



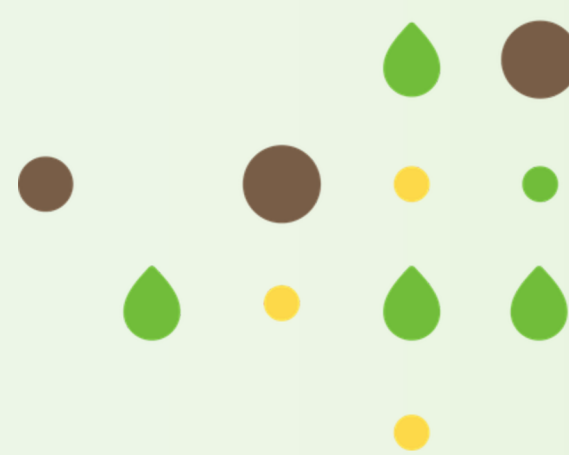
# Komunikačná príručka

## PRE PODPORENÉ PROJEKTY

Táto komunikačná príručka je praktickým návodom na propagáciu projektov podporených v programe Sadíme budúcnosť. Nájdete v nej prehľad základných komunikačných povinností, praktické odporúčania aj konkrétne nástroje, ktoré vám pomôžu komunikovať váš projekt zrozumiteľne a v súlade s pravidlami programu.



