕС – как да го използвате?



Логото на ЕС трябва да бъде придружено от декларация за финансиране. Както логото на ЕС, така и декларацията за финансиране са от съществено значение за потвърждаване на подкрепата от ЕС. Като правило те винаги

вървят ръка за ръка и не трябва да се разделят. Задължително е логото на ЕС да се появява във всички комуникационни и рекламни материали за проекта, например върху графики SoMe, видно поставено на уебсайта на всеки партньор, в публикации, плакати, прессъобщения, листовки, видеоклипове и др. За информация как да използвате логото на ЕС върху конкретни материали вижте ръководството, изготвено от ЕС. Препоръчително е да го разгледате, преди да започнете да проектирате материалите си.

КОМУНИКАЦИЯ И ПОВИШАВАНЕ НА ВИДИМОСТТА НА ЕС.
НАСОКИ ЗА ВЪНШНИ ДЕЙНОСТИ: >>>https://international-partnerships.ec.europa.eu/document/download/e6c7b8f5-e3e6-4458-ae7e-9cc313a338b8_en?filename=communicating-and-raising-eu-visibility-guidance-for-external-actions-july-2022_en_0.pdf

Логото на ЕС и други визуални елементи можете да намерите тук:
>>>https://ec.europa.eu/regional_policy/information-sources/logo-download-center_en

Насоки за видимост на логото на ЕС:
>>>https://commission.europa.eu/system/files/2021-05/eu-emblem-rules_en.pdf

Важно!

Когато ЕС е единственият донор, емблемата на ЕС трябва да се намира там, където ще бъде най-видима. Когато има множество донори, емблемата на ЕС трябва да бъде поне толкова видно показана, колкото и тези на другите финансови партньори, а разположението на емблемите трябва да бъде определено със съгласието на всички донори.

3. Отказ от отговорност:

Информацията за финансирането трябва да се появява, както и логото, във всички комуникационни и рекламни материали за проекта.

- Какво трябва да се пише в тези публикации? Проектът „Гласове от селскостопанските райони- 2030“ е финансиран/съфинансиран от Европейския съюз. Съдържанието му е изключителна отговорност на проекта „Гласове от селскостопанските райони - 2030. Ангажиране на млади граждани от селските райони на Европа в подход, съобразен с равенството между половете, към опазването на почвите“ и не е задължително да отразява гледните точки на

Европейския съюз.

ЗА ПУБЛИКАЦИИ В ПЕЧАТЕН ИЛИ ЕЛЕКТРОНЕН ФОРМАТ: „Тази публикация е финансирана/съфинансирана от Европейския съюз. Съдържанието ѝ е изключителна отговорност на проекта „Гласове от селскостопанските райони -2030“. Ангажиране на млади граждани от селските райони на Европа в подход, съобразен с равенството между половете, към опазването на почвите“ и не е задължително да отразява гледните точки на Европейския съюз.“

ЗА УЕБСАЙТОВЕ И ПРОФИЛИ В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ:

„Това е финансирано/съфинансирано от Европейския съюз.“ Съдържанието му е единствено отговорност на проекта „Гласове от селскостопанските райони – 2030“. Ангажиране на млади граждани от селските райони на Европа в подход, отчитащ равенството между половете, към опазването на почвата“ и не отразява непременно гледните точки на Европейския съюз.

ЗА ВИДЕО И ДРУГИ АУДИО-ВИЗУАЛНИ МАТЕРИАЛИ: „Това е финансирано/съфинансирано от Европейския съюз.“ Съдържанието му е единствено отговорност на проекта „Гласове от селскостопанските райони - 2030. Ангажиране на млади граждани от селските райони на Европа в подход, съобразен с равенството между половете, към опазването на почвата“ и не е задължително да отразява гледните точки на Европейския съюз.

4. Хаштагове

Задължителни хаштагове: **#euDEARprogramme #RuralVoices2030**
#RuralVoices #Youth Когато използвате социални медии като Instagram, е добре да добавите още хаштагове, за да уточните темата на публикацията, например: **#women #soil #biodiversity #youthinaction #climatechange #climatecrisis**

5. Уебсайт

Раздел или подстраница на уебсайта на партньора трябва да бъде посветена на проекта Rural Voices. Партньорът трябва да включи отказ от отговорност, логото на проекта и ЕС, описание на проекта и адреса на официалния уебсайт на проекта с линк.



Funded by
the European Union



Проектът „Гласове от аграрните райони- 2030“ е съфинансиран от Европейския съюз. Съдържанието е изцяло отговорност на проекта „Rural Voices 2030. Engaging young rural European citizens in a gender responsive approach to soil protection“ и не отразява непременно възгледите на Европейския съюз.

