



Наръчник за визуализация и публичност за медии и журналисти, подкрепени от най-голямата социално отговорна инициатива на Лидл България „Ти и Lidl“

Настоящият Наръчник е предназначен за медии и журналисти, подкрепени по програма „Ти и Lidl“.

Целта му е да осигури яснота и последователност при обозначаването на получената подкрепа, както и коректна и прозрачна комуникация с аудиторията.

Наръчникът съдържа задължителни изисквания и допълнителни насоки за визуализация и публичност, които следва да бъдат спазвани при създаването и разпространението на журналистическо съдържание.

I. ОБЩИ УСЛОВИЯ

1.1. Задължително спазване на изискванията

Всички изисквания, посочени в настоящия Наръчник, са задължителни за медиите и журналистите, получили подкрепа по програма „Ти и Lidl“. Неспазването им може да бъде третирано като нередност и да доведе до непризнаване на разходи.

С подписването на договора за финансиране медиите и журналистите се съгласяват да прилагат всички изисквания за визуализация и публичност, посочени в този Наръчник (вж. раздел VII от договора за финансиране).

⚠ Неспазването на изискванията за визуализация и публичност, посочени в настоящия Наръчник, може да бъде основание за финансови санкции.

1.2. Предварително съгласуване

Получената подкрепа следва да бъде ясно и видимо обозначена във всички материали, създадени в рамките на финансирането.

Всички дейности и материали, свързани с публичното обозначаване на подкрепата (вкл. визии, видео съдържание, банери, анонси, специални страници и др.), подлежат на предварително съгласуване с Фондация „Работилница за граждански инициативи“ (ФРГИ) и Асоциация на европейските журналисти – България (АЕЖ – България).

Съгласуването се извършва **единствено** чрез електронно съобщение до:



- Мария Цекова – Мениджър „Комуникации“, ФРГИ (mtsekova@frgi.bg).
- Асоциация на европейските журналисти – България (team@aej-bulgaria.org)

с копие до:

I. Симона Бондикова – Координатор на програма „Ти и Lidl“ (sbondikova@frgi.bg).

Подкрепените медии и журналисти следва да изпращат за съгласуване предварителен визуален и/или съдържателен вариант на съответния материал (например дизайн, публикация, визуална концепция и др.).

В срок до седем работни дни ФРГИ и АЕЖ - България предоставят писмена обратна връзка по електронен път.

След получаване на писмено одобрение материалът може да бъде отпечатан и/или публикуван.

1.3. Авторски права

В случаите на използване на защитени с авторски права елементи (напр. музика, изображения, аудиовизуални материали, текстове и др.), финансираните медии и журналисти носят отговорност за спазване на приложимото законодателство. Това включва уреждане на всички авторски и лицензионни права, включително свързаните с тях финансови условия.

II. ЕЛЕМЕНТИ НА ВИЗУАЛИЗАЦИЯ

2.1. Текстово съдържание

Всички материали и форми на журналистическо съдържание, създадени с подкрепата на програма „Ти и Lidl“, следва да бъдат придружени от ясно обозначение на получената подкрепа чрез подходящо текстово съдържание.

Текстовете са два вида в зависимост от характера на материала:

2.1.1. Текст за неутрални материали (без изразени възгледи)

При материали като анонси, банери, визуални карета, представяне на инициативата и др. се използва следният стандартен текст:

Настоящата публикация е създадена в рамките на проект [името на проекта]. Проектът се осъществява благодарение на най-голямата социално отговорна инициатива на Лидл България „Ти и Lidl“, в партньорство с Фондация



„Работилница за граждански инициативи“, Български дарителски форум и Асоциация на европейските журналисти.

2.1.2. Текст за материали, изразяващи възгледи

Публикации, съдържащи мнения, позиции или възгледи (напр. статии, разследвания, репортажи, анализи, позиции подкасти и др.), независимо от формата и начина им на разпространение (включително онлайн), задължително трябва да включват следното уточнение:

Настоящата публикация е създадена в рамките на проект [името на проекта]. Проектът се осъществява благодарение на най-голямата социално отговорна инициатива на Лидл България „Ти и Lidl“, в партньорство с Фондация „Работилница за граждански инициативи“, Български дарителски форум и Асоциация на европейските журналисти.

Отговорността за съдържанието е на [името на финансираната медия/журналист] и по никакъв начин не отразява официалните позиции на финансиращите организации.

⚠ Когато става въпрос за компанията - Лидл се изписва на кирилица, когато се цитира инициативата - Lidl се изписва на латиница.

Пример:

- Компанията изписваме - Лидл България
- Инициативата изписваме – „Ти и Lidl“

2.2. Лога

Всички материали, свързани с обозначаването на получената подкрепа, следва да съдържат следните **пет основни логотипа**, разположени по следния начин:

- Лого на финансираната медия – горен ляв ъгъл
- Лого на програмата „Ти и Lidl“ – горен десен ъгъл





- Лого на Фондация „Работилница за граждански инициативи“ (ФРГИ) – долен ляв ъгъл



- Лого на Български дарителски форум (БДФ) – долен десен ъгъл



- Лого на Асоциация на европейски журналисти (АЕЖ) – долу центрирано между логата на ФРГИ и БДФ.