# ZÁKLADNÉ PRAVIDLÁ

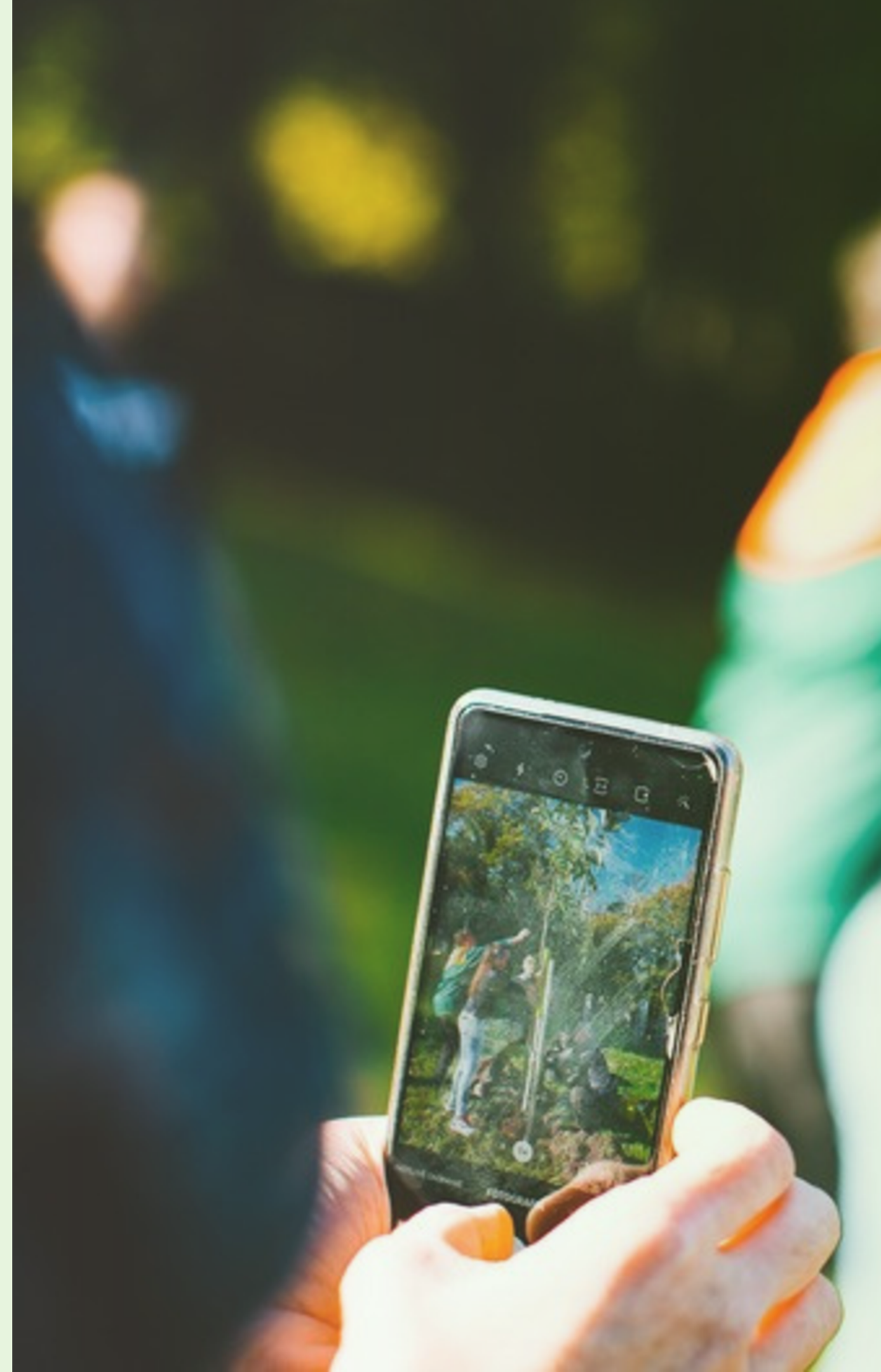


**Prijímatelia finančnej podpory v programe nesú zodpovednosť za jasnú, konzistentnú a transparentnú komunikáciu podporených projektov.**

- **zviditeľňovať aktivity, výsledky a dopad** podporených projektov, najmä prostredníctvom príbehov a vizuálneho materiálu, ktoré robia výsledky konkrétnejšími a prístupnými pre široké publikum.
- uvádzať na všetkých výstupoch, sprievodných a propagačných materiáloch **textovú informáciu o podpore projektu grantovým programom** a zároveň k nej pripojiť príslušné **logo programu a** príslušného **partnera/partnerov výsadby**
- postupovať pri informovaní verejnosti podľa pokynov uvedených v tejto príručke
- **používať logo** v súlade s manuálom na jeho používanie, ktorý je súčasťou tejto príručky.

## NEZABUDNITE!

- určiť zodpovednú osobu za komunikáciu
- archivovať dôkazy o komunikácii (linky, screenshoty, fotografie, materiály),
- zabezpečiť podklady pre záverečnú správu o podporenom projekte



# AKO KOMUNIKOVAŤ ZMYSLUPLNE



## ČO JE OBSAHOM PROJEKTU?

- zachytávajúte **klúčové aktivity projektu** (workshopy, stretnutia, terénne aktivity, podujatia)
- ukážte proces – **ako projekt prebieha**, nie len jeho výsledok

## KTO PROJEKT REALIZUJE?

- ukážte, **kto sa podieľa na realizácii projektu**, kto sú spolupracujúce organizácie a partneri
- predstavte **dobrovoľníkov a odborníkov** zapojených do projektu

## PRE KOHO JE PROJEKT URČENÝ?

- zamerajte sa na **cieľové skupiny projektu** (účastníkov, komunitu, beneficentov), ich zapojenie, reakcie a interakcie, reálne situácie, v ktorých projekt pomáha

## AKÝ MÁ PROJEKT DOPAD?

- konkrétne zmeny, ktoré projekt prináša
- výsledky v praxi (nové služby, zlepšené prostredie, nové vzťahy, riešenia)
- momenty, ktoré ukazujú hodnotu projektu

## MYSLITE VO VLNÁCH

- naplánujte úvodný moment spustenia,
- hlavnú fázu s pravidelným obsahom, ktorý zdôrazňuje významné milníky, a
- záverečnú fázu, ktorá bude informovať o výsledkoch projektu

Pravidelnosť a konzistentnosť robí projekt viditeľnejším a zapamätateľnejším.

## PRACUJTE S EMÓCIAMI

- zdôraznite **ľudský rozmer** príbehu
- zamerajte sa na ľudí za projektmi, na problémy, ktoré riešia, a na zmeny, ktoré prinášajú do života ľudí

Emocionálny obsah sa viac šíri a dlhšie zostáva v pamäti.

# KOMUNIKAČNÉ KANÁLY

Dobrá komunikácia funguje naprieč platformami – na vašom webe, sociálnych sieťach, v newsletteroch, na podujatiach či v médiách. Dbajte na to, aby boli všetky výstupy a posolstvá konzistentné a navzájom sa posilňovali.

## NEZABUDNITE

- označenie všetkých relevantných aktérov spojených s projektom.

@partner výsadby  
@sadimebuducnost  
@nadaciaekopolis

## WEB

Na webe vašej organizácie, alebo samostatnej webovej stránke projektu zverejňujte pravidelne obsah, ktorý informuje o podporenom projekte.

