



Європейський  
Союз

# Рекомендації щодо комунікацій для проектів TEMPUS

22 жовтня, 2012 р

Представництво ЄС в Україні  
та МГО "Інтерньюз-Україна"

# Зміст

- § Ключові повідомлення ЄС у світі
- § Комунікативна відповідальність проектів Tempus
  - Юридичні вимоги
- § Посібник з комунікації та візуального представлення
  - Основні вимоги
  - Візуальна ідентичність ЄС
  - Шаблони ЄС
  - Стандартні положення
- § Інструменти комунікації
  - Робота з медіа
  - Прес-релізи
  - Організація медіа-заходу
  - Основи успішної комунікації
- § Український медіа-простір
- § Підтримка Представництва ЄС



# Ключові повідомлення ЄС у світі

- § ЄС досягає практичних **результатів у боротьбі з бідністю** та зміцненні **сталого розвитку** у світі
- § Зовнішня політика ЄС спрямована на те, щоб популяризувати **основні європейські цінності** миру, стабільності, демократії та процвітання
- § Як найбільший у світі донор, ЄС є лідером в **багатосторонніх відносинах** та розвиває стосунки із стратегічними партнерами задля тривалих результатів.



# Комунікативна відповідальність



1. **Документуйте та оприлюднюйте** свої досягнення та новини
2. **Визначте** комунікативну **стратегію** та необхідний бюджет на її втілення
3. Використовуйте **Посібник з комунікації та візуального представлення**
4. Оберіть **менеджера з комунікацій / контактну особу** для ЗМІ

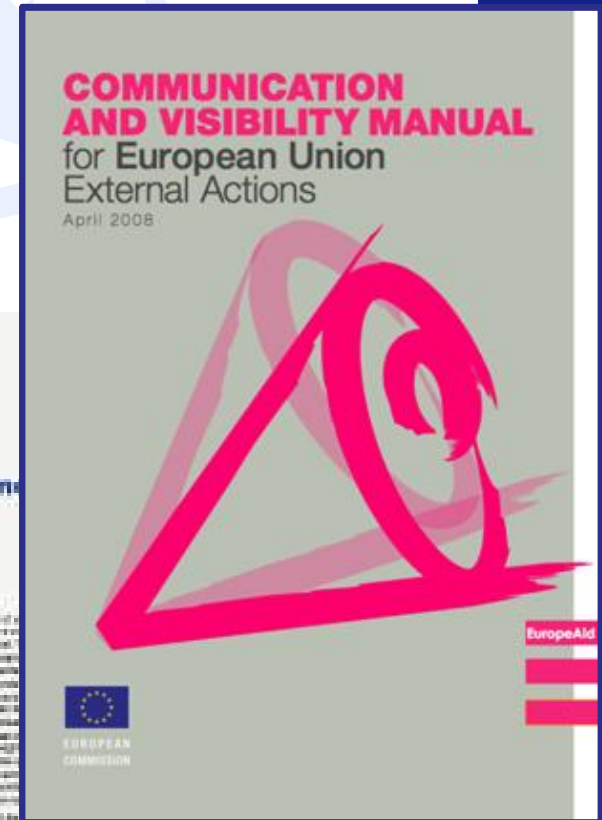
# Юридичні вимоги

## Загальні положення:

- *Кожен проект ЄС повинен мати відповідне комунікативне та інформаційне представлення. Це представлення здійснюється самим бенефіціарами за узгодженням з Представництвом ЄС.*
- *Комунікації та обіг інформації повинні відповідати **правилам**, сформульованим Європейською Комісією для **візуального представлення зовнішніх операцій** чинним на момент виконання проекту.*

# Посібник з комунікації та візуального представлення

Рекомендації для проектів ЄС щодо того, як покращити обізнаність про підтримку ЄС, її результати та вплив



Електронна версія англійською мовою:  
[http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index_en.htm)

