Co-funded by
the European Union

D5.2 – CAMPAIGN MATERIALS

COMBATHATE

COMBATING HATE SPEECH AND HATE CRIMES
AGAINST INDIVIDUALS WITH MENTAL DISABILITIES.

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Commission. Neither the European Union nor the granting authority can be held responsible for them.

ABOUT THE PROJECT

PROJECT NAME
COMBATHATE (Combating Hate Speech and Hate Crimes Against Individuals with Mental Disabilities)

PROJECT NUMBER
101205522

EU PROGRAMME
Citizens, Equality, Rights and Values (CERV)

WHY THIS PROJECT?
Individuals with mental disabilities frequently face hate speech and hate crimes that undermine their dignity, safety, and well-being. COMBATHATE seeks to address this challenge by developing tailored support systems, raising public awareness, and strengthening cooperation between civil society and public authorities (including law enforcement).

This publication is licensed under Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

PROJECT CONSORTIUM

Table of Contents

1. Purpose and scope of deliverable (Months 1–8) **1**

2. Overview of campaign materials produced (Months 1–8) **2**

2.1 Visual identity assets 3

2.2 Print materials (roll-up and flyer) 4

2.3 Video materials (4 micro-learning videos recorded in Italy 7

2.4 Physical distribution report (template and M1–M8 reporting approach) 8

3. Conclusion and Complementary Dissemination Actions Recorded in SYGMA 10

3.1 Summary: What was achieved by the end of Month 8 10

3.2 Communication Activities Implemented and Reported in SYGMA (Months 1–8) 11

3.3 Final conclusion for D5.2 (Months 1–8) 18

1. Purpose and Scope of the Deliverable (Months 1–8)

Deliverable **D5.2 – Campaign Materials** compiles and presents the **campaign and communication materials produced during the first eight months** of the COMBATHATE project. The purpose of this deliverable is to provide a structured, verifiable record of the **tangible awareness-raising outputs** developed in the initial phase of the action, ensuring **EU visibility**, early stakeholder awareness, and readiness for broader dissemination in subsequent project stages.

The scope of D5.2 for the reporting period **Months 1–8** focuses on establishing the project's basic campaign infrastructure and core materials, including:

- a coherent and recognisable **visual identity** (project logo set and EU co-funding emblem);
- **print and display materials** to support visibility at project activities, meetings, and stakeholder encounters;
- **reusable micro-learning video materials** linked to WP2 capacity building (presented with placeholders for links, to be inserted once publication URLs are available);
- the activation of basic **online communication channels** (partner webpages and project social media), ensuring accessible public information and consistent project messaging;
- a standardised **physical distribution reporting framework** to document the use and dissemination of materials in an aggregated and GDPR-compliant manner.

This deliverable is submitted in **electronic format** suitable for physical dissemination. It is classified as **PUBLIC**, as it contains no sensitive personal data and is intended to support transparency and dissemination of the project's mission and activities.

Online communication channels established in Months 1–8

As part of the first-phase dissemination and visibility set-up, the consortium ensured that project information is available through both partner websites and dedicated social media channels.

Partner project webpages created and/or activated (Months 1–8):

- **MUSIKART:** https://www.musikart.it/combathate
- **PUCK:** https://gliamicidipuck.org/combathate/
- **AMANITA:** https://amanitaeesti.ee/combathate/
- **PROVISION:** http://provisionbg.org/index.php/cerv/
- **NOORUSE MAJA:** https://www.noorusemaja.ee/en/cerv/

These webpages provide stable, partner-hosted entry points for the project, typically including information on objectives, partnership, EU funding reference, and updates on activities and outputs.

Project social media channels established/used (Months 1–8):

- **Instagram:** https://www.instagram.com/combathate_ue/
- **Facebook:** https://www.facebook.com/people/Combathate/61578210119624/

These channels support wider reach, timely updates, and engagement with broader audiences, complementing partner websites and printed materials.

Scope clarification

For Months 1–8, D5.2 consolidates the existence and availability of campaign assets and channels. While the project's social media channels were created and used during this period, the consortium does **not** include in this deliverable a separate "social media content pack" or posting archive; instead, D5.2 focuses on the core campaign materials and the baseline communication infrastructure enabling later large-scale awareness activities.

Overall, the campaign materials and communication channels documented in this deliverable contribute to the project's objectives by:

- ensuring early-stage visibility of the EU-funded action,
- establishing consistent project identity and messaging,
- enabling structured dissemination of results as WP2 and subsequent work packages progress.

2. Overview of Campaign Materials Produced (Months 1–8)

During the first eight months of the project, the consortium prioritised the production of **core campaign materials** required to ensure a consistent visual identity, immediate visibility at project activities, and readiness for broader dissemination in later phases. The campaign outputs produced in this period focus on two essential areas:

- **Visual identity assets**, ensuring coherent branding and full compliance with EU visibility requirements across all partner communications;
- **Print and display materials**, enabling practical dissemination and visibility during meetings, trainings, and stakeholder engagement activities.

The materials produced during Months 1–8 are compiled in this deliverable and provided in **electronic format**, with **print-ready files** included where relevant.

2.1 Visual Identity Assets (Project Logo Set + EU Co-funded Logo)

A key achievement during Months 1–8 was the consolidation of the project's **visual identity package**, ensuring that all partners communicate COMBATHATE with a coherent and recognisable brand.





Included visual identity assets:

- The **COMBATHATE project logo**, provided in multiple validated variants to support different communication contexts (e.g., light/dark backgrounds, horizontal/vertical layouts, and simplified icon versions where applicable). These variants ensure correct use across:
    - print materials (flyers, posters, roll-ups),
    - presentations and training materials,
    - partner webpages and digital publications,
    - audiovisual/video overlays, where relevant.
- The official **EU co-funding emblem** ("Co-funded by the European Union"), provided in a format suitable for inclusion in both digital and print materials.

Purpose and use:

These assets provide the baseline for all campaign materials, ensuring:

- **consistency of branding** across countries and partner organisations;
- **recognition and trust** among stakeholders and target audiences;

- full compliance with **EU visibility rules**, including correct acknowledgement of EU funding in public-facing outputs.

Output status (Months 1–8):

The visual identity assets were finalised and made available to all partners for use across communication channels and campaign materials included in this deliverable.

2.2 Print Materials (Roll-up and Flyer)

In Months 1–8, the consortium produced two foundational printed campaign outputs designed to support project visibility and provide concise project information for stakeholders and the public:

a) Roll-up Banner (80×100 cm)

Format: Print-ready PDF (display material)

Function: High-visibility display at:

- project meetings,
- transnational trainings,
- stakeholder events,
- dissemination sessions.

The roll-up provides an immediate “at a glance” presentation of:

- project title and main objective,
- core thematic focus (combating hate speech and hate crimes against individuals with mental disabilities),
- consortium identity,
- EU visibility elements.

This material is intended as a reusable visibility tool across the full project lifecycle, supporting continuity and recognition.

COMBATHATE

COMBATING HATE SPEECH AND HATE CRIMES
AGAINST INDIVIDUALS WITH MENTAL DISABILITIES.

NOORUSE MAJA
ROHELINE 1B, PÄRNU, EESTI

AMANITA

ASSOCIAZIONE
Gli Amici di PUCK

PRVISION

MUSIKART
ASSOCIAZIONE CULTURALE

Combathate

@combathate_ue

Co-funded by
the European Union

b) Flyer (A4)

Format: Print-ready PDF (handout material)
Function: Short public-facing information tool, designed to be:

- distributed at project activities,
- shared with stakeholders (services, institutions, networks),
- made available in electronic format via partner channels when appropriate.

The flyer provides a concise summary of:

- project rationale and objectives,
- core activities and expected impact,
- consortium partnership,
- references to project channels for further information (web/social).

Output status (Months 1–8):

Both materials were finalised in print-ready format and available for all partners. They support the first-stage dissemination needs of the project and provide a base template for future adaptations in partner languages and for later campaign phases.



2.3 Video Materials (4 Micro-Learning Videos Recorded in Italy– Links Placeholder)

During the first eight months of implementation, and in connection with WP2 capacity-building activities, the consortium produced a set of **four short micro-learning videos** recorded in **Italy**. These videos are designed as **reusable, practical learning and awareness resources**, supporting both internal staff training and future dissemination actions under WP5.

Purpose of the micro-learning videos

The micro-learning format was selected to:

- translate key procedural elements of the project's Support System into **simple, actionable guidance**;
- provide short and accessible refreshers for staff and multipliers;
- support replication and consistency across partners and countries;
- enable later integration into online dissemination, training environments, and awareness campaigns.

Format and characteristics

Each video is intended to be:

- **short (approximately 2–3 minutes)** to maximise accessibility and reusability,
- delivered with a **calm tone and clear language**,
- focused on "how to" guidance rather than theoretical explanation,
- aligned with the project's accessibility and rights-based approach.

Micro-learning videos produced (Months 1–8)

The following four video topics were recorded:

1. **Video 1 – Psychological First Aid (PFA) in 60 seconds**

   Focus: a very simple explanation of the main PFA steps, delivered in a calm, reassuring style.
   Facebook: https://www.facebook.com/share/v/1PTmDH1Yme/

   Instagram:
   https://www.instagram.com/reel/DUAsDJ2k0Zs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

2. **Video 2 – Icon Form + Proxy Reporting: Common Errors to Avoid**

Focus: how to complete the icon-based form correctly, key mistakes to avoid, and emphasis on consent and data minimisation.

Facebook: https://www.facebook.com/share/v/1BGeAWM8Jo/

Instagram: https://www.instagram.com/reel/DUDwhd8DNBJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

3. **Video 3 – Evidence Bundle: Minimum Package (What to Collect / What NOT to Do)**
   Focus: what evidence to collect (e.g., screenshots, timeline, short summary) and what should be avoided (e.g., altering files, collecting excessive data).

   Facebook: https://www.facebook.com/reel/4345198762359748

   Instagram: https://www.instagram.com/reel/DUGARwVgqrv/

4. **Video 4 – AAC Basics: Communication and De-escalation**

   Focus: practical AAC principles (yes/no cards, one question at a time, calm tone, avoiding "why" questions) to support communication and reduce escalation risks.
   Facebook: https://www.facebook.com/reel/2317068918770525

   Instagram: https://www.instagram.com/reel/DUIRCQakeii/

Note on publication

At the time of submission of this deliverable (Months 1–8 reporting), the final hosting platform and URLs are being consolidated. The report therefore includes **link placeholders**, to be replaced once the videos are uploaded to the agreed dissemination channel(s).

2.4 Physical Distribution Report (Template and M1–M8 Reporting Approach)

To ensure consistent documentation of campaign material production and dissemination, the consortium prepared a **standardised Physical Distribution Report template**. This template supports:

- transparent reporting for SYGMA,
- consolidated cross-partner monitoring,
- audit-ready documentation,
- consistent aggregation of dissemination activities across countries.

Template scope and content

The distribution template is designed to capture, in a harmonised manner:

- the material type (e.g., roll-up, flyer, electronic PDF),
- language and format (print / electronic),
- quantities produced and distributed (aggregated numbers only),
- dissemination context (event/location/channel),
- target audience category (e.g., staff, stakeholders, general public),
- reference to supporting evidence (e.g., photo, agenda, webpage URL).

Data protection and reporting principle

The reporting approach is explicitly **GDPR-compliant**:

- no personal data are recorded in the log,
- distribution is captured only via **aggregated quantities** and generic audience categories,
- evidence references are documented without identifying individuals.

M1–M8 reporting approach

During the first eight months, dissemination activities primarily focused on:

- establishing campaign infrastructure (visual identity and channels),
- producing foundational print materials (roll-up and flyer),
- preparing re-usable awareness and training-support resources (micro-learning videos).

Physical distribution during this early phase is therefore expected to be:

- limited and mainly linked to internal project contexts (e.g., meetings, trainings), and/or
- preparatory (materials printed and made available for upcoming distribution).

The template included in this deliverable provides a structured mechanism for partners to report:

- any production and early distribution carried out in Months 1–8, and
- to continue updating the same reporting structure in subsequent periods when wider dissemination takes place.

3. Conclusion and Complementary Dissemination Actions Recorded in SYGMA (Months 1–8)

During the first eight months of COMBATHATE, the consortium focused on building a **strong and coherent baseline for awareness raising** by producing core campaign materials (visual identity assets, roll-up banner and flyer), activating digital communication channels (partner webpages and project social media), and delivering early public-facing outreach activities. This first-phase approach ensured that the project became visible and understandable to local communities, stakeholders, and public authorities while the technical foundations of the action (notably WP2 outputs) were being developed.

Although large-scale campaign deployment is planned for later stages, **Months 1–8 already included a set of concrete communication activities** that were recorded in SYGMA under "Communication Activities", demonstrating that communication started at the outset of the action and progressed continuously alongside technical implementation.

The activities below reflect the same structure used in the DEC plan (activity name, description, target audience, channel, outcome, status). All links provided are public references and do not contain personal data.

3.1 Summary: What was achieved by the end of Month 8

By the end of the first reporting period (Months 1–8), the consortium achieved the following communication and dissemination results:

- **Project identity and EU visibility** were standardised through the validated logo set and the EU co-funding emblem, enabling consistent branding across all partners and materials.
- **Practical dissemination tools** (roll-up banner and flyer) were produced and prepared for repeated use at project events and stakeholder encounters.
- **Digital visibility infrastructure** was created through dedicated project webpages on each partner's website and through official project social media channels.
- **Early community engagement and awareness** was implemented through a series of local events and cultural outreach actions (particularly in Italy through MUSIKART), as well as media and newsletter outputs in Estonia.

These actions collectively strengthened the project's public presence and prepared the ground for broader campaign roll-out and structured distribution in the next phases.

3.2 Communication Activities Implemented and Reported in SYGMA (Months 1–8)

A) Digital communication channels: partner webpages

Communication Activity Name: Dedicated project webpage on AMANITA's website

- **Description:** Page created to present COMBATHATE, its objectives, partners and ongoing activities. (https://amanitaeesti.ee/combathate/)
- **Who (Target audience):** Citizens; National authorities; Local authorities; Civil society
- **How (Channel):** Website
- **Outcome:** Increased visibility of COMBATHATE; stakeholders informed on objectives, partners and activities.
- **Status:** Ongoing

Communication Activity Name: Dedicated project webpage on PROVISION's website

- **Description:** Page created to present COMBATHATE, its objectives, partners and ongoing activities. (http://provisionbg.org/index.php/cerv/)
- **Who:** Citizens; National authorities; Local authorities; Civil society
- **How:** Website
- **Outcome:** Increased visibility and access to project information in Bulgaria.
- **Status:** Ongoing

Communication Activity Name: Dedicated project webpage on MUSIKART's website

- **Description:** Page created to present COMBATHATE, its objectives, partners and ongoing activities. (https://www.musikart.it/combathate)
- **Who:** Citizens; National authorities; Local authorities; Civil society
- **How:** Website
- **Outcome:** Increased visibility and awareness in Italy; access point for project updates.
- **Status:** Ongoing

Communication Activity Name: Dedicated project webpage on PUCK's website

- **Description:** Page created to present COMBATHATE, its objectives, partners and ongoing activities. (https://gliamicidipuck.org/combathate/)

- **Who:** Citizens; National authorities; Local authorities; Civil society
- **How:** Website
- **Outcome:** Increased visibility and stakeholder access to project information.
- **Status:** Ongoing

Communication Activity Name: Dedicated project webpage on Nooruse Maja website

- **Description:** Page created to present COMBATHATE, its objectives, partners and ongoing activities. (https://www.noorusemaja.ee/en/cerv/)
- **Who:** Citizens; National authorities; Local authorities; Civil society
- **How:** Website
- **Outcome:** Increased visibility in Estonia and improved stakeholder awareness.
- **Status:** Ongoing

B) Project social media channels

Communication Activity Name: COMBATHATE social media (Facebook & Instagram)

- **Description:** Dedicated Facebook and Instagram pages updated with project news, events and awareness information to engage citizens, authorities and civil society.
    - Instagram: https://www.instagram.com/combathate_ue/
    - Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=61578210119624
- **Who:** Citizens; National authorities; Local authorities; Civil society; Other stakeholders
- **How:** Social media
- **Outcome:** Continuous visibility and outreach; increased public awareness; community engagement with project objectives.
- **Status:** Ongoing

C) Local awareness events and outreach actions (Italy – MUSIKART)

Communication Activity Name: Local event in San Cosmo Albanese – MUSIKART

- **Description:** Awareness event to present COMBATHATE and its objectives (psychological/legal support mechanisms, cooperation with authorities, public awareness). Amplified through social media.