- články, aktuality
- vizuálny materiál - fotografie, videá, infografiky a pod.
- relevantné informácie o priebehu projektu

Každý výstup musí obsahovať informáciu o podpore projektu prostredníctvom príslušného grantového programu a logo programu a nadácie Ekopolis.

Logo na vašej web stránke musí byť prelinkované na webovú stránku programu a nadácie Ekopolis.

## SOCIÁLNE SIETE

Informovanie o priebehu projektu a jeho výsledkoch

- príspevky s fotografiami a textom
- video reels
- príbehy
- videá, filmy

Používajte fotografie, ktoré sú v súlade so skutočným kontextom, v ktorom bol obrázok vyhotovený. Nepoužívajte fotografie vygenerované alebo upravené pomocou AI.

Sprievodný text by mal byť v súlade s kontextom aj obsahom fotografie.

## OFFLINE

Patria sem najmä:

- tlačové správy a mediálne výstupy,
- brožúry, publikácie a iné tlačené materiály,
- podujatia, školenia, workshopy a prezentácie (ak relevantné)

Zabezpečte, aby boli všetky offline materiály a podujatia jasne označené všeobecným vyhlásením o podpore projektu a príslušnými logami.

- počas realizácie projektu a po jeho ukončení musí byť na viditeľnom mieste umiestnená tabuľka s informáciou o podpore z grantového programu

## PODUJATIA

Podujatia sú príležitosťou predstaviť projekt, jeho výsledky a hodnoty priamo cieľovým skupinám – môžete sa zapojiť do existujúcich podujatí, spolupracovať s inými organizáciami alebo predstaviť projekt v rámci festivalov či verejných akcií.

Účastníci podujatí musia byť informovaní o tom, že aktivity sú podporené z grantového programu.

Všeobecné vyhlásenie o podpore a príslušné logo/logá je potrebné uvádzať na všetkých tlačených materiáloch a vizuálnych výstupoch súvisiacich s podujatím, plagátoch, pozvánkach, banneroch a pod.

# VYHLÁSENIE O PODPORE



**Ak informujete o vašej výsadbe a podporených aktivitách v printových alebo elektronických médiách, ste povinní uviesť informáciu o podporení projektu grantovým programom, a to všeobecným vyhlásením o podporení a logom programu a partnera.**

**„Táto výsadba bola realizovaná vďaka finančnej podpore Nadácie Ekopolis a spoločnosti [doplniť partnera] v rámci programu Sadíme budúcnosť“ alebo: „Tento priestor bol upravený s podporou Nadácie Ekopolis a spoločnosti [doplniť partnera] v rámci programu Sadíme budúcnosť“.**

**Tlačené materiály (pozdávanky, plagáty, letáky, brožúry a pod.) musia obsahovať logá programu Sadíme budúcnosť a partnera, ktorý vašu výsadbu podporil.**

# LOGO

Logo programu a jeho partnerov je povinnou súčasťou všetkých materiálov a výstupov podporeného projektu – či už ide o tlačené materiály, vizuály, videá alebo web. Používanie loga zaisťuje, že je jasne komunikované, že projekt je podporený programom Sadíme budúcnosť a zároveň zachováva jednotný a profesionálny vizuálny štýl.

Vždy dbajte na to, aby bolo logo viditeľné, čitateľné a primerané vizuálnemu kontextu výstupu.