При всяко визуално съдържание следете за баланс, четимост и качество на логата.

⚠ За подкрепените индивидуални журналисти поставянето на лого в горния десен ъгъл не е задължително. Използването на лого е допустимо единствено при наличие на създадено лого на подкрепения журналистическия проект.

⚠ Логата не могат да бъдат позиционирани върху черен фон или върху фонове с недостатъчен контраст, които компрометират четимостта и визуалната им цялост.

2.3 Допустимо разположение

Допустимото разположение на логата следва принципите, описани в предходните точки, като се спазват изискванията за баланс, четимост и пропорционалност.



Tu u
Lidl

Вашето
лого



Tu u
Lidl

Заглавие на статията

Настоящата статия е създадена в рамките на проект [името на проекта]. Проектът се осъществява благодарение на най-голямата социално отговорна инициатива на Лидл България „Ти и Lidl“, в партньорство с Фондация „Работилница за граждански инициативи“, Български дарителски форум и Асоциация на европейските журналисти.

Отговорността за съдържанието е на [името на финансираната организация/журналист] и по никакъв начин не отразява официалните позиции на финансиращите организации.



2.4. Алтернативни варианти за визуално оформление

Алтернативни варианти за визуално оформление са допустими единствено след предварително обсъждане и писмено одобрение от страна на Фондация „Работилница за граждански инициативи“ (ФРГИ) и Асоциация на европейските журналисти – България (АЕЖ – България).



Съгласуването се извършва чрез електронно съобщение до:

- Мария Цекова – Мениджър „Комуникации“ във ФРГИ (mtsekova@frgi.bg),
- Асоциация на европейските журналисти – България (team@aej-bulgaria.org)

с копие до:

- Симона Бондикова – Координатор на програма „Ти и Lidl“ (sbondikova@frgi.bg).

III. ДОПЪЛНИТЕЛНИ НАСОКИ ЗА КОМУНИКАЦИЯ И ВИЗУАЛИЗАЦИЯ

3.1. Печатни и дигитални материали

Под печатни и дигитални материали се разбират всички материали и формати, използвани за представяне и разпространение на журналистическото съдържание по проекта, включително онлайн публикации, визуални карета, банери, анонси и специални проектни страници.

Печатните и дигиталните материали следва да бъдат ясни, ненатоварени с излишна информация и съобразени с целевите публики, за които са предназначени. Всички материали задължително трябва да съдържат реквизитите, посочени в Раздел II на настоящия Наръчник.

⚠ В случаите, когато в рамките на подкрепата се създава или оборудва физическо пространство е необходимо поставянето на информационна табела. Табелата следва да съдържа задължителния текст и логотипите, съгласно изискванията, описани в Раздел II на настоящия Наръчник.

3.2. Фото и аудио-визуални материали

3.2.1 Фото

Снимковият материал следва да бъде с високо качество и да отразява реалното журналистическо съдържание и дейности по проекта.

⚠ При заснемане на непълнолетни лица подкрепените медии и журналисти са длъжни да осигурят подписана Декларация за съгласие за заснемане от родител или законен настойник. Липсата на такава декларация прави използването на съответния материал недопустимо.



3.2.2 Аудио-визуални материали

Видео съдържанието е ключов инструмент за представяне на въздействието на проекта. Всички видео материали задължително следва да бъдат брендиращи съгласно изискванията, посочени в раздел II.

Кадърът със задължителните реквизити следва да бъде с продължителност не по-малко от 5 секунди в началото и/или края на видеото.

При краткоформатни видео формати (напр. видеа за социални мрежи) отклонения от стандартните изисквания се допускат единствено след предварително обсъждане и писмено одобрение от ФРГИ и АЕЖ - България.

! Преди започване на работа по видеоклип, подкрепените медии и журналисти следва да съгласуват с Фондация „Работилница за граждански инициативи“ и Асоциация на европейските журналисти – България както сценария, така и екипа, който ще бъде ангажиран с изработването на видеото.

3.3. Уебсайт и социални медии

Уебсайтовете и социалните мрежи са основни канали за разпространение на журналистическото съдържание, създадено по проекта.

Всички публикации, визуални елементи и специални проектни страници следва да съдържат придружаващия текст и изискуемите логотипи, съгласно Раздел II.

! В случай че проектът предвижда създаване на отделен уебсайт, логата на програмата и финансиращите организации, както и задължителният придружаващ текст, следва да бъдат разположени в долната част (footer) на сайта, с ясно обозначение, че сайтът е разработен в рамките на съответния проект.

3.4. Събития и медийни изяви

Медийните изяви и публичните формати са възможност за представяне на журналистическата работа по проекта и на разглежданите обществени теми.

При участие в публични изяви и събития следва ясно и видимо да се обозначава получената подкрепа по програма „Ти и Lidl“, съгласно Раздел II.

3.5. Съгласуване и подкрепа

В случай на колебание относно прилагането на изискванията или при разработване на нестандартни комуникационни формати, се препоръчва своевременно съгласуване с Фондация „Работилница за граждански инициативи“ (ФРГИ) и Асоциация на европейските журналисти – България (АЕЖ – България), в съответствие с начина, описан в Раздел I на настоящия Наръчник.