  Link:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0hiKtvS9v1H3Yyp4ExUGYLvjEmF6dPb9fMtAkhHpv6v8ci7ngSKS4cYVHNAyd622kl&id=61578210119624

- **Who:** Citizens; Local authorities; Civil society
- **How:** Event
- **Outcome:** Strengthened visibility of COMBATHATE; raised awareness; fostered inclusion and dialogue.
- **Status:** Delivered

Communication Activity Name: Local awareness event in Calopezzati – MUSIKART

- **Description:** Awareness event to present COMBATHATE and raise awareness on hate speech against people with mental disabilities; highlighted partner roles and contributions.
  Link:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid02fqmewm3mmgB4fuapqkaE7mtNLujZMwFWs5MStSQjMiuaxDSPKHoFfdneZ2NFKTikl&id=61578210119624
- **Who:** Citizens; Local authorities; Regional authorities; Civil society
- **How:** Event
- **Outcome:** Increased local awareness and sensitivity; enhanced visibility of the consortium; strengthened solidarity.
- **Status:** Delivered

Communication Activity Name: Local awareness event in Plataci – MUSIKART

- **Description:** Awareness event to present COMBATHATE and promote inclusion, dignity and cooperation between institutions and civil society.
  Link:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=122123597330940337&id=61578210119624&ref=embed_post

- **Who:** Citizens; Local authorities; Regional authorities; Civil society
- **How:** Event
- **Outcome:** Strengthened visibility; raised awareness; promoted inclusion and solidarity.
- **Status:** Delivered

Communication Activity Name: Local event in Santa Sofia d'Epiro – MUSIKART

- **Description:** Local awareness event to present COMBATHATE and raise awareness on hate speech, discrimination and inclusion; amplified through MUSIKART social media. Link: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid07Q5gh1s7PzZ6Jki9ZPRe5JhkzU7UmYoH8d4Z7xW2AuLHMH2phanVt54uaNBSSrskl&id=61578210119624
- **Who:** Citizens; Local authorities; Regional authorities; Civil society
- **How:** Event
- **Outcome:** Increased visibility in Calabria; strengthened community awareness; engaged citizens and authorities.
- **Status:** Delivered

Communication Activity Name: COMBATHATE at Tarantarsia Festival – MUSIKART

- **Description:** Presentation of COMBATHATE during the 17th Tarantarsia Festival promoting peace, solidarity and inclusion; outreach amplified via social media. Link: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0qesAD5sWwMaBoM9aoLDJUUJNB57ra2G9Uo8y9YZzAuAEFycCqJ4FPBozY8So9K5Ul&id=61578210119624
- **Who:** Citizens; Local authorities; Regional authorities; Civil society
- **How:** Event
- **Outcome:** Reached a large audience; strengthened visibility; promoted dialogue against discrimination.
- **Status:** Delivered

Communication Activity Name: Local event in Cassano All'Ionio – MUSIKART

- **Description:** Local event to promote COMBATHATE objectives and raise awareness on hate speech/hate crimes; shared through social media.
  Link:

https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0F2voxqKDwK9CwiktTbBewk9bxnHxUZ2rxAdJyD6hpZ8HsgsXdNujYj2F1wtX7Nf4l&id=61578210119624

- **Who:** Citizens; Local authorities; Regional authorities; Civil society
- **How:** Event
- **Outcome:** Raised local awareness and engagement; strengthened solidarity; extended outreach online.
- **Status:** Delivered

Communication Activity Name: Local awareness event in Cropalati – MUSIKART

- **Description:** Local event to promote COMBATHATE's mission; presented the partner organisations and complementary roles.

  Link: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0HifMqqZqnj3doZkUxz8RjB5ZfeKvAd38U19uJ9RkYJQkC19uwLzSjZWZmnVCxr1wl&id=61578210119624

- **Who:** Citizens; Local authorities; Regional authorities; Civil society
- **How:** Event
- **Outcome:** Increased awareness; improved consortium visibility; strengthened local engagement.
- **Status:** Delivered

Communication Activity Name: Local event in San Demetrio Corone – MUSIKART

- **Description:** Awareness event to promote COMBATHATE and encourage community engagement; invited citizens to follow project updates and spread inclusion messages. Link: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0Mdi7Fx2C2gbGCkdEYCnpiFabznGVm6VG1GGWweHpRg7mGs7UjxaqjDzCjVAyVkwTl&id=61578210119624
- **Who:** Citizens; Local authorities; Regional authorities; Civil society
- **How:** Event
- **Outcome:** Raised awareness; promoted citizen participation; strengthened visibility of project objectives.
- **Status:** Delivered

Communication Activity Name: Local awareness event in Montegiordano – MUSIKART

- **Description:** Awareness event to present COMBATHATE, highlight risks of hate speech/hate crimes, and promote inclusion and solidarity; shared via social media. Link: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0rpuMhM57K7reCfhtQEDKyw3VRPoQwq6LQu4hmHfd1EWhBsKQDoEM3DXREpJippCtl&id=61578210119624
- **Who:** Citizens; Local authorities; Regional authorities; Civil society
- **How:** Event
- **Outcome:** Raised community awareness; strengthened solidarity; engaged citizens and authorities in dialogue.
- **Status:** Delivered

D) Estonia – media, newsletter and stakeholder engagement

Communication Activity Name: Article on CERV Estonia official website

- **Description:** National article published on CERV Estonia website highlighting COMBATHATE launch and objectives.

  Link: https://kysk.ee/parnu-vabauhendus-toi-eestisse-euroopa-rahastuse-vaenukone-vastaseks-tegevuseks/
- **Who:** Research communities; EU Institutions; Citizens; National authorities; Local authorities
- **How:** Website (institutional article)
- **Outcome:** Enhanced national/EU-level visibility; raised awareness among citizens and policy audiences.
- **Status:** Delivered

Communication Activity Name: Article in Estonian newspaper – RNUN

- **Description:** Interview article in Estonian media presenting COMBATHATE, raising awareness on deinstitutionalisation and stigma; supporting visibility. Link: https://tinyurl.com/yu4uxsd6
- **Who:** Citizens; Civil society
- **How:** Media article

- **Outcome:** Raised awareness on hate crimes and stigma; improved visibility of project objectives.
- **Status:** Delivered

Communication Activity Name: COMBATHATE FIRST Newsletter

- **Description:** Two newsletter issued by Nooruse Maja to inform stakeholders about project objectives, transnational activities, deliverables and upcoming activities. Newsletter 1:

  https://drive.google.com/file/d/1DtIhOy8rlYkADHcanOJYj76jjH9UdIkG/view?usp=drive_link

  Newsletter 2:

  https://drive.google.com/file/d/1VIrKEWd_TEug6jTktrgGRaDNhDd7LHd-/view
- **Who:** Research communities; Citizens; National authorities; Local authorities; Civil society
- **How:** Newsletter
- **Outcome:** Increased visibility and engagement; informed stakeholders about goals, deliverables and participation opportunities.
- **Status:** Delivered

Communication Activity Name: Living Library – KAI Inspiration Day, Pärnu

- **Description:** Participation in KAI Inspiration Day using a "Living Library" format to present COMBATHATE and promote dialogue on stereotypes and stigma; highlighted project tools/networks.
  Link: https://www.noorusemaja.ee/en/17092025/
- **Who:** National authorities; Local authorities; Regional authorities
- **How:** Event
- **Outcome:** Raised awareness among authorities; fostered dialogue; strengthened recognition of COMBATHATE as a professional and community tool.
- **Status:** Delivered

3.3 Final conclusion for D5.2 (Months 1–8)

In conclusion, D5.2 documents that within Months 1–8 the project not only produced core campaign materials (visual identity assets, roll-up, flyer, and micro-learning videos) but also initiated and implemented meaningful dissemination activities through websites, social media, local community events, institutional articles, media outreach, and a newsletter. This combination of **material production** and **active communication actions** confirms that the project established early visibility and stakeholder engagement, building a solid foundation for the next campaign phases where distribution intensity and public reach are expected to increase.

Co-funded by
the European Union

D5.2 – KAMPAANIAMATERJALID

COMBATHATE

COMBATING HATE SPEECH AND HATE CRIMES
AGAINST INDIVIDUALS WITH MENTAL DISABILITIES.

Rahastatud Euroopa Liidu poolt. Esitatud seisukohad ja arvamused on siiski üksnes autori(te) omad ega pruugi kajastada Euroopa Liidu või Euroopa Komisjoni seisukohti. Euroopa Liitu ega rahastavat asutust ei saa pidada nende eest vastutavaks.

PROJEKTIST

PROJEKTI NIMI
COMBATHATE (Vihkõne ja vihakuritegude vastu võitlemine vaimse erivajadusega inimeste suhtes)

PROJEKTI NUMBER
101205522

EL-i PROGRAMM
Kodanike, võrdõiguslikkuse, õiguste ja väärtuste programm (CERV)

MIKS SEE PROJEKT?
Vaimse erivajadusega inimesed puutuvad sageli kokku vihakõne ja vihakuritegudega, mis kahjustavad nende väärikust, turvalisust ja heaolu. Projekt COMBATHATE püüab sellele probleemile vastata, arendades sihtrühmale kohandatud tugisüsteeme, suurendades avalikkuse teadlikkust ning tugevdades koostööd kodanikuühiskonna ja avaliku sektori asutuste (sh õiguskaitseorganite) vahel.

See väljaanne on litsentseeritud Creative Commonsi litsentsi „Autorile viitamine 4.0 rahvusvaheline“ (CC BY 4.0) alusel.

PROJEKTI KONSORTSIUM

Nooruse Maja
Roheline 1b, Pärnu, Eesti

PROvision International

Associazione Gli Amici di Puck

Amanita
Ringmajandus
Sotsiaalne ettevõtlus
2013

Sisukord

1. Tulemuse eesmärk ja ulatus (1.–8. kuu) 1

2. Ülevaade loodud kampaaniamaterjalidest (1.–8. kuu) 2

2.1 Visuaalse identiteedi vahendid 3

2.2 Trükimaterjalid (roll-up ja flaier) 4

2.3 Videomaterjalid (4 Itaalias salvestatud mikroõppevideot) 7

2.4 Füüsiline levitamise aruanne (mall ja M1–M8 aruandlusmeetod) 8

3. Kokkuvõte ja täiendavad levitamismeetmed, mis on salvestatud SYGMA-s 10

3.1 Kokkuvõte: mida saavutati 8. kuu lõpuks 10

3.2 SYGMA-s rakendatud ja registreeritud kommunikatsioonitegevused (1.–8. kuu) 11

3.3 Lõplik järeldus D5.2 kohta (1.–8. kuu) 18

1. Tulemuse eesmärk ja ulatus (kuud 1–8)

Tulemus **D5.2 – Kampaaniamaterjalid** koondab ja esitab COMBATHATE projekti **esimese kaheksa kuu jooksul loodud kampaania- ja kommunikatsioonimaterjalid**. Selle tulemuse eesmärk on pakkuda struktureeritud ja kontrollitavat ülevaadet tegevuse algfaasis loodud **konkreetsetest teadlikkuse tõstmise tulemustest**, tagades **ELi nähtavuse**, sidusrühmade varajase teadlikkuse ja valmisoleku laiemaks levitamiseks järgmistes projekti etappides.

Aruandeperioodi **1.–8. kuu** D5.2 ulatus keskendub projekti põhilise kampaania infrastruktuuri ja põhivahendite loomisele, sealhulgas:

- ühtne ja äratuntav **visuaalne identiteet** (projekti logokomplekt ja ELi kaasrahastamise embleem);
- **trükis- ja näitusematerjalid,** mis toetavad nähtavust projekti tegevuste, kohtumiste ja sidusrühmadega kohtumiste ajal;
- WP2 suutlikkuse suurendamisega seotud **korduvkasutatavad mikroõppe videomaterjalid** (esitatud koos linkide asendusmärkidega, mis lisatakse, kui avaldamise URL-id on kättesaadavad);
- põhiliste **veebikommunikatsioonikanalite** (partnerite veebilehed ja projekti sotsiaalmeedia) aktiveerimine, tagades kättesaadava avaliku teabe ja järjepideva projekti teavitustegevuse;
- standardiseeritud **füüsilise levitamise aruandlusraamistik,** et dokumenteerida materjalide kasutamist ja levitamist koondatud ja GDPR-ile vastaval viisil.

Käesolev tulemus esitatakse füüsiliseks levitamiseks sobivas **elektroonilises vormingus**. See on klassifitseeritud **AVALIKUKS**, kuna ei sisalda tundlikke isikuandmeid ja on mõeldud projekti missiooni ja tegevuste läbipaistvuse ja levitamise toetamiseks.

1.–8. kuul loodud veebikommunikatsioonikanalid

Esimese etapi levitamise ja nähtavuse loomise raames tagas konsortsium, et projekti teave on kättesaadav nii partnerite veebilehtedel kui ka spetsiaalsetes sotsiaalmeediakanalites.

Partnerite projekti veebilehed, mis on loodud ja/või aktiveeritud (1.–8. kuu):

- **MUSIKART:** https://www.musikart.it/combathate
- **PUCK:** https://gliamicidipuck.org/combathate/
- **AMANITA:** https://amanitaeesti.ee/combathate/
- **PROVISION:** http://provisionbg.org/index.php/cerv/

- **NOORUSE MAJA:** https://www.noorusemaja.ee/en/cerv/

Need veebilehed pakuvad projekti jaoks stabiilseid, partnerite poolt hallatavaid sissepääsupunkte, mis sisaldavad tavaliselt teavet eesmärkide, partnerluse, ELi rahastamise viite ja tegevuste ning tulemuste kohta.

Projekti sotsiaalmeedia kanalid (1.–8. kuu):

- **Instagram:** https://www.instagram.com/combathate_ue/
- **Facebook:** https://www.facebook.com/people/Combathate/61578210119624/

Need kanalid toetavad laiemat ulatust, õigeaegseid uudiseid ja suhtlust laiemate sihtrühmadega, täiendades partnerite veebisaite ja trükiseid.

Ulatuse selgitamine

Kuude 1–8 jooksul konsolideerib D5.2 kampaania vahendite ja kanalite olemasolu ja kättesaadavuse. Kuigi projekti sotsiaalmeedia kanalid loodi ja kasutati selle perioodi jooksul, **ei** sisalda konsortsium selles tulemuses eraldi „sotsiaalmeedia sisupaketti" ega postituste arhiivi; selle asemel keskendub D5.2 põhilistele kampaaniamaterjalidele ja baaskommunikatsiooni infrastruktuurile, mis võimaldab hiljem läbi viia suuremahulisi teadlikkuse tõstmise tegevusi.

Kokkuvõttes aitavad käesolevas tulemuses dokumenteeritud kampaaniamaterjalid ja kommunikatsioonikanalid kaasa projekti eesmärkide saavutamisele järgmiselt:

- tagades ELi rahastatud meetme varajase nähtavuse,
- luues ühtse projekti identiteedi ja sõnumid,
- võimaldades tulemuste struktureeritud levitamist WP2 ja järgnevate tööpakettide edenedes.