# ОСНОВНІ ВИМОГИ

*Завжди зазначайте, що  
“Цей проект фінансується ЄС”*



# Візуальна ідентичність ЄС

§ Ключові повідомлення у відповідності до візуального представлення та "брендування" ЄС



è Прапор ЄС (**чітка ідентичність**)

è Повідомлення про підтримку та солідарність, тощо



# Шаблони ЄС

**Шаблони:** Для кожного візуального елемента ви зможете знайти шаблони у форматі Word та EPS на офіційному сайті



Дисплей



Футболки



Уніфіковані моделі



Брошури



Банер



Прес-релізи



Транспорт



Листівки



Блайзери



Вісники

Електронна версія:

[http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/europeaid/work/visibility/index_en.htm)

# Стандартні положення

## Брошури, веб-сторінки та/або звіти

- **Нотатка щодо можливого незбігу позицій (disclamation):** *“Ця публікація створена за сприяння Європейського Союзу. За зміст цієї публікації відповідає (ім'я автора /контрактера). Подана інформація не обов'язково збігається з офіційною позицією ЄС.”*
- **Загальні положення ЄС (та Програми Tempus):** *“Європейський Союз об'єднує 27 країн-членів, що вирішили об'єднати свої досягнення, ресурси та долі. Спільно впродовж 50 років розширення ЄС розбудовує зону стабільності, демократії та сталого розвитку при цьому підтримуючи культурне різноманіття, толерантність та індивідуальні свободи. Європейський Союз прагне поширювати свої досягнення та цінності серед країн та громадян за межами своїх кордонів ”.*

# Фотографії

§ Вдала



§ Невдала



# Інструменти комунікації

## Базові інструменти медіа-відносин:

1. Розповсюдження **прес-релізів**;
2. **Будьте проактивними** у популяризації Ваших тем та спікерів;
3. **Організуйте прес-заходи** щоб інформувати про найважливіші події та для підтримки стосунків зі ЗМІ;
4. **Прес-візити** – один із найефективніших способів згенерувати розгорнуті статті про Ваш проект;



Посібник з комунікації пропонує зразки та приклади



# Робота з медіа

## Робота з медіа:

- Визначте Вашу цільову аудиторію – які ЗМІ та журналісти висвітлюють Вашу тему?
- Створіть власний медіа-пул.

## Стосунки з медіа :

- Підтримуйте їх на постійній основі;
- Працюйте над своїми прес-релізами, щоб вони були цікавими;
- Контактуйте з потрібними ЗМІ;
- Позиціонуйте команду Вашого проекту як експертів у певній сфері;
- Ставтесь серйозно до запитів ЗМІ та дотримуйтеся дедлайнів;

# Прес-релізи

## § Назва\*

- § Коротка та змістовна
- § Виклад – у теперішньому часі
- § Може згадуватись ЄС (наприклад: *Проект ЄС допомагає українським студентам здобути нові навички*)

## § Вступ

- § Підсумок ключових тез
- § Повинен давати відповідь на 5 питань:  
1) **хто?** 2) **що?** 3) **коли?** 4) **де?** 5) **навіщо?** та 6) **як?**

## § Основна частина прес-релізу

- § Основні досягнення та суть події
- § Дані, статистика та інша інформація
- § Цитати

## § Інформація про проект

- § Базова інформація для розуміння основних цілей
- § Можна додати короткий опис проекту

## § Контакти



# Прес-релізи

Прес-реліз має:

- а) надавати перевагу простим реченням перед складно-підрядними та складно-сурядними;
- б) дотримуватися принципу: максимум інформації за допомогою мінімуму слів;
- в) уникати технічної лексики: ваш читач має не такий самий обсяг знань, що й ви.
- г) принцип «покажіть, а не розповідайте»: якщо є можливість, додавати конкретну інформацію, статистику, кейси і т.д.
- д) не переобтяжуйте абзаци: кожен абзац має містити не більше 3-4 речень. Кожне речення - не більше двох рядків