Logo programu

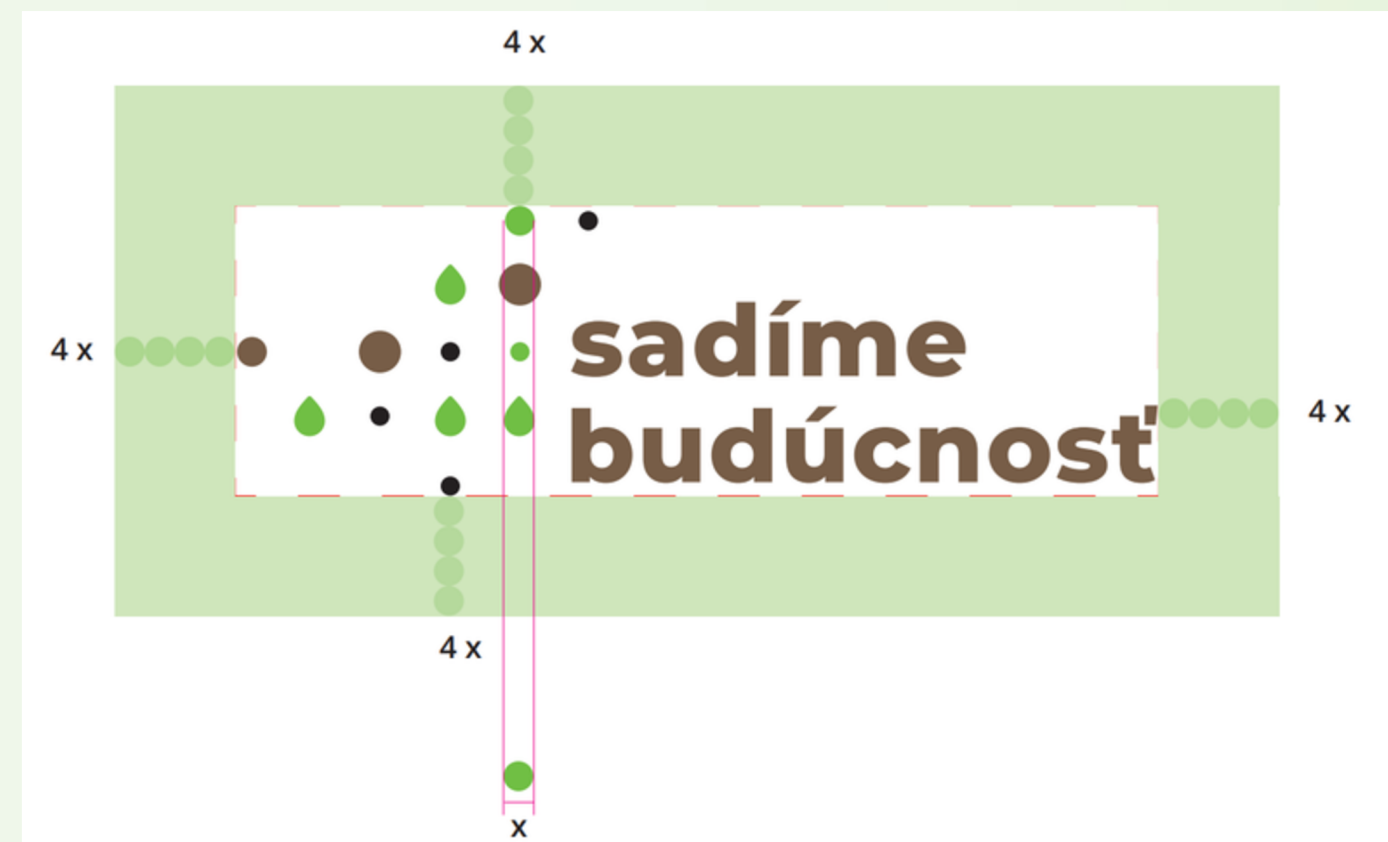


Logo partnera výsadby

# POUŽÍVANIE LOGA - ZÁKLADNÉ PRAVIDLÁ



## Ochranná zóna



Logo a dizajnmanuál programu Sadíme budúcnosť je k dispozícii na stiahnutie na [\*\*tomto linku:\*\*](#)

# POUŽÍVANIE LOGA - ZÁKLADNÉ PRAVIDLÁ

## Logo musí byť:

- čitateľné a rozoznateľné v každej veľkosti a na každom objekte, nosiči, fotke či grafike, na ktoré ho umiestnite
- Logá umiesťujte do rohu, alebo na okraj tlačoviny, respektíve mediálneho výstupu
- Snažte sa logá umiestňovať na miesta, kde neprekrývajú žiadnu podstatnú časť grafiky, resp. fotografie
- Podľa pozadia, na ktoré logo umiestňujete zvolte, ktorú verziu loga použijete tak, aby bolo na podklade viditeľné.



# ČO FOTIŤ?

Počas celej realizácie projektu si robte dostatok fotografií – výrazne vám to uľahčí komunikáciu jeho výsledkov. Používajte vo svojej komunikácii vlastné a kvalitné fotografie.

- **klúčové aktivity projektu** - príprava, stretnutia, terénne aktivity, podujatia
- **priebeh projektu** - nie len jeho výsledok
- **detaily**, ktoré ilustrujú tému projektu.
- **ľudí zapojených do projektu** : tím projektu pri práci, dobrovoľníkov a odborníkov zapojených do projektu.
- **reálne situácie**, autentické momenty, nie inscenované pózy
- **emócie, spoluprácu**, energiu, ľudský rozmer príbehu.