2. Ülevaade toodetud kampaaniamaterjalidest (kuud 1–8)

Projekti esimese kaheksa kuu jooksul keskendus konsortsium **põhiliste kampaaniamaterjalide** tootmisele, mis olid vajalikud ühtse visuaalse identiteedi tagamiseks, projekti tegevuste koheseks nähtavuseks ja valmisolekuks laiemaks levitamiseks hilisematel etappidel. Selle perioodi jooksul loodud kampaania tulemused keskenduvad kahele olulisele valdkonnale:

- **visuaalse identiteedi vahendid**, mis tagavad ühtse brändingu ja ELi nähtavuse nõuete täieliku järgimise kõigis partnerite suhtluskanalites;
- **Trükis- ja näitusematerjalid**, mis võimaldavad praktilist levitamist ja nähtavust kohtumiste, koolituste ja sidusrühmade kaasamise tegevuste käigus.

Kuu 1–8 jooksul toodetud materjalid on koondatud käesolevasse tulemusse ja esitatud **elektroonilises vormingus**, vajaduse korral koos **trükivalmis failide**ga.

2.1 Visuaalse identiteedi vahendid (projekti logokomplekt + ELi kaasrahastatud logo)

1.–8. kuu jooksul saavutatud olulisim tulemus oli projekti **visuaalse identiteedi paketi** konsolideerimine, mis tagab, et kõik partnerid suhtlevad COMBATHATE-ga ühtse ja äratuntava brändina.





Visuaalse identiteedi varad hõlmavad:

- **COMBATHATE projekti logo**, mis on esitatud mitmes kinnitatud variandis, et toetada erinevaid kommunikatsioonikontekste (nt heleda/tumeda taustaga, horisontaalse/vertikaalse paigutusega ja vajaduse korral lihtsustatud ikooniversioonid). Need variandid tagavad õige kasutamise järgmistes materjalides:
    - trükimaterjalides (flaierid, plakatid, roll-upid),
    - esitlused ja koolitusmaterjalid,
    - partnerite veebilehtedel ja digitaalsetes väljaannetes,
    - audiovisuaalsed/video-overlayd, kui see on asjakohane.
- Ametlik **ELi kaasrahastamise embleem** („Kaasrahastatud Euroopa Liidu poolt”), mis on esitatud formaadis, mis sobib nii digitaalsetesse kui ka trükitud materjalidesse lisamiseks.

Eesmärk ja kasutus:

Need vahendid moodustavad kõigi kampaaniamaterjalide aluse, tagades:

- **brändi ühtsuse** kõikides riikides ja partnerorganisatsioonides;

- **tunnustatuse ja usalduse** sidusrühmade ja sihtrühmade seas;
- **ELi nähtavuse eeskirjade** täieliku järgimise, sealhulgas ELi rahastamise õige märkimise avalikkusele suunatud väljundites.

Tulemuste staatus (1.–8. kuu):

Visuaalse identiteedi vahendid viimistleti ja tehti kättesaadavaks kõikidele partneritele kasutamiseks käesolevas tulemuses sisalduvates kommunikatsioonikanalites ja kampaaniamaterjalides.

2.2 Trükimaterjalid (rullplakat ja flaier)

1.–8. kuul valmistas konsortsium kaks põhilist trükitud kampaaniatoodet, mille eesmärk oli toetada projekti nähtavust ja anda sidusrühmadele ja avalikkusele lühike teave projekti kohta:

a) Roll-up-bänner (80×100 cm)

Formaat: trükivalmis PDF (eksponeerimismaterjal)

Funktsioon: hästi nähtav eksponeerimine:

- projekti koosolekutel,
- rahvusvahelistel koolitustel,
- huvirühmade üritustel,
- levitamisüritustel.

Roll-up pakub ülevaatlikku esitusviisi järgmistele teemadele:

- projekti pealkiri ja peamine eesmärk,
- peamine teemaline fookus (vihkamiskõne ja vaimse puudega isikute vastu suunatud vihakuritegude vastu võitlemine),
- konsortsiumi identiteet,
- ELi nähtavuse elemendid.

See materjal on mõeldud kogu projekti elutsükli jooksul korduvkasutatavaks nähtavuse vahendiks, mis toetab järjepidevust ja tunnustust.

COMBATHATE

COMBATING HATE SPEECH AND HATE CRIMES
AGAINST INDIVIDUALS WITH MENTAL DISABILITIES.

NOORUSE MAJA
ROHELINE 1B, PÄRNU, EESTI

AMANITA

ASSOCIAZIONE
Gli Amici di PUCK

PRVISION

MUSIKART
ASSOCIAZIONE CULTURALE

Combathate

@combathate_ue

Co-funded by
the European Union

b) Flaier (A4)

Vorming: trükivalmis PDF (jaotusmaterjal)
Funktsioon: lühike avalikkusele suunatud teabevahend, mis on mõeldud:

- jaotamiseks projekti tegevuste käigus
- jagamiseks sidusrühmadega (teenused, institutsioonid, võrgustikud),
- vajaduse korral kättesaadavaks elektroonilises vormingus partnerite kanalite kaudu.

Flaier sisaldab lühikest kokkuvõtet:

- projekti põhjendused ja eesmärgid,
- põhitegevused ja oodatav mõju,
- konsortsiumi partnerlus,
- viited projekti kanalitele täiendava teabe saamiseks (veeb/sotsiaalmeedia).

Tulemuste staatus (1.–8. kuu):

Mõlemad materjalid viimistleti trükivalmis formaadis ja tehti kättesaadavaks kõikidele partneritele. Need toetavad projekti esimese etapi levitamisvajadusi ja pakuvad alusmallina tulevasteks kohandusteks partnerite keeltesse ja hilisemateks kampaaniaetappideks.



2.3 Videomaterjalid (4 Itaalias salvestatud mikroõppevideot – lingid)

Rakendamise esimese kaheksa kuu jooksul ja seoses WP2 suutlikkuse suurendamise tegevustega tootis konsortsium **neli lühikest mikroõppe videot**, mis salvestati **Itaalias**. Need videod on kavandatud **korduvkasutatavateks, praktilisteks õppe- ja teadlikkuse tõstmise vahenditeks**, mis toetavad nii sisemist personali koolitust kui ka tulevasi levitamismeetmeid WP5 raames.

Mikroõppevideote eesmärk

Mikroõppe formaat valiti, et:

- tõlkida projekti tugisüsteemi peamised protseduurilised elemendid **lihtsateks ja rakendatavateks juhisteks**;
- pakkuda lühikesi ja kättesaadavaid värskenduskursusi töötajatele ja mõjutajatele;
- toetada kordamist ja järjepidevust partnerite ja riikide vahel;
- võimaldada hilisemat integreerimist veebipõhisesse levitamisse, koolituskeskkondadesse ja teadlikkuse tõstmise kampaaniatesse.

Vorm ja omadused

Iga video peaks olema:

- **lühike (umbes 2–3 minutit),** et maksimeerida kättesaadavust ja taaskasutatavust,
- esitatud **rahuliku toon**iga **ja selge keelega**,
- keskenduma pigem juhendamisele kui teoreetilisele selgitusele,
- vastavuses projekti kättesaadavuse ja õigustepõhise lähenemisviisiga.

Tootud mikroõppe videod (1.–8. kuu)

Salvestati järgmised neli videoteemat:

1. **Video 1 – Psühholoogiline esmaabi (PFA) 60 sekundiga**

   Fookus: väga lihtne selgitus PFA peamiste sammude kohta, esitatud rahulikus ja kindlustunnet tekitavas stiilis.

   Facebook: https://www.facebook.com/share/v/1PTmDH1Yme/

   Instagram: https://www.instagram.com/reel/DUAsDJ2k0Zs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

2. **Video 2 – Ikoonivorm + volitatud isiku poolt teatamine: vältida tuleks järgmisi levinud vigu**

   Fookus: kuidas täita ikoonipõhist vormi õigesti, vältida peamisi vigu ning rõhutada nõusolekut ja andmete minimeerimist.

   Facebook: https://www.facebook.com/share/v/1BGeAWM8Jo/

   Instagram: https://www.instagram.com/reel/DUDwhd8DNBJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

3. **Video 3 – Tõendite kogum: minimaalne pakett (mida koguda / mida MITTE teha)** Fookus: milliseid tõendeid koguda (nt ekraanipildid, ajakava, lühikokkuvõte) ja mida vältida (nt failide muutmine, liigsete andmete kogumine).

   Facebook: https://www.facebook.com/reel/4345198762359748

   Instagram: https://www.instagram.com/reel/DUGARwVgqrv/

4. **Video 4 – AAC põhitõed: suhtlemine ja pingete leevendamine**

   Fookus: praktilised AAC põhimõtted (jah/ei kaardid, üks küsimus korraga, rahulik toon, „miks" küsimuste vältimine) suhtlemise toetamiseks ja eskaleerumise riski vähendamiseks.

   Facebook: https://www.facebook.com/reel/2317068918770525

   Instagram: https://www.instagram.com/reel/DUIRCQakeii/

Märkus avaldamise kohta

Käesoleva tulemuse esitamise ajal (1.–8. kuu aruanne) on lõplikud hostimisplatvormid ja URL-id konsolideerimisel. Seetõttu sisaldab aruanne **linkide asendusmärke**, mis asendatakse, kui videod on üles laaditud kokkulepitud levikanalisse (kanalitesse).

2.4 Füüsilise levitamise aruanne (mall ja M1–M8 aruandlusmeetod)

Kampaaniamaterjalide tootmise ja levitamise järjepideva dokumenteerimise tagamiseks koostas konsortsium **standardiseeritud füüsilise levitamise aruande malli**. See mall toetab:

- läbipaistvat aruandlust SYGMA-le,
- konsolideeritud partneritevahelist järelevalvet,
- auditeerimiseks valmis dokumentatsiooni,

- levitustegevuste järjepidevat koondamist eri riikides.

Malli ulatus ja sisu

Levitamise mall on loodud, et ühtsel viisil kajastada:

- materjali tüüp (nt rullplakat, flaier, elektrooniline PDF),
- keel ja formaat (trükitud / elektrooniline),
- toodetud ja levitatud kogused (ainult koondatud arvud),
- levitamise kontekst (üritus/asukoht/kanal),
- sihtrühma kategooria (nt personal, sidusrühmad, üldsus),
- viide tõendusmaterjalile (nt foto, päevakava, veebilehe URL).

Andmekaitse ja aruandluse põhimõte

Aruandlusmeetod on selgesõnaliselt **GDPR-ile vastav**:

- logisse ei salvestata isikuandmeid,
- jaotamine kajastatakse ainult **koondatud koguste** ja üldiste sihtrühmade kategooriate kaudu,
- tõendite viited dokumenteeritakse isikuid identifitseerimata.

M1–M8 aruandlusmeetod

Esimese kaheksa kuu jooksul keskendusid levitamistegevused peamiselt järgmisele:

- kampaania infrastruktuuri loomine (visuaalne identiteet ja kanalid),
- põhiliste trükiste (rullplakatid ja flaierid) tootmine,
- taaskasutatavate teadlikkuse tõstmise ja koolituse toetusmaterjalide (mikroõppe videod) ettevalmistamine.

Seetõttu eeldatakse, et füüsiline levitamine selles varases faasis on:

- piiratud ja peamiselt seotud sisemiste projektidega (nt kohtumised, koolitused) ja/või
- ettevalmistav (materjalid trükitakse ja tehakse kättesaadavaks eelseisvaks levitamiseks).

Käesolevas tulemuses sisalduv mall pakub partneritele struktureeritud mehhanismi, mille abil nad saavad esitada aruandeid:

- kõikidest tootmis- ja varajastest levitustest, mis on toimunud 1.–8. kuul, ja

- jätkata sama aruandlusstruktuuri ajakohastamist järgnevates perioodides, kui toimub laiem levitamine.

3. Kokkuvõte ja täiendavad levitamismeetmed, mis on registreeritud SYGMA-s (1.–8. kuu)

COMBATHATE projekti esimese kaheksa kuu jooksul keskendus konsortsium **tugeva ja ühtse aluse** loomisele **teadlikkuse tõstmiseks**, tootes kampaania põhivahendeid (visuaalse identiteedi vahendid, rullbänner ja flaier), aktiveerides digitaalseid kommunikatsioonikanaleid (partnerite veebilehed ja projekti sotsiaalmeedia) ning viies läbi varajasi avalikkusele suunatud teavitustegevusi. Selline esimese etapi lähenemisviis tagas projekti nähtavuse ja arusaadavuse kohalikele kogukondadele, sidusrühmadele ja riigiasutustele, samal ajal kui arendati välja meetme tehnilised alused (eelkõige WP2 tulemused).

Kuigi suuremahuline kampaania on kavandatud hilisematesse etappidesse, **hõlmasid kuud 1–8 juba rea konkreetseid kommunikatsioonitegevusi**, mis on registreeritud SYGMA-s rubriigis „ ” „Communication Activities” (teavitustegevused), mis näitab, et kommunikatsioon algas meetme alguses ja jätkus pidevalt koos tehnilise rakendamisega.

Allpool esitatud tegevused peegeldavad DEC-kavas kasutatud struktuuri (tegevuse nimi, kirjeldus, sihtrühm, kanal, tulemus, staatus). Kõik esitatud lingid on avalikud viited ega sisalda isikuandmeid.

3.1 Kokkuvõte: mida saavutati 8. kuu lõpuks

Esimese aruandeperioodi (1.–8. kuu) lõpuks saavutas konsortsium järgmised kommunikatsiooni- ja levitamistulemused:

- **Projekti identiteet ja ELi nähtavus** standardiseeriti kinnitatud logokomplekti ja ELi kaasrahastamise embleemi abil, mis võimaldasid ühtset brändingut kõigi partnerite ja materjalide puhul.
- Valmistati **praktilised levitamisvahendid** (rullbänner ja flaier), mida saab korduvalt kasutada projektiüritustel ja sidusrühmade kohtumistel.
- **Digitaalne nähtavuse infrastruktuur** loodi spetsiaalsete projektilehekülgede kaudu iga partneri veebisaidil ja ametlike projekti sotsiaalmeediakanalite kaudu.
- **Kogukonna varajane kaasamine ja teadlikkuse tõstmine** viidi ellu mitmete kohalike ürituste ja kultuurilise teavitustegevuse kaudu (eriti Itaalias MUSIKARTi kaudu) ning meedia ja uudiskirjade kaudu Eestis.

Need meetmed tugevdasid ühiselt projekti avalikku nähtavust ja valmistasid ette pinnase laiemaks kampaania käivitamiseks ja struktureeritud levitamiseks järgmistes etappides.

