

Travanj, 2021.



UPUTE ZA VIDLJIVOST I KOMUNIKACIJU

Obveza informiranja i vidljivosti propisana je čl. 6(13) Ugovora o financijskoj podršci. Korisnici financijskih podrški u okviru programa Fonda za aktivno građanstvo u Hrvatskoj u obvezi su primjenjivati odgovarajuća pravila i upute navedena u obvezujućem dokumentu "[Communication and Design Manual EEA and Norway Grants 2014-2021](#)". Dokumentu "Communication and Design Manual EEA and Norway Grants 2014-2021" je dostupan i na mrežnoj stranici www.acfcroatia.hr/vidljivost/.

Sadržaj

1. Logotip Fonda za aktivno građanstvo:.....	2
1.1. Kako postaviti logotip.....	2
1.2. Upotreba logotipa u kombinaciji s drugim logotipom (co-branding).....	3
2. Tiskana izdanja, digitalne publikacije i oprema:.....	4
3. Objave na mrežnoj stranici.....	5
4. Komunikacija na društvenim mrežama.....	5
4.1. Elementi koji trebaju biti uključeni u objave:.....	5
5. Video prilogi.....	6
6. Napomena:	6

1. Logotip Fonda za aktivno građanstvo:



Logotip je dostupan na: <http://acfcroatia.hr/vidljivost/>.

Navedeni logotip služi za **označavanje Fonda za aktivno građanstvo**. Samo ovaj logotip koristi se za komunikaciju. Logotip se ne smije koristiti u bilo kojoj drugoj boji osim bijele ili crne. Bijela verzija koristi se na obojenoj pozadini, uključujući i crnu pozadinu.



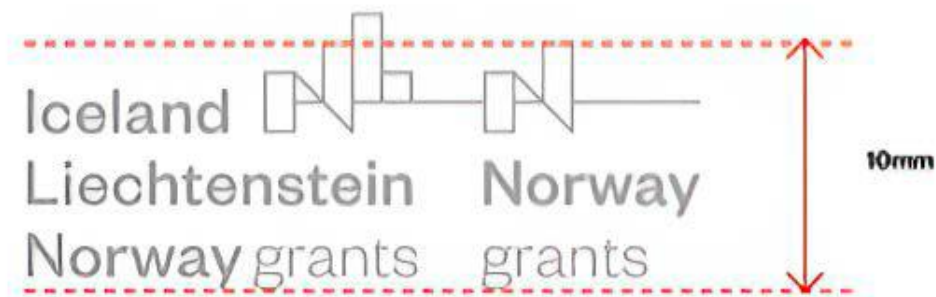
Logotip Fonda se mora primjenjivati u svim komunikacijskim materijalima i aktivnostima projekata koji su financirani sredstvima Fonda.

Upotreba logotipa Upravitelja Fonda (Zaklada Slagalice, Solidarna, SMART, CNVOS) nije potrebna.

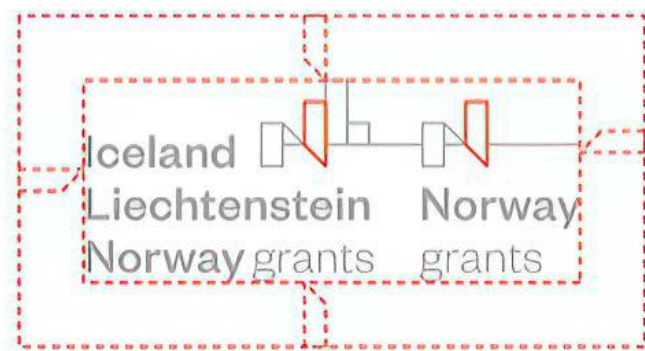
1.1. Kako postaviti logotip

Logotip treba biti jasno istaknut i vidljiv, stoga se trebaju pratiti upute koje se odnose na tehničku postavku minimalne veličine i sigurnu zonu (tj. prostor gdje ne biste trebali stavljati drugi tekst ili elemente) oko logotipa. U primjeru se koristi logotip *Financijskih mehanizama*, ali ista pravila vrijede i za logotip Fonda za aktivno građanstvo. Trebate izmjeriti visinu od vrha trećeg bloka "zgrada" u ikoni logotipa do dna slova "Y" da biste održali ujednačenost u vizualnom prikazu.

Minimalna veličina loga je 10 mm u visini:



Sigurna zona odnosi se na prostor oko logotipa u kojemu se ne bi trebalo stavljati druge elemente:



1.2. Upotreba logotipa u kombinaciji s drugim logotipom (co-branding)

Vodeće načelo za upotrebu i postavljanje logotipa je da je **logotip Fonda za aktivno građanstvo glavni logotip**. Trebala bi postojati jasna razlika između razine financiranja i ostalih organizacija koje su uključene u rad i provedbu. Publika bi na **prvi pogled trebala shvatiti odakle dolazi financiranje**.