# Організація медіа-заходів

- § Визначте, чи є у вас інформаційний привід? Плануйте захід заздалегідь.
- § Порядок денний: виступи мають бути короткими, щоб залишився час на запитання
- § Місце проведення: інформагенство, офіс Вашого проекту або університетська аудиторія – бажано в центрі міста;
- § Учасники: залучайте партнерів та фахівців – відомих особистостей, щоб привертають увагу ЗМІ;
- § Забронюйте час на спілкування зі ЗМІ після події;
- § Тривалість – до 1 години;
- § Бажані дні: Вівторок- Середя – Четвер, 11:00 - 15:00







# Основи успішної комунікації

- § Визначте свою **цільову аудиторію**
- § Визначте, що ви прагнете донести (**ключові повідомлення**)
- § Визначте, які цілі проект прагне досягнути через комунікаційну кампанію?
- § Знайте, як озвучити повідомлення так, щоб їх почули (**комунікативні інструменти**)
- § Дослухайтеся до того, про що говорить цільова аудиторія (відгуки) та адаптуйте свою комунікацію (самоаналіз та оцінка)

# Україна: медіа-простір

## Щоденні газети:

- “День”
- “Україна молода”
- “Факти”
- “Сьогодні”
- “Вечерние вести”
- “Газета по-українськи”
- “Голос України”
- “Урядовий кур’єр”

## Інформаційні агентства:

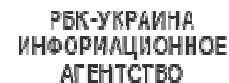
- Інтерфакс
- Українські новини
- УНІАН
- Укрінформ
- Ліга
- RBK

## Освітні портали:

- Українська асоціація Європейських студій  
<http://www.europa.org.ua/>
- Освіта в Україні - <http://osvita.ua/>
- Український освітній портал - <http://www.osvita.org.ua/>
- Європейський освітній портал - <http://www.eu-edu.org/>
- Unistudy – <http://unistudy.org.ua/>
- Євроклуби - <http://ukraineuroclubs.blogspot.com/>
- Освітній портал - <http://pedpresa.com/>

## Щотижневики

- “Кореспондент”
- “Український тиждень”
- “Країна”
- Weekly.ua
- “Дзеркало тижні”
- 2000
- “Аргументи и факты»
- «Коментарі”



# Підтримка Представництва ЄС

- § Розміщення інформації про Ваші проекти на веб-сайті - [http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/index\\_uk.htm](http://eeas.europa.eu/delegations/ukraine/index_uk.htm) та на Фейсбук-сторінці Представництва;
- § Висвітлення яскравих прикладів у щомісячному віснику ЄС;
- § Висвітлення проектів у фото-базі Представництва;
- § Поради щодо ведення комунікації;
- § Представництво ЄС може надавати інформаційні матеріали для Ваших заходів;



# “Інтерньюоз” – піар-підтримка Представництва ЄС



ІНТЕРНЬЮЗ - УКРАЇНА

Міжнародна громадська організація

“**Інтерньюоз - Україна**”, - одна з провідних НУО в медіа-сфері України. В своїй діяльності організація прагне **утверджувати європейські цінності** через розвиток успішних ЗМІ.

З **1996** Організація підтримує **становлення незалежних ЗМІ** в Україні та інших пострадянських країнах. В доробку компанії – розробка та втілення кількох успішних кампаній для проектів ЄС (“Права дітей та жінок в Україні” тощо).

**У 2012-2013 “Інтерньюоз”** забезпечує піар-підтримку Представництва ЄС в Україні, зокрема підготовку інформаційних вісників, проведення медіа-заходів, медіа-тренінгів та консультацій для проектів тощо.





**Дякую  
за увагу!**



**Контакти:**

Олеся Мигаль, координатор європейських проектів МГО “Інтерьюз-Україна”

тел./факс: (044) 458-44-40, 501-92-03

Моб: 097 516 11 36

E-mail: [omygal@internews.ua](mailto:omygal@internews.ua)