3.2 SYGMA raames rakendatud ja aruandes kajastatud kommunikatsioonitegevused (1.–8. kuu)

A) Digitaalsed kommunikatsioonikanalid: partnerite veebilehed

Kommunikatsioonitegevuse nimi: AMANITA veebisaidil asuv spetsiaalne projekti veebileht

- **Kirjeldus:** Leht loodi COMBATHATE, selle eesmärkide, partnerite ja käimasolevate tegevuste tutvustamiseks. (https://amanitaeesti.ee/combathate/)
- **Kes (sihtrühm):** kodanikud; riiklikud asutused; kohalikud asutused; kodanikuühiskond
- **Kuidas (kanal):** veebisait
- **Tulemus:** COMBATHATE nähtavuse suurenemine; sidusrühmad on informeeritud eesmärkidest, partneritest ja tegevustest.
- **Staatus:** käimas

Teabevahetuse tegevuse nimi: PROVISIONi veebisaidil asuv spetsiaalne projekti veebileht

- **Kirjeldus:** Leht loodud COMBATHATE, selle eesmärkide, partnerite ja käimasolevate tegevuste tutvustamiseks. (http://provisionbg.org/index.php/cerv/)
- **Kes:** Kodanikud; riiklikud asutused; kohalikud asutused; kodanikuühiskond
- **Kuidas:** veebisait
- **Tulemus:** Projekti nähtavuse ja kättesaadavuse suurenemine Bulgaarias.
- **Staatus:** käimas

Teabevahetus Tegevuse nimi: MUSIKARTi veebisaidil asuv spetsiaalne projekti veebileht

- **Kirjeldus:** Lehekülg loodud COMBATHATE tutvustamiseks, selle eesmärkide, partnerite ja käimasolevate tegevuste tutvustamiseks. (https://www.musikart.it/combathate)
- **Kes:** Kodanikud; riiklikud asutused; kohalikud asutused; kodanikuühiskond
- **Kuidas:** veebisait
- **Tulemus:** Suurem nähtavus ja teadlikkus Itaalias; juurdepääsupunkt projekti uuenduste jaoks.
- **Staatus:** käimas

Teabevahetus Tegevuse nimi: PUCK-i veebisaidil asuv spetsiaalne projekti veebileht

- **Kirjeldus:** Lehekülg loodud COMBATHATE tutvustamiseks, selle eesmärkide, partnerite ja käimasolevate tegevuste tutvustamiseks. (https://gliamicidipuck.org/combathate/)
- **Kes:** Kodanikud; riiklikud asutused; kohalikud asutused; kodanikuühiskond
- **Kuidas:** veebisait
- **Tulemus:** Suurem nähtavus ja sidusrühmade juurdepääs projekti teabele.
- **Staatus:** käimas

Kommunikatsioonitegevuse nimi: Nooruse Maja veebisaidil asuv spetsiaalne projekti veebileht

- **Kirjeldus:** Lehekülg loodud COMBATHATE tutvustamiseks, selle eesmärkide, partnerite ja käimasolevate tegevuste tutvustamiseks. (https://www.noorusemaja.ee/en/cerv/)
- **Kes:** Kodanikud; riiklikud asutused; kohalikud asutused; kodanikuühiskond
- **Kuidas:** veebisait
- **Tulemus:** Suurem nähtavus Eestis ja sidusrühmade teadlikkuse tõus.
- **Staatus:** käimas

B) Projekti sotsiaalmeediakanalid

Kommunikatsioonitegevuse nimi: COMBATHATE sotsiaalmeedia (Facebook ja Instagram)

- **Kirjeldus:** Spetsiaalsed Facebooki ja Instagrami leheküljed, kus avaldatakse projekti uudiseid, üritusi ja teadlikkust tõstvaid andmeid, et kaasata kodanikke, ametiasutusi ja kodanikuühiskonda.
    - Instagram: https://www.instagram.com/combathate_ue/
    - Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=61578210119624
- **Kes:** Kodanikud; riiklikud ametiasutused; kohalikud ametiasutused; kodanikuühiskond; muud sidusrühmad
- **Kuidas:** Sotsiaalmeedia
- **Tulemus:** Pidev nähtavus ja teavitustöö; suurenenud üldsuse teadlikkus; kogukonna kaasatus projekti eesmärkide saavutamisse.
- **Staatus:** käimas

C) Kohalikud teadlikkuse tõstmise üritused ja teavitustegevused (Itaalia – MUSIKART)

Kommunikatsioonitegevuse nimi: Kohalik üritus San Cosmo Albanese'is – MUSIKART

- **Kirjeldus:** Teadlikkuse tõstmise üritus COMBATHATE ja selle eesmärkide tutvustamiseks (psühholoogiline/õiguslik tugi, koostöö ametiasutustega, avalikkuse teadlikkus). Suurendatud sotsiaalmeedia kaudu.

  Link:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0hiKtvS9v1H3Yyp4ExUGYLvjEmF6dPb9fMtAkhHpv6v8ci7ngSKS4cYVHNAyd622kl&id=61578210119624

- **Kes:** kodanikud; kohalikud omavalitsused; kodanikuühiskond
- **Kuidas:** üritus
- **Tulemus:** COMBATHATE nähtavuse suurendamine; teadlikkuse tõstmine; kaasatuse ja dialoogi edendamine.
- **Staatus:** Teostatud

Kommunikatsioonitegevuse nimi: Kohalik teadlikkuse tõstmise üritus Calopezzatis – MUSIKART

- **Kirjeldus:** Teadlikkuse tõstmise üritus, mille eesmärk oli tutvustada COMBATHATE'i ja tõsta teadlikkust vaimse puudega inimeste vastu suunatud vihakõnest; rõhutati partnerite rolle ja panust.

  Link:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid02fqmewm3mmgB4fuapqkaE7mtNLujZMwFWs5MStSQjMiuaxDSPKHoFfdneZ2NFKTikl&id=61578210119624

- **Kes:** kodanikud; kohalikud omavalitsused; piirkondlikud omavalitsused; kodanikuühiskond
- **Kuidas:** üritus
- **Tulemus:** Suurenenud kohalik teadlikkus ja tundlikkus; konsortsiumi nähtavuse suurenemine; tugevnenud solidaarsus.
- **Staatus:** Teostatud

Teabevahetus Tegevuse nimi: Kohaliku teadlikkuse tõstmise üritus Plataci linnas – MUSIKART

- **Kirjeldus:** Teadlikkuse tõstmise üritus COMBATHATE tutvustamiseks ning kaasatuse, väärikuse ja koostöö edendamiseks institutsioonide ja kodanikuühiskonna vahel.
  Link:

https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1221235973309403 37&id=61578210119624&ref=embed_post

- **Kes:** Kodanikud; kohalikud omavalitsused; piirkondlikud omavalitsused; kodanikuühiskond
- **Kuidas:** üritus
- **Tulemus:** Suurenenud nähtavus; tõstetud teadlikkus; edendatud kaasatus ja solidaarsus.
- **Staatus:** Teostatud

Kommunikatsioonitegevuse nimi: Kohalik üritus Santa Sofia d'Epiros – MUSIKART

- **Kirjeldus:** Kohalik teadlikkuse tõstmise üritus, mille eesmärk oli tutvustada COMBATHATE'i ja tõsta teadlikkust vihkamiskõnest, diskrimineerimisest ja kaasatusest; üritust reklaamiti MUSIKARTi sotsiaalmeedias.
  Link:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid07Q5gh1s7PzZ6Jki9ZPRe5JhkzU7UmYoH8d4Z7xW2AuLHMH2phanVt54uaNBSSrskl&id=61578210119624
- **Kes:** Kodanikud; Kohalikud omavalitsused; Piirkondlikud omavalitsused; Kodanikuühiskond
- **Kuidas:** üritus
- **Tulemus:** Suurem nähtavus Calabrias; tugevdatud kogukonna teadlikkus; kaasatud kodanikud ja ametiasutused.
- **Staatus:** Teostatud

Kommunikatsioonitegevuse nimi: COMBATHATE Tarantarsia festivalil – MUSIKART

- **Kirjeldus:** COMBATHATE tutvustamine 17. Tarantarsia festivalil, mis edendab rahu, solidaarsust ja kaasatust; teavitustegevuse laiendamine sotsiaalmeedia kaudu.
  Link:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0qesAD5sWwMaBoM9aoLDJUUJNB57ra2G9Uo8y9YZzAuAEFycCqJ4FPBozY8So9K5Ul&id=61578210119624
- **Kes:** kodanikud; kohalikud omavalitsused; piirkondlikud omavalitsused; kodanikuühiskond
- **Kuidas:** Üritus
- **Tulemus:** jõuti suure publikuni; tugevdati nähtavust; edendati diskrimineerimisvastast dialoogi.

- **Staatus:** Teostatud

Kommunikatsioonitegevuse nimi: Kohalik üritus Cassano All'Ionio – MUSIKART

- **Kirjeldus:** Kohalik üritus COMBATHATE eesmärkide edendamiseks ja teadlikkuse tõstmiseks vihkamiskõnest/vihkamisest; jagati sotsiaalmeedias.
  Link:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0F2voxqKDwK9CwiktTbBewk9bxnHxUZ2rxAdJyD6hpZ8HsgsXdNujYj2F1wtX7Nf4l&id=61578210119624

- **Kes:** kodanikud; kohalikud omavalitsused; piirkondlikud omavalitsused; kodanikuühiskond

- **Kuidas:** üritus

- **Tulemus:** kohaliku teadlikkuse ja kaasatuse suurendamine; solidaarsuse tugevdamine; veebipõhise teavitustegevuse laiendamine.

- **Staatus:** Teostatud

Kommunikatsioonitegevuse nimi: Kohalik teadlikkuse tõstmise üritus Cropalatis – MUSIKART

- **Kirjeldus:** Kohalik üritus COMBATHATE missiooni tutvustamiseks; partnerorganisatsioonide ja täiendavate rollide tutvustamine.

  Link:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0HifMqqZqnj3doZkUxz8RjB5ZfeKvAd38U19uJ9RkYJQkC19uwLzSjZWZmnVCxr1wl&id=61578210119624

- **Kes:** Kodanikud; Kohalikud omavalitsused; Piirkondlikud omavalitsused; Kodanikuühiskond

- **Kuidas:** üritus

- **Tulemus:** Suurenenud teadlikkus; konsortsiumi nähtavuse paranemine; kohaliku kaasatuse tugevnemine.

- **Staatus:** Teostatud

Kommunikatsioonitegevuse nimi: Kohalik üritus San Demetrio Corones – MUSIKART

- **Kirjeldus:** Teadlikkuse tõstmise üritus COMBATHATE tutvustamiseks ja kogukonna kaasatuse edendamiseks; kutsuti kodanikke jälgima projekti uudiseid ja levitama kaasatuse sõnumeid.
  Link:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0Mdi7Fx2C2gbGCkdEYCnpiFabznGVm6VG1GGWweHpRg7mGs7UjxaqjDzCjVAyVkwTl&id=61578210119624

- **Kes:** kodanikud; kohalikud omavalitsused; piirkondlikud omavalitsused; kodanikuühiskond
- **Kuidas:** üritus
- **Tulemus:** teadlikkuse tõstmine; kodanike osalemise edendamine; projekti eesmärkide nähtavuse suurendamine.
- **Staatus:** Teostatud

Teabevahetus Tegevuse nimi: Kohalik teadlikkuse tõstmise üritus Montegiordanos – MUSIKART

- **Kirjeldus:** Teadlikkuse tõstmise üritus, mille eesmärk oli tutvustada COMBATHATE projekti, rõhutada vihakõne ja vihakuritegude ohtusid ning edendada kaasatust ja solidaarsust; jagati sotsiaalmeedias.

  Link: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0rpuMhM57K7reCfhtQEDKyw3VRPoQwq6LQu4hmHfd1EWhBsKQDoEM3DXREpJippCtl&id=61578210119624
- **Kes:** kodanikud; kohalikud omavalitsused; piirkondlikud omavalitsused; kodanikuühiskond
- **Kuidas:** üritus
- **Tulemus:** suurenenud kogukonna teadlikkus; tugevnenud solidaarsus; kodanike ja ametiasutuste kaasamine dialoogi.
- **Staatus:** Teostatud

D) Eesti – meedia, uudiskiri ja sidusrühmade kaasamine

Kommunikatsioonitegevuse nimi: Artikkel CERV Eesti ametlikul veebisaidil

- **Kirjeldus:** CERV Eesti veebisaidil avaldatud riiklik artikkel, milles tutvustatakse COMBATHATE käivitamist ja eesmärke.

  Link: https://kysk.ee/parnu-vabauhendus-toi-eestisse-euroopa-rahastuse-vaenukone-vastaseks-tegevuseks/
- **Kes:** teadusringkonnad; ELi institutsioonid; kodanikud; riiklikud asutused; kohalikud asutused
- **Kuidas:** veebisait (institutsiooniline artikkel)

- **Tulemus:** Suurenenud nähtavus riiklikul/ELi tasandil; suurenenud teadlikkus kodanike ja poliitikakujundajate seas.
- **Staatus:** Teostatud

Teabevahetuse tegevuse nimi: Artikkel Eesti ajalehes – RNUN

- **Kirjeldus:** Intervjuu artikkel Eesti meedias, milles tutvustatakse COMBATHATE projekti, tõstetakse teadlikkust deinstitutsionaliseerimisest ja stigmatiseerimisest ning toetatakse nähtavust.
  Link: https://tinyurl.com/yu4uxsd6
- **Kes:** Kodanikud; kodanikuühiskond
- **Kuidas:** Meediaartikkel
- **Tulemus:** Suurendati teadlikkust vihakuritegudest ja stigmatiseerimisest; parandati projekti eesmärkide nähtavust.
- **Staatus:** Teostatud

Kommunikatsioonitegevuse nimi: COMBATHATE FIRST uudiskiri

- **Kirjeldus:** Nooruse Maja poolt välja antud kaks uudiskirja, et teavitada huvirühmi projekti eesmärkidest, riikidevahelistest tegevustest, tulemustest ja eelseisvatest tegevustest. Uudiskiri 1:

  https://drive.google.com/file/d/1DtIhOy8rlYkADHcanOJYj76jjH9UdlkG/view?usp=drive_link

  Uudiskiri 2:

  https://drive.google.com/file/d/1VIrKEWd_TEug6jTktrgGRaDNhDd7LHd-/view
- **Kes:** teadusringkonnad; kodanikud; riiklikud asutused; kohalikud asutused; kodanikuühiskond
- **Kuidas:** Uudiskiri
- **Tulemus:** Suurem nähtavus ja kaasatus; teavitati sidusrühmi eesmärkidest, tulemustest ja osalemisvõimalustest.
- **Staatus:** Teostatud

Kommunikatsioonitegevuse nimi: Elav raamatukogu – KAI inspiratsiooni päev, Pärnu

- **Kirjeldus:** Osalemine KAI inspiratsioonipäeval, kasutades „elava raamatukogu" formaati, et tutvustada COMBATHATE projekti ja edendada dialoogi stereotüüpide ja stigma teemal; esile tõsteti projekti vahendeid/võrgustikke.

  Link: https://www.noorusemaja.ee/en/17092025/

- **Kes:** riiklikud asutused; kohalikud asutused; piirkondlikud asutused
- **Kuidas:** Üritus
- **Tulemus:** Suurendas ametiasutuste teadlikkust; soodustas dialoogi; tugevdas COMBATHATE tunnustamist professionaalse ja kogukonna vahendina.
- **Staatus:** Teostatud

3.3 Lõplik järeldus D5.2 kohta (1.–8. kuu)

Kokkuvõttes dokumenteerib D5.2, et 1.–8. kuu jooksul tootis projekt mitte ainult kampaania põhivahendeid (visuaalse identiteedi vahendid, roll-up, flaierid ja mikroõppe videod), vaid algatas ja rakendas ka olulisi levitamistegevusi veebisaitide, sotsiaalmeedia, kohalike kogukonnaürituste, institutsiooniliste artiklite, meedia teavitustöö ja uudiskirja kaudu. **Materjalide tootmise** ja **aktiivse kommunikatsiooni** kombinatsioon kinnitab, et projekt saavutas varakult nähtavuse ja sidusrühmade kaasatuse, luues tugeva aluse järgmistele kampaaniaetappidele, kus levitamise intensiivsus ja avalikkuse ulatus eeldatavasti suurenevad.

Co-funded by the European Union

D5.2 – МАТЕРИАЛИ ЗА КАМПАНИИ



COMBATHATE

COMBATING HATE SPEECH AND HATE CRIMES AGAINST INDIVIDUALS WITH MENTAL DISABILITIES.

Финансирано от Европейския съюз. Изразените възгледи и мнения обаче са само на автора(ите) и не е задължително да отразяват тези на Европейския съюз или Европейската комисия. Нито Европейският съюз, нито предоставящият орган могат да бъдат държани отговорни за тях.

ЗА ПРОЕКТА

ИМЕ НА ПРОЕКТА

COMBATHATE (Борба с речта на омразата и престъпленията от омраза срещу лица с психични увреждания)

НОМЕР НА ПРОЕКТ

101205522

ПРОГРАМА НА ЕС

Граждани, равенство, права и ценности (CERV)

ЗАЩО ТОЗИ ПРОЕКТ?

Хората с психични увреждания често се сблъскват с реч на омразата и престъпления от омраза, които подкопават тяхното достойнство, безопасност и благополучие. COMBATHATE се стреми да се справи с това предизвикателство чрез разработване на персонализирани системи за подкрепа, повишаване на обществената осведоменост и укрепване на сътрудничеството между гражданското общество и публичните органи (включително правоприлагащите органи).