Smjernice o tome kako se logotipi mogu i ne smiju koristiti zajedno s logotipom drugih partnera (co-branding) s primjerima prikazani su kroz primjere a), b), c).

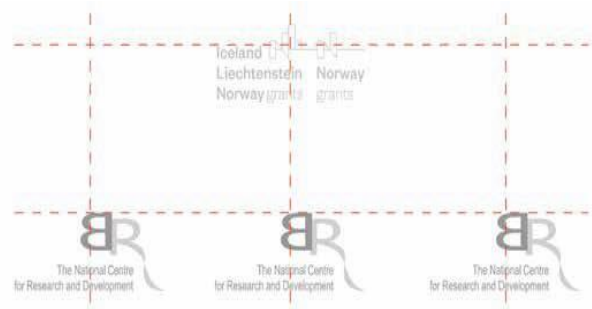
Kada se logotip koristi zajedno s logotipima drugih partnera, logotipi moraju biti uravnoteženi, tj. veličina bi trebala biti ista (primjer a). Tipografija u logotipima treba biti vodoravno postavljena na vrhu i okomito centrirana jedna prema drugoj.

Ako se koristi zajedno s drugim logotipom, logotip Fonda za aktivno građanstvo treba staviti s lijeve strane (primjer b) i / ili sam na vrhu (primjer a, primjer c).

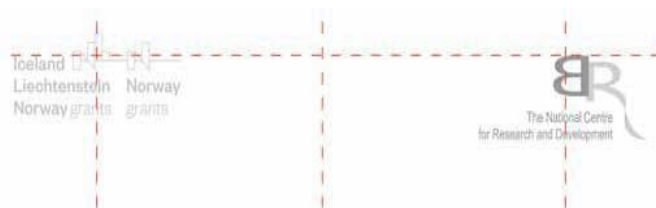
Preporuka: Kada se zajedno koriste, svi logotipi bi se trebali koristiti u crno-bijeloj verziji za koherentniji vizualni izgled. Prihvaćeno je korištenje logotipa partnera u boji ako pravila korištenja logotipa partnera zahtijevaju da logotip partnera bude u boji.

Za projekte se mora koristiti odgovarajući logotip Fonda za aktivno građanstvo i staviti ga gore lijevo ili u sredinu kako bi se naglasilo odakle dolaze sredstva, odnosno izvor financiranja.

Primjer a.

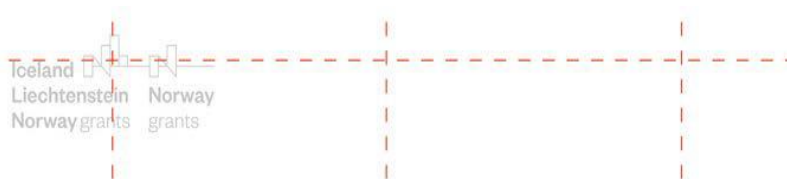


Primjer b.



Primjer c.

Vrh stranice:



Podnožje stranice:



2. Tiskana izdanja, digitalne publikacije i oprema:

Svi tiskani materijali moraju biti označeni logotipom Fonda za aktivno građanstvo, a mogu biti dodani i logotipi partnera pri čemu treba voditi računa o omjeru veličina logotipa (detaljnije u poglavlju 1.2.)

Nije potrebno tiskati logotip na uredskom materijalu poput omotnica, posjetnica, računa itd., ali korištenje logotipa je **obavezno** za dopise, pozivnice, izvješća, analize, letke, publikacije, prezentacije, reklamne ploče, plakate, sve vrste digitalnih publikacija i slične proizvode. Logotip se također treba

koristiti pri označavanju prostora u kojima se odvijaju projektni događaji te za opremu kupljenu u okviru projekta. O tome detaljnije kontaktirati Upravitelja Fonda za dodatne upute.

Tiskana izdanja i digitalne publikacije trebaju sadržavati i:

- **Izjavu o sufinanciranju**

"Projekt (naslov projekta) je podržan sa € (upisati iznos, koristite cijeli broj) financijske podrške Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova."

- **Isključenje odgovornosti:**

„Tisak ove publikacije omogućen je financijskom podrškom Islanda, Lihtenštajna i Norveške u okviru EGP i Norveških grantova. Sadržaj ove publikacije isključiva je odgovornost (navesti ime organizacije) i ne odražava nužno stavove država donatorica i Upravitelja Fonda.“

3. Objave na mrežnoj stranici

Informacije o projektu moraju biti vidljive na vašoj mrežnoj stranici (bilo na pod-stranici postojeće mrežne stranice ili na zasebnoj mrežnoj stranici projekta).