## NEZABUDNITE:

dokumentačné fotografie pre účely reportingu (pred/po, počet dobrovoľníkovna podujatí atď.)



# AKO FOTIŤ?

- **kombinujte** široké zábery, detaily a portréty
- fotografujte v **prirodzenom svetle**, ak je to možné
- dbajte na **súhlas fotografovaných osôb**, najmä pri práci s deťmi a zraniteľnými skupinami.

- nájdite **nové perspektívy** - fotenie z iného uhla môže dodať fotografii novú výšku
- myslite na **rôznorodosť záberov** (ľudia, prostredie, činnosti)
- **priblížte sa** - detailnejšia fotografia ľudí rozpráva výraznejšie než veľké celky



# NEZABUDNITE!



Pri fotografovaní ľudí vždy žiadajte **písomné vyhlásenie informovaného súhlasu a GDPR súhlas**. Informujte ich o tom, ako môžu byť fotografie použité (online, v publikáciách, správach, médiách a pod.).

Nemanipulujte, nepridávajte ani neodstraňujte obsah, ktorý by mohol zmeniť význam fotografie.

Pri používaní fotografií od iných osôb alebo inštitúcií si vždy zabezpečte potrebné povolenie a správne **uved'te autora** fotografie a/alebo inštitúciu, ktorá vlastní práva k fotografii.



# VIDEO

Video je silný nástroj, ktorý umožňuje zachytiť atmosféru projektu a sprostredkovať jeho výsledky oveľa živšie než samotný text alebo fotografia. Pri jeho tvorbe myslite na cieľ – koho chcete osloviť a čo chcete ukázať – a zachovajte pritom rešpekt k ľuďom, ktorí sa vo videu objavujú.

Vo všetkých videách je potrebné uviesť povinné logá a stručné vyhlásenie o podpore projektu. Logo a text umiestnite na viditeľné miesto (napr. v závere videa) tak, aby nerušili vizuálne stvárnenie.

Pred zverejnením videa vám odporúčame poslať výstup v dostatočnom predstihu na schválenie komunikačnej manažérke programu, aby boli dodržané všetky pravidlá a vizuálna identita.



# CHECKLIST

## A. Obsah a posolstvo

- Je jasné, o aký projekt ide a čo je jeho cieľ?
- Je obsah zrozumiteľný pre cieľovú skupinu?
- Sú uvedené konkrétne výsledky, aktivity alebo dopad projektu?

## B. Označenie programu a vizuálna identita

- Je uvedená informácia o podpore z programu Sadíme budúcnosť a partnera výsadby?
- Sú použité správne logo/logá podľa pravidiel vizuálnej identity?
- Je použitý povinný štandardný text o podpore, ak je to relevantné?

## C. Vizuály – fotografie a video

- Sú použité kvalitné a relevantné fotografie alebo videá?
- Sú vizuály autentické a primerané kontextu projektu?
- Máte súhlas osôb zachytených na fotografiách alebo vo videu (ak je to potrebné)?
- Sú dodržané pravidlá ochrany detí a zraniteľných osôb?

## D. GDPR a etika

- Neobsahuje materiál citlivé osobné údaje bez súhlasu?
- Sú rešpektované zásady ochrany súkromia a dôstojnosti osôb?

## E. Kanál komunikácie

- Je obsah prispôsobený zvolenému kanálu (web, sociálne siete, newsletter, print, médiá)?
- Sú uvedené relevantné odkazy alebo kontakty?

## F. Povinnosti voči programu

- Boli výstupy zdokumentované (link, PDF, fotografie, screenshoty)?
- Boli materiály zaslané tímu programu podľa dohodnutých pravidiel?

## G. Extra

- Je obsah vizuálne prehľadný a čitateľný?
- Je jasne komunikovaný prínos projektu pre ľudí alebo komunitu?
- Je materiál zaujímavý a zrozumiteľný aj pre širšiu verejnosť?

# KONTAKT

Fotografie, videá a iné komunikačné výstupy prosím posielajte programovej manažérke nadácie Ekopolis.

**Daniela Mrázová**  
**mrazova@ekopolis.sk**

Nadácia Ekopolis si vyhradzuje právo použiť fotografie a videá na komunikáciu podporených projektov v rámci svojich komunikačných kanálov.



**Pomáhame  
sadiť stromy  
tam, kde je  
to potrebné.**