Тази публикация е лицензирана под Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

КОНСОРЦИУМ НА ПРОЕКТА

Съдържание

1. Цел и обхват на резултата (месеци 1–8) **1**

2. Общ преглед на изготвените материали за кампанията (месеци 1–8) **2**

2.1 Визуални елементи на идентичността 3

2.2 Печатни материали (рол-ъп и флаер) 4

2.3 Видео материали (4 микро-обучителни видеоклипа, записани в Италия) 8

2.4 Доклад за физическото разпространение (шаблон и подход за докладване M1–M8) 10

3. Заключение и допълнителни действия за разпространение, записани в SYGMA 11

3.1 Обобщение: Какво беше постигнато до края на 8-ия месец 12

3.2 Комуникационни дейности, изпълнени и отчетени в SYGMA (месеци 1–8) 12

3.3 Окончателно заключение за D5.2 (месеци 1–8) 20

1. Цел и обхват на резултата (месеци 1–8)

Доклад **D5.2 – Материали за кампанията** събира и представя **материалите за кампанията и комуникацията, създадени през първите осем месеца** от проекта COMBATHATE. Целта на този доклад е да предостави структуриран, проверим отчет за **конкретните резултати от повишаването на осведомеността**, постигнати в началната фаза на действието, като се гарантира **видимостта на ЕС**, ранното осведомяване на заинтересованите страни и готовността за по-широко разпространение в следващите етапи на проекта.

Обхватът на D5.2 за отчетния период **от 1-ви до 8-ми месец** се фокусира върху създаването на основната инфраструктура на кампанията и основните материали на проекта, включително:

- съгласувана и разпознаваема **визуална идентичност** (комплект логотипи на проекта и емблема за съфинансиране от ЕС);
- **печатни и дисплейни материали** за подпомагане на видимостта при проектни дейности, срещи и контакти със заинтересовани страни;
- **материали за микрообучение, които могат да се използват многократно,** свързани с изграждането на капацитет по WP2 (представени с място за линкове, които да се вмъкнат, след като URL адресите на публикациите станат достъпни);
- активиране на основни **онлайн канали за комуникация** (уебстраници на партньорите и социални медии на проекта), осигуряващи достъпна публична информация и последователни съобщения за проекта;
- стандартизирана **рамка за отчитане на физическото разпространение,** за да се документира използването и разпространението на материалите по агрегиран и съобразен с GDPR начин.

Този резултат се представя в **електронен формат,** подходящ за физическо разпространение. Той е класифициран като **ПУБЛИЧЕН**, тъй като не съдържа чувствителни лични данни и има за цел да подкрепи прозрачността и разпространението на мисията и дейностите на проекта.

Онлайн канали за комуникация, създадени през месеците 1–8

Като част от първата фаза на разпространение и популяризиране, консорциумът гарантира, че информацията за проекта е достъпна както чрез уебсайтовете на партньорите, така и чрез специални канали в социалните медии.

Създадени и/или активирани уебстраници на партньорите по проекта (месеци 1–8):

- **MUSIKART:** https://www.musikart.it/combathate

- **PUCK:** https://gliamicidipuck.org/combathate/
- **AMANITA:** https://amanitaeesti.ee/combathate/
- **PROVISION:** http://provisionbg.org/index.php/cerv/
- **NOORUSE MAJA:** https://www.noorusemaja.ee/en/cerv/

Тези уебстраници осигуряват стабилни, хоствани от партньорите входни точки за проекта, като обикновено включват информация за целите, партньорството, референцията за финансиране от ЕС и актуализации за дейностите и резултатите.

Създадени/използвани канали на проекта в социалните медии (месеци 1–8):

- **Instagram:** https://www.instagram.com/combathate_ue/
- **Facebook:** https://www.facebook.com/people/Combathate/61578210119624/

Тези канали подпомагат по-широкото достигане, навременните актуализации и ангажираността с по-широка аудитория, като допълват уебсайтовете на партньорите и печатните материали.

Изясняване на обхвата

За месеци 1–8, D5.2 консолидира съществуването и наличността на активи и канали на кампанията. Въпреки че каналите на проекта в социалните медии бяха създадени и използвани през този период, консорциумът **не** включва в този резултат отделен „пакет с съдържание за социални медии“ или архив на публикации; вместо това, D5.2 се фокусира върху основните материали на кампанията и базовата комуникационна инфраструктура, позволяваща по-късно провеждането на широкомащабни дейности за повишаване на осведомеността.

Като цяло, материалите за кампанията и комуникационните канали, документирани в този резултат, допринасят за постигането на целите на проекта, като:

- осигуряване на видимост на финансираната от ЕС дейност в ранния етап,
- установяване на последователна идентичност и послания на проекта,
- позволяват структурирано разпространение на резултатите с напредъка на WP2 и следващите работни пакети.

2. Преглед на произведените материали за кампанията (месеци 1–8)

През първите осем месеца от проекта консорциумът даде приоритет на производството на **основни материали за кампанията**, необходими за осигуряване на последователна визуална идентичност, незабавна видимост на дейностите по проекта и готовност за по-

широко разпространение в по-късните фази. Резултатите от кампанията, постигнати през този период, се фокусират върху две основни области:

- **Визуални идентичности**, осигуряващи последователен брандинг и пълно съответствие с изискванията на ЕС за видимост във всички комуникации на партньорите;
- **Печатни и дисплейни материали**, които позволяват практическо разпространение и видимост по време на срещи, обучения и дейности за ангажиране на заинтересованите страни.

Материалите, произведени през месеците 1–8, са събрани в този доклад и са предоставени в **електронен формат**, като при необходимост са включени и **файлове, готови за печат**.

2.1 Визуални елементи на идентичността (комплект лого на проекта + лого на съфинансиране от ЕС)

Ключово постижение през месеците 1–8 беше консолидирането на **пакета за визуална идентичност** на проекта, което гарантира, че всички партньори комуникират COMBATHATE с последователна и разпознаваема марка.





Включени активи за визуална идентичност:

- **Логото на проекта COMBATHATE**, предоставено в няколко валидирани варианта, за да поддържа различни комуникационни контексти (например светъл/тъмен фон, хоризонтално/вертикално оформление и опростени версии на иконите, където е приложимо). Тези варианти гарантират правилното използване в:
  - печатни материали (листовки, плакати, ролкови банери),
  - презентации и материали за обучение,

- уеб страници на партньорите и цифрови публикации,
- аудиовизуални/видео наслагвания, където е уместно.

- Официалният **емблема на съфинансиране от ЕС** („Съфинансирано от Европейския съюз“), предоставена във формат, подходящ за включване както в цифрови, така и в печатни материали.

Цел и употреба:

Тези материали представляват основата за всички материали на кампанията, като гарантират:

- **съгласуваност на брандинга** в различните страни и партньорски организации;
- **признание и доверие** сред заинтересованите страни и целевите аудитории;
- пълно съответствие с **правилата на ЕС за видимост**, включително правилно посочване на финансирането от ЕС в публичните резултати.

Статус на резултатите (месеци 1–8):

Ресурсите за визуална идентичност бяха финализирани и предоставени на всички партньори за използване в комуникационните канали и материалите за кампанията, включени в този резултат.

2.2 Печатни материали (рол-ъп и флаер)

През месеци 1–8 консорциумът изготви два основни печатни продукта за кампанията, предназначени да подпомогнат видимостта на проекта и да предоставят кратка информация за проекта на заинтересованите страни и обществеността:

а) Рол-ъп банер (80×100 cm)

Формат: PDF, готов за печат (материал за излагане)

Функция: Висока видимост при:

- срещи по проекта,
- транснационални обучения,
- събития за заинтересовани страни,
- сесии за разпространение.

Рол-ъпът предоставя незабавна „с един поглед“ презентация на:

- наименование и основна цел на проекта,
- основна тематична насоченост (борба с речта на омразата и престъпленията от омраза срещу лица с психични увреждания),
- идентичността на консорциума,
- елементи за видимост на ЕС.

Този материал е предназначен за многократна употреба като инструмент за видимост през целия жизнен цикъл на проекта, подпомагащ непрекъснатостта и признанието.

COMBATHATE

COMBATING HATE SPEECH AND HATE CRIMES
AGAINST INDIVIDUALS WITH MENTAL DISABILITIES.

NOORUSE MAJA
ROHELINE 1B, PÄRNU, EESTI

AMANITA

ASSOCIAZIONE
Gli Amici di PUCK

PRVISION

MUSIKART
ASSOCIAZIONE CULTURALE

Combathate

@combathate_ue

Co-funded by
the European Union

б) Флаер (А4)

Формат: PDF, готов за печат (материал за раздаване)
Функция: Кратък информационен инструмент, предназначен за широката публика, който се раздава

- разпространяван по време на дейностите по проекта,
- споделяне със заинтересованите страни (услуги, институции, мрежи),
- предоставяне в електронен формат чрез каналите на партньорите, когато е уместно.

Флаерът предоставя кратко резюме на:

- обосновка и цели на проекта,
- основните дейности и очакваното въздействие,
- партньорството в консорциума,
- препратки към каналите на проекта за допълнителна информация (уеб/социални медии).

Статус на резултатите (месеци 1–8):

И двата материала бяха финализирани в готов за печат формат и са на разположение на всички партньори. Те подпомагат нуждите от разпространение на проекта на първия етап и предоставят основен шаблон за бъдещи адаптации на езиците на партньорите и за по-късни фази на кампанията.



2.3 Видеоматериали (4 микроучебни видеоклипа, записани в Италия – място за линкове)

През първите осем месеца от изпълнението и във връзка с дейностите за изграждане на капацитет по WP2, консорциумът произведе набор от **четири кратки микроучебни видеоклипа**, записани в **Италия**. Тези видеоклипове са проектирани като **многократно използваеми, практични ресурси за обучение и осведомяване**, подпомагащи както вътрешното обучение на персонала, така и бъдещи действия за разпространение по WP5.

Цел на микроучебните видеоклипове

Форматът на микрообучението беше избран, за да:

- превърне ключовите процедурни елементи на системата за подкрепа на проекта в **прости, приложими насоки**;
- предостави кратки и достъпни опреснителни материали за персонала и мултипликаторите;
- подкрепи възпроизвеждането и последователността между партньорите и страните;
- да се позволи по-късна интеграция в онлайн разпространение, обучителни среди и кампании за повишаване на осведомеността.

Формат и характеристики

Всяко видео трябва да бъде:

- **кратко (приблизително 2–3 минути),** за да се максимизира достъпността и възможността за повторна употреба,
- да бъде представено с **спокоен тон и ясен език**,
- фокусирано върху „как да“ насоки, а не върху теоретични обяснения,
- съобразено с достъпността на проекта и подхода, основан на правата.

Произведени микро-учебни видеоклипове (месеци 1–8)

Бяха записани следните четири видеоклипа:

1. **Видео 1 – Психологическа първа помощ (ППП) за 60 секунди**

   Фокус: много просто обяснение на основните стъпки на ППП, представено в спокоен, успокояващ стил.

Facebook: https://www.facebook.com/share/v/1PTmDH1Yme/

Instagram: https://www.instagram.com/reel/DUAsDJ2k0Zs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

2. **Видео 2 – Формуляр с икони + Докладване от пълномощник: често срещани грешки, които трябва да се избягват**

   Фокус: как да попълните правилно формуляра с икони, ключови грешки, които трябва да се избягват, и акцент върху съгласието и минимизирането на данните.

   Facebook: https://www.facebook.com/share/v/1BGeAWM8Jo/

   Instagram: https://www.instagram.com/reel/DUDwhd8DNBJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

3. **Видео 3 – Пакет с доказателства: минимален пакет (какво да събирате / какво НЕ трябва да правите)**

   Фокус: какви доказателства да събирате (например екранни снимки, хронология, кратко резюме) и какво да избягвате (например промяна на файлове, събиране на прекалено много данни).

   Facebook: https://www.facebook.com/reel/4345198762359748

   Instagram: https://www.instagram.com/reel/DUGARwVgqrv/

4. **Видео 4 – Основи на ААК: комуникация и деескалация**

   Фокус: практически принципи на ААС (карти с „да“/„не“, по един въпрос наведнъж, спокоен тон, избягване на въпроси с „защо“) за подпомагане на комуникацията и намаляване на риска от ескалация.

   Facebook: https://www.facebook.com/reel/2317068918770525

   Instagram: https://www.instagram.com/reel/DUIRCQakeii/

Забележка относно публикуването

Към момента на подаване на този доклад (отчет за месеците 1–8) окончателната платформа за хостинг и URL адресите са в процес на консолидиране. Поради това докладът включва **заместващи линкове**, които ще бъдат заменени, след като видеоклиповете бъдат качени в договорените канали за разпространение.

2.4 Доклад за физическото разпространение (шаблон и подход за отчитане за M1–M8)

За да се гарантира последователна документация на производството и разпространението на материалите за кампанията, консорциумът подготви **стандартизиран шаблон за доклад за физическото разпространение**. Този шаблон подкрепя:

- прозрачно отчитане за SYGMA,
- консолидиран мониторинг между партньорите,
- документация, готова за одит,
- последователно обобщаване на дейностите по разпространение в различните страни.

Обхват и съдържание на шаблона

Шаблонът за разпространение е проектиран да улавя по хармонизиран начин:

- типа на материала (например, ролка, листовка, електронен PDF),
- език и формат (печатен/електронен),
- произведените и разпространени количества (само обобщени цифри),
- контекст на разпространение (събитие/място/канал),
- категория на целевата аудитория (например персонал, заинтересовани страни, широка общественост),
- позоваване на подкрепящи доказателства (например снимка, дневен ред, URL адрес на уеб страница).

Принцип за защита на данните и отчитане

Подходът за отчитане е изрично **съобразен с Общия регламент за защита на данните (GDPR)**:

- в регистъра не се записват лични данни,
- разпространението се отразява само чрез **обобщени количества** и общи категории аудитория,
- позоваванията на доказателства се документират, без да се идентифицират лица.

Подход за отчитане M1–M8

През първите осем месеца дейностите по разпространението се фокусираха предимно върху:

- създаване на инфраструктура за кампанията (визуална идентичност и канали),
- изготвяне на основни печатни материали (ролкови банери и листовки),
- подготовка на ресурси за повишаване на осведомеността и подкрепа на обучението, които могат да се използват многократно (видеоклипове за микрообучение).

Следователно се очаква физическото разпространение през тази ранна фаза да бъде:

- ограничено и свързано главно с вътрешни контексти на проекта (например срещи, обучения) и/или
- подготвителна (материалите са отпечатани и са на разположение за предстоящо разпространение).

Шаблонът, включен в този резултат, предоставя структуриран механизъм за партньорите да докладват:

- всяка продукция и ранна дистрибуция, извършена през месеците 1–8, и
- да продължат да актуализират същата структура на отчитане в следващите периоди, когато се осъществява по-широко разпространение.

3. Заключение и допълнителни действия по разпространение, регистрирани в SYGMA (месеци 1–8)

През първите осем месеца от COMBATHATE консорциумът се съсредоточи върху изграждането на **силна и последователна основа за повишаване на осведомеността** чрез създаване на основни материали за кампанията (визуални елементи, банер и листовка), активиране на цифрови канали за комуникация (уеб страници на партньорите и социални медии на проекта) и провеждане на ранни дейности за достигане до обществеността. Този подход в първата фаза гарантира, че проектът стана видим и разбираем за местните общности, заинтересованите страни и публичните власти, докато се разработваха техническите основи на действието (по-специално резултатите от WP2).

Въпреки че мащабното разгръщане на кампанията е планирано за по-късни етапи, **месеците 1–8 вече включваха набор от конкретни комуникационни дейности**, които бяха записани в SYGMA под „ “ „Communication Activities“ („Комуникационни дейности“), което показва, че комуникацията започна в началото на действието и продължи непрекъснато успоредно с техническото изпълнение.

Дейностите по-долу отразяват същата структура, използвана в плана на DEC (наименование на дейността, описание, целева аудитория, канал, резултат, статус). Всички предоставени връзки са публични препратки и не съдържат лични данни.