Objava treba sadržavati informacije o projektu i rezultatima, nositeljima projekta (uključujući kontakt osobu), suradnji sa organizacijama iz država darovateljica (Island, Lihtenštajn i Norveška) te mora biti navedeno da je projekt financiran iz Programa Fonda za aktivno građanstvo u Hrvatskoj (kroz financijske mehanizme EGP-a i Kraljevine Norveške). Korisnici moraju redovito ažurirati objave i informirati javnost o napretku projekta. Ako korisnik kreira zasebnu mrežnu stranicu projekta, ona mora sadržavati poveznicu na web stranicu organizacije korisnika. Ako organizacija nema mrežnu stranicu, prihvatljivo je obavezno informiranje javnosti provoditi putem aktivnog profila na društvenim mrežama.

4. Komunikacija na društvenim mrežama

Prihvatljivo je koristiti društvene mreže kao sredstvo komunikacije, a profil na društvenim mrežama namijenjen promociji i informiranju o odobrenom projektu mora ostati vidljiv i nakon konačnog datuma prihvatljivosti projekta, a sve informacije ostati dostupne.

4.1. Elementi koji trebaju biti uključeni u objave:

Označavanje: Za objave na društvenim mrežama, preporučamo da označite [@Active Citizens Fund Croatia](#) da bismo mogli pratiti Vaše objave i dijeliti na našim stranicama.

Ključne riječi/hashtag: Preporuka je koristiti ključne riječi: **#acfcroatia #acfhrvatska #acfsektorski**

Sadržaj sponzoriranih/plaćenih objava: U objavama koje su plaćene projektnim sredstvima je potrebno navesti da je aktivnost o kojoj se izvještava povezana s projektom financiranim iz Fonda, stoga, nakon opisa i sadržaja (contenta/copy-a) treba dodati rečenicu: **Projekt je financijski podržan kroz Fond za aktivno građanstvo u Hrvatskoj** ili koristiti neku od **ključnih riječi/hashtagova (#acfcroatia #acfhrvatska #acfsektorski)**

Fotografije: Preporuča se koristiti fotografije koje ste sami fotografirali provodeći aktivnosti. Ako nije primjenjivo, fotografije možete preuzeti s neke od platformi s besplatnim fotografijama. Treba strogo voditi računa o autorskim pravima.

Plaftorme s besplatnim fotografijama:

- Unsplash.com
- Pixabay.com
- Pexels.com
- Freepik.com
- Stockvault.com
- Rawpixel.com
- Reshot.com
- Jooinn.com
- Scop.io
- Picjumbo.com
- Pikwizard.com
- Foodiesfeed.com
- Kaboompics.com
- Gratisography.com
- Albumarium.com
- Morguefile.com
- Stocksnap.io
- Lifeofpix.com
- Burst.shopify.com
- Freestocks.org
- Picography.co
- Littlevisuals.co
- Picspree.com
- Isorepublic.com
- Styledstock.co
- Canva.com

Dani i vrijeme objave: Opća preporuka je objavljivati do dvije objave tjedno, no učestalost objava se prilagođava ovisno o stadiju projekta i aktualnim projektnim aktivnostima. Vrijeme objave u danu ovisi o ciljanoj publici, ali dobro je znati da objave vikendom imaju veći doseg, a nedjeljom i veći angažman. Preporuča se ne objavljivati kasno navečer.

5. Video prilozi

Za proizvodnju kraćih video sadržaja koji se objavljuju na društvenim mrežama potrebno je koristiti upute iz dijela **4. Komunikacija na društvenim mrežama** (radi opisa video sadržaja). Dodatno nije potrebno dodavati elemente vidljivosti u video sadržaj.

Za proizvodnju video sadržaja dužeg trajanja, dodatno se konzultirati s Upraviteljem Fonda e-poštom na adresu acf-podrska@zaklada-slagalica.hr ili telefonski na broj 031 213 255.

6. Napomena:

Sve komunikacijske aktivnosti (brošure, priopćenja za medije, konferencije za medije, posjete novinara i sl.) moraju biti koordinirane i odobrene do strane Upravitelja Fonda.

Materijale **obvezno poslati na provjeru** i odobrenje Upravitelju Fonda na e-mail adresu vašeg projektnog suradnika (uzeti u obzir da je potrebno najmanje 2 radna dana za komentare). U slučaju organizacije nekog događaja preporučamo barem 2 tjedna prije planiranog održavanja o tome obavijestiti Upravitelja Fonda.