3.1 Обобщение: Какво беше постигнато до края на 8-ия месец

До края на първия отчетен период (месеци 1–8) консорциумът постигна следните резултати в областта на комуникацията и разпространението:

- **Идентичността на проекта и видимостта на ЕС** бяха стандартизирани чрез валидирания набор от лога и емблемата за съфинансиране от ЕС, което позволи последователно брандиране на всички партньори и материали.
- Бяха произведени **практични инструменти за разпространение** (рол-ъп банер и флаер) и подготвени за многократна употреба при събития по проекта и срещи със заинтересовани страни.
- Беше създадена **инфраструктура за цифрова видимост** чрез специални уебстраници на проекта на уебсайта на всеки партньор и чрез официалните канали на проекта в социалните медии.
- **Ранното ангажиране и осведомяване на общността** беше реализирано чрез поредица от местни събития и културни дейности (особено в Италия чрез MUSIKART), както и чрез медийни публикации и бюлетини в Естония.

Тези действия колективно засилиха публичното присъствие на проекта и подготвиха почвата за по-широко разгръщане на кампанията и структурирано разпространение в следващите фази.

3.2 Комуникационни дейности, реализирани и отчетени в SYGMA (месеци 1–8)

А) Дигитални комуникационни канали: уебстраници на партньорите

Наименование на комуникационната дейност: Специална уебстраница на проекта на уебсайта на AMANITA

- **Описание:** Страница, създадена за представяне на COMBATHATE, неговите цели, партньори и текущи дейности. (https://amanitaeesti.ee/combathate/)
- **Кой (целева аудитория):** Граждани; Национални власти; Местни власти; Гражданско общество
- **Как (канал):** уебсайт
- **Резултат:** Повишена видимост на COMBATHATE; заинтересованите страни са информирани за целите, партньорите и дейностите.
- **Статус:** В процес

Наименование на комуникационната дейност: Специална уеб страница на проекта на уебсайта на PROVISION

- **Описание:** Страница, създадена за представяне на COMBATHATE, неговите цели, партньори и текущи дейности. (http://provisionbg.org/index.php/cerv/)
- **Кой:** Граждани; Национални власти; Местни власти; Гражданско общество
- **Как:** Уебсайт
- **Резултат:** Повишена видимост и достъп до информация за проекта в България.
- **Статус:** В процес

Наименование на комуникационната дейност: Специална уеб страница на проекта на уебсайта на MUSIKART

- **Описание:** Страница, създадена с цел представяне на COMBATHATE, неговите цели, партньори и текущи дейности. (https://www.musikart.it/combathate)
- **Кой:** Граждани; Национални власти; Местни власти; Гражданско общество
- **Как:** Уебсайт
- **Резултат:** Повишена видимост и осведоменост в Италия; точка за достъп до актуална информация за проекта.
- **Статус:** В процес

Наименование на комуникационната дейност: Специална уеб страница на проекта на уебсайта на PUCK

- **Описание:** Страница, създадена с цел представяне на COMBATHATE, неговите цели, партньори и текущи дейности. (https://gliamicidipuck.org/combathate/)
- **Кой:** Граждани; национални власти; местни власти; гражданско общество
- **Как:** Уебсайт
- **Резултат:** Повишена видимост и достъп на заинтересованите страни до информация за проекта.
- **Статус:** В процес

Наименование на комуникационната дейност: Специална уеб страница на проекта на уебсайта Nooruse Maja

- **Описание:** Страница, създадена с цел представяне на COMBATHATE, неговите цели, партньори и текущи дейности. (https://www.noorusemaja.ee/en/cerv/)
- **Кой:** Граждани; Национални власти; Местни власти; Гражданско общество
- **Как:** Уебсайт
- **Резултат:** Повишена видимост в Естония и подобрена осведоменост на заинтересованите страни.
- **Статус:** В процес на изпълнение

Б) Канали на проекта в социалните медии

Наименование на комуникационната дейност: COMBATHATE в социалните медии (Facebook и Instagram)

- **Описание:** Специални страници във Facebook и Instagram, актуализирани с новини за проекта, събития и информация за повишаване на осведомеността, с цел ангажиране на гражданите, властите и гражданското общество.
    - Instagram: https://www.instagram.com/combathate_ue/
    - Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=61578210119624
- **Кой:** Граждани; Национални власти; Местни власти; Гражданско общество; Други заинтересовани страни
- **Как:** Социални медии
- **Резултат:** Непрекъсната видимост и обхват; повишена обществена осведоменост; ангажираност на общността с целите на проекта.
- **Статус:** В процес

В) Местни събития за повишаване на осведомеността и действия за достигане до по-широка аудитория (Италия – MUSIKART)

Наименование на комуникационната дейност: Местно събитие в Сан Космо Албанезе – MUSIKART

- **Описание:** Събитие за повишаване на осведомеността с цел представяне на COMBATHATE и неговите цели (механизми за психологическа/правна подкрепа,

сътрудничество с властите, осведоменост на обществеността). Разпространено чрез социалните медии.

Връзка: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0hiKtvS9v1H3Yyp4ExUGYLvjEmF6dPb9fMtAkhHpv6v8ci7ngSKS4cYVHNAyd622kl&id=61578210119624

- **Кой:** Граждани; Местни власти; Гражданско общество
- **Как:** Събитие
- **Резултат:** Повишена видимост на COMBATHATE; повишена осведоменост; насърчаване на включването и диалога.
- **Статус:** Изпълнено

Наименование на комуникационната дейност: Местно събитие за повишаване на осведомеността в Калопецати – MUSIKART

- **Описание:** Събитие за повишаване на осведомеността с цел представяне на COMBATHATE и повишаване на осведомеността относно речта на омразата срещу хора с психични увреждания; подчертаване на ролята и приноса на партньорите. Връзка: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid02fqmewm3mmgB4fuapqkaE7mtNLujZMwFWs5MStSQjMiuaxDSPKHoFfdneZ2NFKTikl&id=61578210119624
- **Кой:** Граждани; Местни власти; Регионални власти; Гражданско общество
- **Как:** Събитие
- **Резултат:** Повишена местна осведоменост и чувствителност; повишена видимост на консорциума; засилена солидарност.
- **Статус:** Изпълнено

Наименование на комуникационната дейност: Местно събитие за повишаване на осведомеността в Платаци – MUSIKART

- **Описание:** Събитие за повишаване на осведомеността с цел представяне на COMBATHATE и насърчаване на приобщаването, достойнството и сътрудничеството между институциите и гражданското общество.
  Връзка: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1221235973309403 37&id=61578210119624&ref=embed_post
- **Кой:** Граждани; Местни власти; Регионални власти; Гражданско общество

- **Как:** Събитие
- **Резултат:** Повишена видимост; повишена осведоменост; насърчаване на приобщаването и солидарността.
- **Статус:** Изпълнено

Наименование на комуникационната дейност: Местно събитие в Санта София д'Епиро – MUSIKART

- **Описание:** Местно събитие за повишаване на осведомеността, за да се представи COMBATHATE и да се повиши осведомеността относно речта на омразата, дискриминацията и приобщаването; разпространено чрез социалните медии на MUSIKART.
  Връзка:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid07Q5gh1s7PzZ6Jki9ZPRe5JhkzU7UmYoH8d4Z7xW2AuLHMH2phanVt54uaNBSSrskl&id=61578210119624
- **Кой:** Граждани; Местни власти; Регионални власти; Гражданско общество
- **Как:** Събитие
- **Резултат:** Повишена видимост в Калабрия; засилено обществено съзнание; ангажирани граждани и власти.
- **Статус:** Изпълнено

Наименование на комуникационната дейност: COMBATHATE на фестивала Tarantarsia – MUSIKART

- **Описание:** Представяне на COMBATHATE по време на 17-ия фестивал Tarantarsia за насърчаване на мира, солидарността и приобщаването; разширяване на обхвата чрез социалните медии.

  Връзка:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0qesAD5sWwMaBoM9aoLDJUUJNB57ra2G9Uo8y9YZzAuAEFycCqJ4FPBozY8So9K5Ul&id=61578210119624
- **Кой:** Граждани; Местни власти; Регионални власти; Гражданско общество
- **Как:** Събитие
- **Резултат:** Достигна се до широка аудитория; засили се видимостта; насърчи се диалогът срещу дискриминацията.
- **Статус:** Изпълнено

Наименование на комуникационната дейност: Местно събитие в Касано Ал'Ионио – MUSIKART

- **Описание:** Местно събитие за популяризиране на целите на COMBATHATE и повишаване на осведомеността относно речта на омразата/престъпленията от омраза; споделено в социалните медии.
  Връзка:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0F2voxqKDwK9CwiktTbBewk9bxnHxUZ2rxAdJyD6hpZ8HsgsXdNujYj2F1wtX7Nf4l&id=61578210119624
- **Кой:** Граждани; Местни власти; Регионални власти; Гражданско общество
- **Как:** Събитие
- **Резултат:** Повишена местна осведоменост и ангажираност; засилена солидарност; разширен обхват онлайн.
- **Статус:** Изпълнено

Наименование на комуникационната дейност: Местно събитие за повишаване на осведомеността в Cropalati – MUSIKART

- **Описание:** Местно събитие за популяризиране на мисията на COMBATHATE; представяне на партньорските организации и допълващите се роли.

  Връзка:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0HifMqqZqnj3doZkUxz8RjB5ZfeKvAd38U19uJ9RkYJQkC19uwLzSjZWZmnVCxr1wl&id=61578210119624
- **Кой:** Граждани; Местни власти; Регионални власти; Гражданско общество
- **Как:** Събитие
- **Резултат:** Повишена осведоменост; подобрена видимост на консорциума; засилено местно участие.
- **Статус:** Изпълнено

Наименование на комуникационната дейност: Местно събитие в Сан Деметрио Короне – MUSIKART

- **Описание:** Събитие за повишаване на осведомеността с цел популяризиране на COMBATHATE и насърчаване на ангажираността на общността; поканени граждани да следят актуалните новини по проекта и да разпространяват послания за приобщаване.
  Връзка:

https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0Mdi7Fx2C2gbGCkdEYCnpiFabznGVm6VG1GGWweHpRg7mGs7UjxaqjDzCjVAyVkwTl&id=61578210119624

- **Кой:** Граждани; Местни власти; Регионални власти; Гражданско общество
- **Как:** Събитие
- **Резултат:** Повишена осведоменост; насърчено гражданско участие; засилена видимост на целите на проекта.
- **Статус:** Изпълнено

Наименование на комуникационната дейност: Местно събитие за повишаване на осведомеността в Монтеджордано – MUSIKART

- **Описание:** Събитие за повишаване на осведомеността с цел представяне на COMBATHATE, подчертаване на рисковете от реч на омраза/престъпления от омраза и насърчаване на приобщаването и солидарността; споделено в социалните медии. Връзка: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0rpuMhM57K7reCfhtQEDKyw3VRPoQwq6LQu4hmHfd1EWhBsKQDoEM3DXREpJippCtl&id=61578210119624
- **Кой:** Граждани; Местни власти; Регионални власти; Гражданско общество
- **Как:** Събитие
- **Резултат:** Повишена осведоменост на общността; засилена солидарност; ангажирани граждани и власти в диалог.
- **Статус:** Изпълнено

Г) Естония – медии, бюлетин и ангажиране на заинтересованите страни

Наименование на комуникационната дейност: Статия на официалния уебсайт на CERV Естония

- **Описание:** Национална статия, публикувана на уебсайта на CERV Естония, в която се подчертава стартирането и целите на COMBATHATE.

  Връзка: https://kysk.ee/parnu-vabauhendus-toi-eestisse-euroopa-rahastuse-vaenukone-vastaseks-tegevuseks/

- **Кой:** Изследователски общности; институции на ЕС; граждани; национални власти; местни власти
- **Как:** Уебсайт (институционална статия)

- **Резултат:** Повишена видимост на национално/ЕС ниво; повишена осведоменост сред гражданите и политическите аудитории.
- **Статус:** Изпълнено

Наименование на комуникационната дейност: Статия в естонски вестник – RNUN

- **Описание:** Интервю в естонски медии, представящо COMBATHATE, повишаващо осведомеността относно деинституционализацията и стигматизацията; подпомагащо видимостта. Връзка: https://tinyurl.com/yu4uxsd6
- **Кой:** Граждани; гражданско общество
- **Как:** Статия в медиите
- **Резултат:** Повишена осведоменост относно престъпленията от омраза и стигматизацията; подобрена видимост на целите на проекта.
- **Статус:** Изпълнено

Наименование на комуникационната дейност: COMBATHATE FIRST бюлетин

- **Описание:** Два бюлетина, издадени от Nooruse Maja, за да информират заинтересованите страни за целите на проекта, транснационалните дейности, резултатите и предстоящите дейности. Бюлетин 1:

  https://drive.google.com/file/d/1DtIhOy8rlYkADHcanOJYj76jjH9UdlkG/view?usp=drive_link

  Бюлетин 2:

  https://drive.google.com/file/d/1VIrKEWd_TEug6jTktrgGRaDNhDd7LHd-/view
- **Кой:** Изследователски общности; Граждани; Национални власти; Местни власти; Гражданско общество
- **Как:** Бюлетин
- **Резултат:** Повишена видимост и ангажираност; информирани заинтересовани страни относно целите, резултатите и възможностите за участие.
- **Статус:** Изпълнено

Наименование на комуникационната дейност: Жива библиотека – Ден на вдъхновението на KAI, Пярну

- **Описание:** Участие в Деня на вдъхновението на KAI, като се използва форматът „Жива библиотека“, за да се представи COMBATHATE и да се насърчи диалогът относно стереотипите и стигматизацията; подчертани са инструментите/мрежите на проекта.
  Връзка: https://www.noorusemaja.ee/en/17092025/
- **Кой:** Национални власти; Местни власти; Регионални власти
- **Как:** Събитие
- **Резултат:** Повишена осведоменост сред властите; насърчен диалог; засилено признание на COMBATHATE като професионален и общностен инструмент.
- **Статус:** Изпълнено

3.3 Окончателно заключение за D5.2 (месеци 1–8)

В заключение, D5.2 документира, че в рамките на месеците 1–8 проектът не само е създал основни материали за кампанията (визуални елементи, ролкови банери, листовки и микро-обучителни видеоклипове), но и е инициирал и реализирал значими дейности за разпространение чрез уебсайтове, социални медии, местни общностни събития, институционални статии, медийно отразяване и бюлетин. Тази комбинация от **производство на материали** и **активни комуникационни действия** потвърждава, че проектът е постигнал ранна видимост и ангажираност на заинтересованите страни, създавайки солидна основа за следващите фази на кампанията, в които се очаква интензивността на разпространението и публичният обхват да се увеличат.

Co-funded by
the European Union

D5.2 – MATERIALI DELLA CAMPAGNA

COMBATHATE

COMBATING HATE SPEECH AND HATE CRIMES AGAINST INDIVIDUALS WITH MENTAL DISABILITIES.

Finanziato dall'Unione europea. Le opinioni e i punti di vista espressi sono tuttavia esclusivamente quelli dell'autore o degli autori e non riflettono necessariamente quelli dell'Unione europea o della Commissione europea. Né l'Unione europea né l'autorità che concede il finanziamento possono essere ritenute responsabili per essi.

SUL PROGETTO

NOME DEL PROGETTO
COMBATHATE (Contrastare i discorsi d'odio e i crimini d'odio contro le persone con disabilità mentali)

NUMERO DI PROGETTO
101205522

PROGRAMMA UE
Citizens, Equality, Rights and Values (CERV)

PERCHÉ QUESTO PROGETTO?
Le persone con disabilità mentali sono frequentemente esposte a discorsi d'odio e crimini d'odio che compromettono la loro dignità, sicurezza e benessere. COMBATHATE intende affrontare questa problematica attraverso lo sviluppo di sistemi di supporto mirati, l'aumento della consapevolezza pubblica e il rafforzamento della cooperazione tra la società civile e le autorità pubbliche, comprese le forze dell'ordine.

Questa pubblicazione è rilasciata con licenza Creative Commons Attribuzione 4.0 Internazionale (CC BY 4.0).

CONSORZIO DI PROGETTO

Indice

1. Scopo e ambito di applicazione del prodotto finale (mesi 1-8) 1

2. Panoramica dei materiali della campagna prodotti (mesi 1-8) 2

2.1 Elementi di identità visiva 3

2.2 Materiali stampati (roll-up e volantini) 4

2.3 Materiali video (4 video di micro-apprendimento registrati in Italia 7

2.4 Relazione sulla distribuzione fisica (modello e approccio di rendicontazione M1-M8) 8

3. Conclusioni e azioni di diffusione complementari registrate in SYGMA 10

3.1 Riepilogo: risultati raggiunti alla fine del mese 8 10

3.2 Attività di comunicazione attuate e riportate in SYGMA (mesi 1-8) 11

3.3 Conclusione finale per D5.2 (mesi 1-8) 18

1. Scopo e ambito del deliverable (mesi 1-8)

Il deliverable **D5.2 – Materiali della campagna** raccoglie e presenta i **materiali della campagna e di comunicazione prodotti durante i primi otto mesi** del progetto COMBATHATE. Lo scopo di questo deliverable è fornire una documentazione strutturata e verificabile dei **risultati tangibili** ottenuti nella fase iniziale dell'azione in termini di **sensibilizzazione**, garantendo **la visibilità dell'UE**, la consapevolezza precoce delle parti interessate e la disponibilità a una più ampia diffusione nelle fasi successive del progetto.

L'ambito del D5.2 per il periodo di riferimento **mesi 1-8** si concentra sulla creazione dell'infrastruttura di base della campagna e dei materiali fondamentali del progetto, tra cui:

- **un'identità visiva** coerente e riconoscibile (set di loghi del progetto ed emblema del cofinanziamento dell'UE);
- **materiali stampati ed espositivi** a supporto della visibilità delle attività del progetto, delle riunioni e degli incontri con le parti interessate;
- **materiali video di micro-apprendimento riutilizzabili** collegati allo sviluppo delle capacità del WP2 (presentati con segnaposto per i link, da inserire una volta disponibili gli URL di pubblicazione);
- l'attivazione dei **canali di comunicazione online** di base (pagine web dei partner e social media del progetto), garantendo l'accessibilità delle informazioni pubbliche e la coerenza dei messaggi del progetto;
- **un quadro di riferimento** standardizzato **per la distribuzione fisica,** al fine di documentare l'uso e la diffusione dei materiali in modo aggregato e conforme al GDPR.

Questo risultato è presentato in **formato elettronico** adatto alla diffusione fisica. È classificato come **PUBBLICO**, in quanto non contiene dati personali sensibili ed è destinato a sostenere la trasparenza e la diffusione della missione e delle attività del progetto.

Canali di comunicazione online istituiti nei mesi 1-8

Nell'ambito della prima fase di diffusione e visibilità, il consorzio ha garantito che le informazioni sul progetto fossero disponibili sia attraverso i siti web dei partner che attraverso canali social dedicati.

Pagine web del progetto dei partner create e/o attivate (mesi 1-8):

- **MUSIKART:** https://www.musikart.it/combathate
- **PUCK:** https://gliamicidipuck.org/combathate/
- **AMANITA:** https://amanitaeesti.ee/combathate/

- **PROVISION:** http://provisionbg.org/index.php/cerv/
- **NOORUSE MAJA:** https://www.noorusemaja.ee/en/cerv/

Queste pagine web forniscono punti di accesso stabili e ospitati dai partner per il progetto, che in genere includono informazioni sugli obiettivi, la partnership, i riferimenti ai finanziamenti dell'UE e gli aggiornamenti sulle attività e sui risultati.

Canali social media del progetto creati/utilizzati (mesi 1-8):

- **Instagram:** https://www.instagram.com/combathate_ue/
- **Facebook:** https://www.facebook.com/people/Combathate/61578210119624/

Questi canali consentono una maggiore diffusione, aggiornamenti tempestivi e il coinvolgimento di un pubblico più ampio, integrando i siti web dei partner e il materiale stampato.

Chiarimento dell'ambito

Per i mesi 1-8, D5.2 consolida l'esistenza e la disponibilità delle risorse e dei canali della campagna. Sebbene i canali social media del progetto siano stati creati e utilizzati durante questo periodo, il consorzio **non** include in questo deliverable un "pacchetto di contenuti social media" separato o un archivio dei post; D5.2 si concentra invece sui materiali fondamentali della campagna e sull'infrastruttura di comunicazione di base che consentirà successive attività di sensibilizzazione su larga scala.

Nel complesso, i materiali della campagna e i canali di comunicazione documentati in questo risultato contribuiscono agli obiettivi del progetto:

- garantendo la visibilità nella fase iniziale dell'azione finanziata dall'UE,
- stabilendo un'identità e un messaggio coerenti del progetto,
- consentendo una diffusione strutturata dei risultati man mano che il WP2 e i successivi pacchetti di lavoro progrediscono.

2. Panoramica dei materiali della campagna prodotti (mesi 1-8)

Durante i primi otto mesi del progetto, il consorzio ha dato priorità alla produzione dei **materiali fondamentali per la campagna**, necessari per garantire un'identità visiva coerente, una visibilità immediata delle attività del progetto e la disponibilità per una più ampia diffusione nelle fasi successive. I risultati della campagna prodotti in questo periodo si concentrano su due aree essenziali:

- **Elementi di identità visiva**, che garantiscono un branding coerente e la piena conformità ai requisiti di visibilità dell'UE in tutte le comunicazioni dei partner;

- **Materiali stampati ed espositivi**, che consentono una diffusione pratica e visibilità durante le riunioni, i corsi di formazione e le attività di coinvolgimento delle parti interessate.

I materiali prodotti durante i mesi 1-8 sono raccolti in questo documento e forniti in **formato elettronico**, con **file pronti per la stampa** inclusi ove pertinente.

2.1 Elementi di identità visiva (set di loghi del progetto + logo cofinanziato dall'UE)

Un risultato chiave raggiunto durante i mesi 1-8 è stato il consolidamento del **pacchetto di identità visiva** del progetto, garantendo che tutti i partner comunichino COMBATHATE con un marchio coerente e riconoscibile.





Risorse di identità visiva incluse:

- **Il logo del progetto COMBATHATE**, fornito in diverse varianti convalidate per supportare diversi contesti di comunicazione (ad esempio, sfondi chiari/scuri, layout orizzontali/verticali e versioni semplificate delle icone, ove applicabile). Queste varianti garantiscono un uso corretto su:
    - materiali stampati (volantini, poster, roll-up),
    - presentazioni e materiali di formazione,
    - pagine web dei partner e pubblicazioni digitali,
    - sovrapposizioni audiovisive/video, ove pertinente.
- **L'emblema** ufficiale **del cofinanziamento dell'UE** ("Cofinanziato dall'Unione Europea"), fornito in un formato adatto per l'inserimento sia in materiali digitali che cartacei.

Scopo e utilizzo:

Queste risorse costituiscono la base di riferimento per tutti i materiali della campagna, garantendo:

- **la coerenza del marchio** in tutti i paesi e le organizzazioni partner;
- **il riconoscimento e la fiducia** tra le parti interessate e il pubblico di destinazione;
- piena conformità alle **norme di visibilità dell'UE**, compreso il corretto riconoscimento del finanziamento dell'UE nei risultati destinati al pubblico.

Stato dei risultati (mesi 1-8):

Le risorse relative all'identità visiva sono state completate e messe a disposizione di tutti i partner per essere utilizzate nei canali di comunicazione e nei materiali della campagna inclusi in questo risultato.

2.2 Materiali stampati (roll-up e volantino)

Nei mesi 1-8, il consorzio ha prodotto due materiali stampati fondamentali per la campagna, progettati per sostenere la visibilità del progetto e fornire informazioni concise sul progetto agli stakeholder e al pubblico:

a) Banner roll-up (80×100 cm)

Formato: PDF pronto per la stampa (materiale espositivo)

Funzione: esposizione ad alta visibilità presso:

- riunioni di progetto,
- corsi di formazione transnazionali,
- eventi con le parti interessate,
- sessioni di divulgazione.

Il roll-up fornisce una presentazione immediata e sintetica di:

- titolo del progetto e obiettivo principale,
- tema centrale (lotta contro l'incitamento all'odio e i crimini d'odio contro le persone con disabilità mentali),
- identità del consorzio,

- elementi di visibilità dell'UE.

Questo materiale è concepito come uno strumento di visibilità riutilizzabile durante l'intero ciclo di vita del progetto, a sostegno della continuità e del riconoscimento.



b) Volantino (A4)

Formato: PDF pronto per la stampa (materiale informativo)
Funzione: breve strumento informativo rivolto al pubblico, progettato per essere:

- distribuito durante le attività del progetto,
- condiviso con le parti interessate (servizi, istituzioni, reti),
- rendere disponibile in formato elettronico tramite i canali dei partner, quando opportuno.

Il volantino fornisce una sintesi concisa di:

- motivazione e obiettivi del progetto,
- attività principali e impatto previsto,
- partnership del consorzio,
- riferimenti ai canali del progetto per ulteriori informazioni (web/social).

Stato dei risultati (mesi 1-8):

Entrambi i materiali sono stati finalizzati in formato pronto per la stampa e resi disponibili a tutti i partner. Essi supportano le esigenze di diffusione della prima fase del progetto e forniscono un modello di base per futuri adattamenti nelle lingue dei partner e per le fasi successive della campagna.



2.3 Materiali video (4 micro-video didattici registrati in Italia – Link segnaposto)

Durante i primi otto mesi di attuazione, e in relazione alle attività di capacity building del WP2, il consorzio ha prodotto una serie di **quattro brevi video di micro-apprendimento** registrati in **Italia**. Questi video sono concepiti come **risorse riutilizzabili, pratiche di apprendimento e sensibilizzazione**, a supporto sia della formazione interna del personale che delle future azioni di diffusione nell'ambito del WP5.

Scopo dei video di micro-apprendimento

Il formato micro-learning è stato scelto per:

- tradurre gli elementi procedurali chiave del Sistema di Supporto del progetto in **linee guida semplici e attuabili**;
- fornire aggiornamenti brevi e accessibili per il personale e i moltiplicatori;
- supportare la replicabilità e la coerenza tra i partner e i paesi;
- consentire la successiva integrazione nella diffusione online, negli ambienti di formazione e nelle campagne di sensibilizzazione.

Formato e caratteristiche

Ogni video deve essere:

- **breve (circa 2-3 minuti)** per massimizzare l'accessibilità e la riutilizzabilità,
- realizzato con un **tono pacato e un linguaggio chiaro**,
- incentrato su indicazioni pratiche piuttosto che su spiegazioni teoriche,
- in linea con l'approccio del progetto basato sull'accessibilità e sui diritti.

Video di micro-apprendimento prodotti (mesi 1-8)

Sono stati registrati i seguenti quattro argomenti video:

1. **Video 1 - Primo soccorso psicologico (PFA) in 60 secondi**

   Focus: una spiegazione molto semplice delle principali fasi del PFA, fornita in uno stile calmo e rassicurante.

   Facebook: https://www.facebook.com/share/v/1PTmDH1Yme/

   Instagram: https://www.instagram.com/reel/DUAsDJ2k0Zs/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

2. **Video 2 – Modulo con icone + Segnalazione per procura: errori comuni da evitare**

   Focus: come compilare correttamente il modulo basato su icone, errori chiave da evitare e enfasi sul consenso e sulla minimizzazione dei dati.

   Facebook: https://www.facebook.com/share/v/1BGeAWM8Jo/

   Instagram: https://www.instagram.com/reel/DUDwhd8DNBJ/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRlODBiNWFlZA==

3. **Video 3 – Pacchetto di prove: pacchetto minimo (cosa raccogliere / cosa NON fare)** Focus: quali prove raccogliere (ad es. screenshot, cronologia, breve sintesi) e cosa evitare (ad es. alterare i file, raccogliere dati in eccesso).

   Facebook: https://www.facebook.com/reel/4345198762359748

   Instagram: https://www.instagram.com/reel/DUGARwVgqrv/

4. **Video 4 – Nozioni di base sulla CAA: comunicazione e de-escalation**

   Focus: principi pratici della CAA (schede sì/no, una domanda alla volta, tono calmo, evitare domande con "perché") per supportare la comunicazione e ridurre i rischi di escalation.

   Facebook: https://www.facebook.com/reel/2317068918770525

   Instagram: https://www.instagram.com/reel/DUIRCQakeii/

Nota sulla pubblicazione

Al momento della presentazione di questo documento (relazione sui mesi 1-8), la piattaforma di hosting definitiva e gli URL sono in fase di consolidamento. La relazione include quindi **dei segnaposto per i link**, che saranno sostituiti una volta che i video saranno stati caricati sui canali di diffusione concordati.

2.4 Relazione sulla distribuzione fisica (modello e approccio di rendicontazione M1-M8)

Per garantire una documentazione coerente della produzione e della diffusione del materiale della campagna, il consorzio ha preparato un **modello standardizzato di rapporto sulla distribuzione fisica**. Questo modello supporta:

- una rendicontazione trasparente per SYGMA,
- il monitoraggio consolidato tra i partner,

- documentazione pronta per la revisione contabile,
- aggregazione coerente delle attività di diffusione tra i vari paesi.

Ambito e contenuto del modello

Il modello di distribuzione è progettato per acquisire, in modo armonizzato:

- il tipo di materiale (ad esempio, roll-up, volantino, PDF elettronico),
- lingua e formato (stampato/elettronico),
- quantità prodotte e distribuite (solo numeri aggregati),
- il contesto di diffusione (evento/luogo/canale),
- categoria di destinatari (ad esempio, personale, parti interessate, pubblico in generale),
- riferimento alle prove a sostegno (ad esempio foto, ordine del giorno, URL della pagina web).

Protezione dei dati e principio di rendicontazione

L'approccio di segnalazione è esplicitamente **conforme al GDPR**:

- nessun dato personale viene registrato nel registro,
- la distribuzione viene registrata solo tramite **quantità aggregate** e categorie generiche di destinatari,
- i riferimenti alle prove sono documentati senza identificare le persone.

Approccio di rendicontazione M1-M8

Durante i primi otto mesi, le attività di diffusione si sono concentrate principalmente su:

- creazione dell'infrastruttura della campagna (identità visiva e canali),
- produzione di materiali stampati di base (roll-up e volantini),
- preparazione di risorse riutilizzabili per la sensibilizzazione e il supporto alla formazione (video di micro-apprendimento).

La distribuzione fisica durante questa fase iniziale dovrebbe quindi essere:

- limitata e principalmente legata a contesti di progetto interni (ad esempio, riunioni, corsi di formazione) e/o
- preparatoria (materiali stampati e resi disponibili per la distribuzione imminente).

Il modello incluso in questo deliverable fornisce un meccanismo strutturato che consente ai partner di segnalare:

- qualsiasi produzione e distribuzione iniziale effettuata nei mesi 1-8, e
- di continuare ad aggiornare la stessa struttura di rendicontazione nei periodi successivi, quando avrà luogo una diffusione più ampia.

3. Conclusione e azioni di diffusione complementari registrate in SYGMA (mesi 1-8)

Durante i primi otto mesi di COMBATHATE, il consorzio si è concentrato sulla creazione di una **base solida e coerente per la sensibilizzazione**, producendo materiali fondamentali per la campagna (elementi di identità visiva, banner roll-up e volantini), attivando canali di comunicazione digitale (pagine web dei partner e social media del progetto) e realizzando le prime attività di sensibilizzazione rivolte al pubblico. Questo approccio nella prima fase ha garantito che il progetto diventasse visibile e comprensibile alle comunità locali, alle parti interessate e alle autorità pubbliche, mentre venivano sviluppate le basi tecniche dell'azione (in particolare i risultati del WP2).

Sebbene l'implementazione della campagna su larga scala sia prevista per le fasi successive, **i mesi 1-8 hanno già incluso una serie di attività di comunicazione concrete** che sono state registrate in SYGMA sotto "Attività di comunicazione" dell' , dimostrando che la comunicazione è iniziata all'inizio dell'azione e ha progredito continuamente parallelamente all'implementazione tecnica.

Le attività riportate di seguito riflettono la stessa struttura utilizzata nel piano DEC (nome dell'attività, descrizione, destinatari, canale, risultato, stato). Tutti i link forniti sono riferimenti pubblici e non contengono dati personali.

3.1 Riepilogo: cosa è stato realizzato alla fine del mese 8

Alla fine del primo periodo di riferimento (mesi 1-8), il consorzio ha ottenuto i seguenti risultati in materia di comunicazione e diffusione:

- **L'identità del progetto e la visibilità dell'UE** sono state standardizzate attraverso il set di loghi convalidati e l'emblema del cofinanziamento dell'UE, consentendo un branding coerente tra tutti i partner e i materiali.
- Sono stati prodotti **strumenti pratici di diffusione** (banner roll-up e volantini) e preparati per un uso ripetuto durante gli eventi del progetto e gli incontri con le parti interessate.

- È stata creata **un'infrastruttura di visibilità digitale** attraverso pagine web dedicate al progetto sui siti web di ciascun partner e attraverso i canali social ufficiali del progetto.
- **Il coinvolgimento e la sensibilizzazione precoci della comunità** sono stati attuati attraverso una serie di eventi locali e azioni di sensibilizzazione culturale (in particolare in Italia attraverso MUSIKART), nonché attraverso i media e le newsletter in Estonia.

Queste azioni hanno rafforzato collettivamente la presenza pubblica del progetto e preparato il terreno per un lancio più ampio della campagna e una distribuzione strutturata nelle fasi successive.

3.2 Attività di comunicazione realizzate e riportate in SYGMA (mesi 1-8)

A) Canali di comunicazione digitale: pagine web dei partner

Nome dell'attività di comunicazione: Pagina web dedicata al progetto sul sito web di AMANITA

- **Descrizione:** pagina creata per presentare COMBATHATE, i suoi obiettivi, i partner e le attività in corso. (https://amanitaeesti.ee/combathate/)
- **Chi (destinatari):** cittadini; autorità nazionali; autorità locali; società civile
- **Come (canale):** sito web
- **Risultato:** maggiore visibilità di COMBATHATE; informati gli stakeholder sugli obiettivi, i partner e le attività.
- **Stato:** In corso

Nome dell'attività di comunicazione: Pagina web dedicata al progetto sul sito web di PROVISION

- **Descrizione:** pagina creata per presentare COMBATHATE, i suoi obiettivi, i partner e le attività in corso. (http://provisionbg.org/index.php/cerv/)
- **Chi:** Cittadini; autorità nazionali; autorità locali; società civile
- **Come:** sito web
- **Risultato:** Maggiore visibilità e accesso alle informazioni sul progetto in Bulgaria.
- **Stato:** In corso

Nome dell'attività di comunicazione: Pagina web dedicata al progetto sul sito web di MUSIKART

- **Descrizione:** pagina creata per presentare COMBATHATE, i suoi obiettivi, i partner e le attività in corso. (https://www.musikart.it/combathate)

- **Chi:** Cittadini; Autorità nazionali; Autorità locali; Società civile
- **Come:** sito web
- **Risultato:** Maggiore visibilità e consapevolezza in Italia; punto di accesso per gli aggiornamenti sul progetto.
- **Stato:** In corso

Nome dell'attività di comunicazione: Pagina web dedicata al progetto sul sito web di PUCK

- **Descrizione:** pagina creata per presentare COMBATHATE, i suoi obiettivi, i partner e le attività in corso. (https://gliamicidipuck.org/combathate/)
- **Chi:** Cittadini; autorità nazionali; autorità locali; società civile
- **Come:** sito web
- **Risultato:** Maggiore visibilità e accesso delle parti interessate alle informazioni sul progetto.
- **Stato:** In corso

Nome dell'attività di comunicazione: Pagina web dedicata al progetto sul sito web Nooruse Maja

- **Descrizione:** pagina creata per presentare COMBATHATE, i suoi obiettivi, i partner e le attività in corso. (https://www.noorusemaja.ee/en/cerv/)
- **Chi:** Cittadini; Autorità nazionali; Autorità locali; Società civile
- **Come:** sito web
- **Risultato:** maggiore visibilità in Estonia e maggiore consapevolezza delle parti interessate.
- **Stato:** In corso

B) Canali social media del progetto

Nome dell'attività di comunicazione: Social media COMBATHATE (Facebook e Instagram)

- **Descrizione:** Pagine Facebook e Instagram dedicate aggiornate con notizie sul progetto, eventi e informazioni di sensibilizzazione per coinvolgere i cittadini, le autorità e la società civile.
    - Instagram: https://www.instagram.com/combathate_ue/
    - Facebook: https://www.facebook.com/profile.php?id=61578210119624

- **Chi:** cittadini; autorità nazionali; autorità locali; società civile; altre parti interessate
- **Come:** Social media
- **Risultato:** Visibilità e divulgazione continue; maggiore sensibilizzazione dell'opinione pubblica; coinvolgimento della comunità negli obiettivi del progetto.
- **Stato:** In corso

C) Eventi di sensibilizzazione locale e azioni di divulgazione (Italia – MUSIKART)

Nome dell'attività di comunicazione: Evento locale a San Cosmo Albanese – MUSIKART

- **Descrizione:** Evento di sensibilizzazione per presentare COMBATHATE e i suoi obiettivi (meccanismi di sostegno psicologico/legale, cooperazione con le autorità, sensibilizzazione dell'opinione pubblica). Amplificato attraverso i social media.

  Link: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0hiKtvS9v1H3Yyp4ExUGYLvjEmF6dPb9fMtAkhHpv6v8ci7ngSKS4cYVHNAyd622kl&id=61578210119624
- **Chi:** Cittadini; Autorità locali; Società civile
- **Come:** Evento
- **Risultato:** Maggiore visibilità di COMBATHATE; sensibilizzazione; promozione dell'inclusione e del dialogo.
- **Stato:** Realizzato

Nome dell'attività di comunicazione: Evento di sensibilizzazione locale a Calopezzati – MUSIKART

- **Descrizione:** Evento di sensibilizzazione per presentare COMBATHATE e aumentare la consapevolezza sui discorsi di incitamento all'odio contro le persone con disabilità mentali; evidenziati i ruoli e i contributi dei partner.

  Link: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid02fqmewm3mmgB4fuapqkaE7mtNLujZMwFWs5MStSQjMiuaxDSPKHoFfdneZ2NFKTikl&id=61578210119624
- **Chi:** Cittadini; Autorità locali; Autorità regionali; Società civile
- **Come:** Evento

- **Risultato:** Maggiore consapevolezza e sensibilità a livello locale; maggiore visibilità del consorzio; rafforzamento della solidarietà.
- **Stato:** Realizzato

Nome dell'attività di comunicazione: Evento di sensibilizzazione locale a Plataci – MUSIKART

- **Descrizione:** Evento di sensibilizzazione per presentare COMBATHATE e promuovere l'inclusione, la dignità e la cooperazione tra istituzioni e società civile.
  Link:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1221235973309403 37&id=61578210119624&ref=embed_post
- **Chi:** Cittadini; Autorità locali; Autorità regionali; Società civile
- **Come:** Evento
- **Risultato:** Maggiore visibilità; maggiore consapevolezza; promozione dell'inclusione e della solidarietà.
- **Stato:** Realizzato

Nome dell'attività di comunicazione: Evento locale a Santa Sofia d'Epiro – MUSIKART

- **Descrizione:** Evento locale di sensibilizzazione per presentare COMBATHATE e aumentare la consapevolezza su incitamento all'odio, discriminazione e inclusione; amplificato attraverso i social media di MUSIKART.

  Link:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid07Q5gh1s7PzZ6Jki9ZPRe5JhkzU7UmYoH8d4Z7xW2AuLHMH2phanVt54uaNBSSrskl&id=61578210119624
- **Chi:** Cittadini; Autorità locali; Autorità regionali; Società civile
- **Come:** Evento
- **Risultato:** Maggiore visibilità in Calabria; rafforzamento della consapevolezza della comunità; coinvolgimento dei cittadini e delle autorità.
- **Stato:** Realizzato

Nome dell'attività di comunicazione: COMBATHATE al Festival Tarantarsia – MUSIKART

- **Descrizione:** Presentazione di COMBATHATE durante il 17° Festival Tarantarsia per promuovere la pace, la solidarietà e l'inclusione; amplificazione della diffusione tramite i social media.

Link:
https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0qesAD5sWwMaBoM9aoLDJUUJNB57ra2G9Uo8y9YZzAuAEFycCqJ4FPBozY8So9K5Ul&id=61578210119624

- **Chi:** Cittadini; Autorità locali; Autorità regionali; Società civile
- **Come:** Evento
- **Risultato:** Raggiunto un vasto pubblico; rafforzata la visibilità; promosso il dialogo contro la discriminazione.
- **Stato:** Realizzato

Nome dell'attività di comunicazione: Evento locale a Cassano All'Ionio – MUSIKART

- **Descrizione:** Evento locale per promuovere gli obiettivi di COMBATHATE e sensibilizzare l'opinione pubblica sui discorsi di incitamento all'odio e sui crimini d'odio; condiviso attraverso i social media.
  Link:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0F2voxqKDwK9CwiktTbBewk9bxnHxUZ2rxAdJyD6hpZ8HsgsXdNujYj2F1wtX7Nf4l&id=61578210119624
- **Chi:** Cittadini; Autorità locali; Autorità regionali; Società civile
- **Come:** Evento
- **Risultato:** Maggiore consapevolezza e coinvolgimento a livello locale; rafforzamento della solidarietà; ampliamento della portata online.
- **Stato:** Realizzato

Nome dell'attività di comunicazione: Evento di sensibilizzazione locale a Cropalati – MUSIKART

- **Descrizione:** evento locale per promuovere la missione di COMBATHATE; presentazione delle organizzazioni partner e dei ruoli complementari.

  Link:
  https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0HifMqqZqnj3doZkUxz8RjB5ZfeKvAd38U19uJ9RkYJQkC19uwLzSjZWZmnVCxr1wl&id=61578210119624
- **Chi:** Cittadini; Autorità locali; Autorità regionali; Società civile
- **Come:** Evento
- **Risultato:** Maggiore consapevolezza; maggiore visibilità del consorzio; rafforzamento dell'impegno locale.
- **Stato:** Realizzato

Nome dell'attività di comunicazione: Evento locale a San Demetrio Corone – MUSIKART

- **Descrizione:** Evento di sensibilizzazione per promuovere COMBATHATE e incoraggiare il coinvolgimento della comunità; invito ai cittadini a seguire gli aggiornamenti del progetto e diffondere messaggi di inclusione.

  Link: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0Mdi7Fx2C2gbGCkdEYCnpiFabznGVm6VG1GGWweHpRg7mGs7UjxaqjDzCjVAyVkwTl&id=61578210119624

- **Chi:** cittadini; autorità locali; autorità regionali; società civile
- **Come:** Evento
- **Risultato:** Sensibilizzazione; promozione della partecipazione dei cittadini; rafforzamento della visibilità degli obiettivi del progetto.
- **Stato:** Realizzato

Nome dell'attività di comunicazione: Evento di sensibilizzazione locale a Montegiordano – MUSIKART

- **Descrizione:** Evento di sensibilizzazione per presentare COMBATHATE, evidenziare i rischi dei discorsi di incitamento all'odio/dei crimini d'odio e promuovere l'inclusione e la solidarietà; condiviso tramite i social media.

  Link: https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=pfbid0rpuMhM57K7reCfhtQEDKyw3VRPoQwq6LQu4hmHfd1EWhBsKQDoEM3DXREpJippCtl&id=61578210119624

- **Chi:** Cittadini; Autorità locali; Autorità regionali; Società civile
- **Come:** Evento
- **Risultato:** Maggiore sensibilizzazione della comunità; rafforzamento della solidarietà; coinvolgimento dei cittadini e delle autorità nel dialogo.
- **Stato:** Realizzato

D) Estonia – media, newsletter e coinvolgimento delle parti interessate

Nome dell'attività di comunicazione: Articolo sul sito web ufficiale del CERV Estonia

- **Descrizione:** articolo nazionale pubblicato sul sito web del CERV Estonia che evidenzia il lancio e gli obiettivi di COMBATHATE.

Link: https://kysk.ee/parnu-vabauhendus-toi-eestisse-euroopa-rahastuse-vaenukone-vastaseks-tegevuseks/

- **Destinatari:** Comunità di ricerca; istituzioni dell'UE; cittadini; autorità nazionali; autorità locali
- **Come:** sito web (articolo istituzionale)
- **Risultato:** Maggiore visibilità a livello nazionale/UE; maggiore sensibilizzazione dei cittadini e dei responsabili politici.
- **Stato:** Consegnato

Nome dell'attività di comunicazione: Articolo su un quotidiano estone – RNUN

- **Descrizione:** Articolo-intervista sui media estoni che presenta COMBATHATE, sensibilizza sul tema della deistituzionalizzazione e dello stigma e ne sostiene la visibilità. Link: https://tinyurl.com/yu4uxsd6
- **Chi:** cittadini; società civile
- **Come:** Articolo sui media
- **Risultato:** Maggiore sensibilizzazione sui crimini d'odio e lo stigma; maggiore visibilità degli obiettivi del progetto.
- **Stato:** Realizzato

Nome dell'attività di comunicazione: COMBATHATE FIRST Newsletter

- **Descrizione:** Due newsletter pubblicate da Nooruse Maja per informare le parti interessate sugli obiettivi del progetto, le attività transnazionali, i risultati attesi e le attività future.

  Newsletter 1:

  https://drive.google.com/file/d/1DtIhOy8rlYkADHcanOJYj76jjH9UdIkG/view?usp=drive_link

  Newsletter 2:

  https://drive.google.com/file/d/1VIrKEWd_TEug6jTktrgGRaDNhDd7LHd-/view
- **Chi:** Comunità di ricerca; cittadini; autorità nazionali; autorità locali; società civile
- **Come:** Newsletter

- **Risultato:** maggiore visibilità e coinvolgimento; informazione delle parti interessate sugli obiettivi, i risultati attesi e le opportunità di partecipazione.
- **Stato:** Consegnato

Nome dell'attività di comunicazione: Biblioteca vivente – KAI Inspiration Day, Pärnu

- **Descrizione:** partecipazione al KAI Inspiration Day utilizzando il formato "Biblioteca vivente" per presentare COMBATHATE e promuovere il dialogo sugli stereotipi e lo stigma; evidenziazione degli strumenti/reti del progetto.

  Link: https://www.noorusemaja.ee/en/17092025/
- **Chi:** Autorità nazionali; Autorità locali; Autorità regionali
- **Come:** Evento
- **Risultato:** Sensibilizzazione delle autorità; promozione del dialogo; rafforzamento del riconoscimento di COMBATHATE come strumento professionale e comunitario.
- **Stato:** Realizzato

3.3 Conclusione finale per D5.2 (mesi 1-8)

In conclusione, il D5.2 documenta che nei mesi 1-8 il progetto non solo ha prodotto i materiali fondamentali della campagna (elementi di identità visiva, roll-up, volantini e video di micro-apprendimento), ma ha anche avviato e realizzato significative attività di diffusione attraverso siti web, social media, eventi della comunità locale, articoli istituzionali, attività di sensibilizzazione dei media e una newsletter. Questa combinazione di **produzione di materiali** e **azioni di comunicazione attiva** conferma che il progetto ha stabilito una visibilità iniziale e il coinvolgimento delle parti interessate, costruendo una solida base per le prossime fasi della campagna, in cui si prevede un aumento dell'intensità di distribuzione e della portata pubblica.