



Fundusze Europejskie

Informacja i promocja w Funduszach Europejskich w latach 2021-2027



Fundusze Europejskie
dla Kujaw i Pomorza



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Samorząd Województwa
Kujawsko-Pomorskiego

Dlaczego trzeba informować o projekcie?

- ⇒ działania informacyjne i promocyjne **są elementem realizacji projektów** dofinansowanych z Funduszy Europejskich.
- ⇒ Działania te są równie istotne, jak wszystkie pozostałe zaplanowane w projekcie i podlegają kontroli.

Dlaczego trzeba informować o projekcie?

- ⇒ UE wymaga informowania **opinii publicznej** oraz **osób i podmiotów uczestniczących w projekcie** o tym, że realizacja danego przedsięwzięcia była możliwa m.in. dzięki unijnej pomocy.
- ⇒ Jako Beneficjent realizujący przedsięwzięcie współfinansowane z funduszy UE jesteś istotnym uczestnikiem tego procesu.
- ⇒ Niewypełnienie niektórych obowiązków może skutkować **pomniejszeniem dofinansowania**, na co wskazują zapisy w umowie o dofinansowanie Twojego projektu.

Dlaczego trzeba informować o projekcie?

- ⇒ Realizując swój projekt, bierzesz udział w komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce.
- ⇒ Dlatego ważne jest to, aby działania komunikacyjne realizować dobrze i efektywnie, bo składają się one na postrzeganie Funduszy Europejskich, a tym samym Unii Europejskiej.

Obowiązki informacyjne

- Każdy beneficjent ma obowiązek informowania o projekcie **od momentu uzyskania dofinansowania** podpisania umowy o dofinansowanie lub wydania decyzji o dofinansowaniu, do końca realizacji projektu lub do końca okresu trwałości projektu, który został określony w umowie.
- W tym okresie musisz wypełniać obowiązki, jakie masz zapisane w umowie o dofinansowanie i stosować zasady opisane w Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta Funduszy Europejskich na lata 2021-2027 w zakresie informacji i promocji.
- Należy uwzględnić zasady promocji *w momencie przygotowania wniosku o dofinansowanie*.

Co się stanie jak nie spełnię obowiązków informacyjnych?

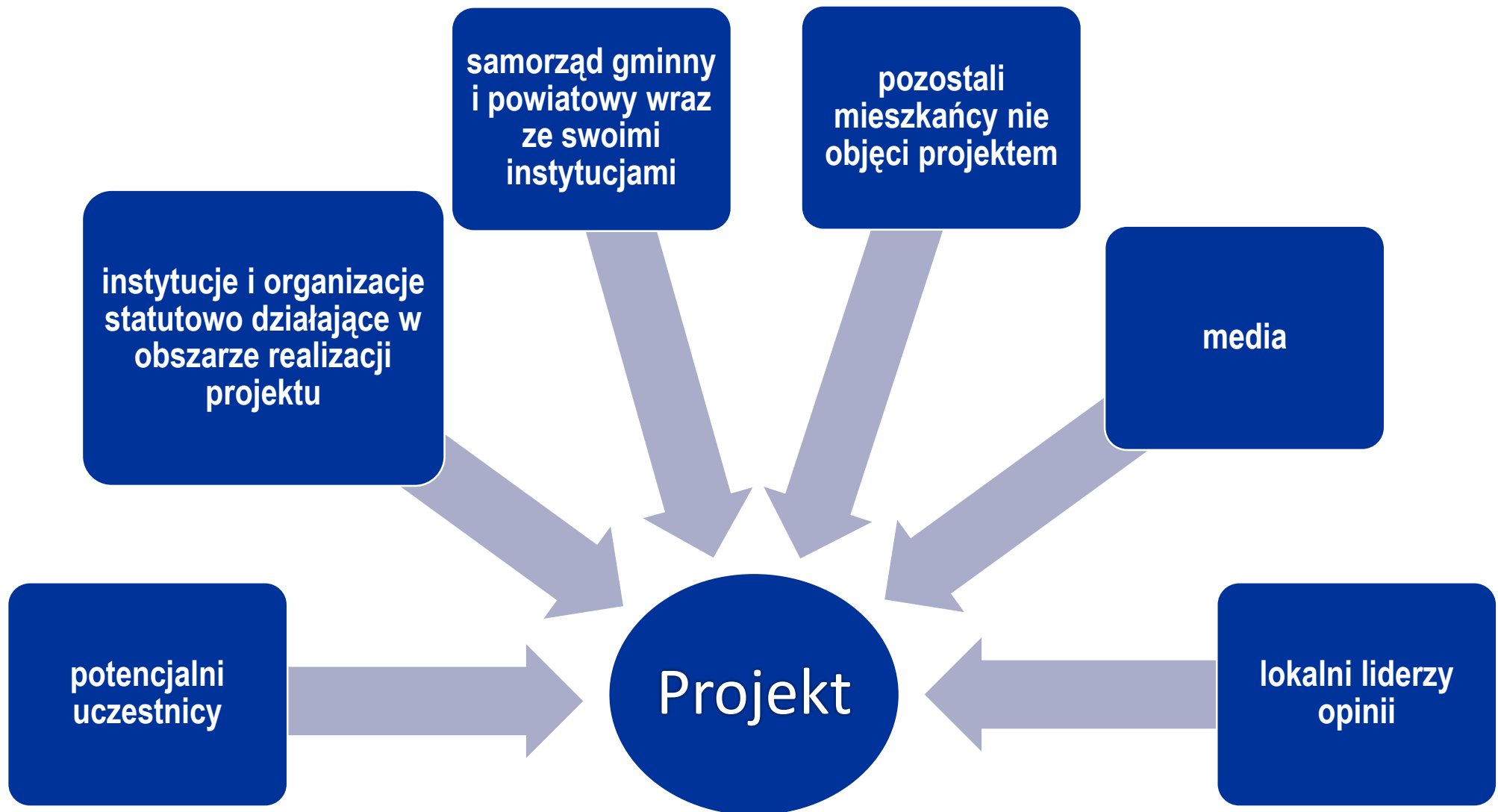
- W sytuacji gdy nie wywiążesz się z podstawowych obowiązków informacyjnych i promocyjnych, instytucja udzielająca dofinansowania zobowiąże Cię do działań zaradczych.
- Jeśli nie zrealizujesz tych działań, może dojść do **pomniejszenia dofinansowania projektu**.
- Pomniejszenie może wynieść do 3% kwoty dofinansowania projektu.
- Szczegółowe informacje na temat wartości pomniejszenia kwoty dofinansowania projektu, znajdziesz w załączniku do umowy o dofinansowanie Twojego projektu.

**Jak zaplanować promocję
projektu pod kątem
rekrutacji uczestników?**

Promocja a rekrutacja

- **Informacja i promocja projektu jest punktem wyjścia do optymalnej rekrutacji uczestników projektu.**
- Działania komunikacyjne muszą być skierowane w szczególności do precyzyjnie scharakteryzowanej grupy docelowej projektu.
- Dla prawidłowej komunikacji z potencjalnymi uczestnikami projektu niezbędne jest ... poznanie naszego odbiorcy i otoczenia w którym żyje.
- Działania komunikacyjne muszą być realizowane w taki sposób, aby nikogo nie dyskryminować oraz nie ograniczać nikomu dostępu do informacji.

Interesariusze projektu - pomimo często trudnego do zauważenia na pierwszy rzut oka związku z projektem, mogą w dużym stopniu przyczynić się do jego **sukcesu** lub **porażki**.



Planowanie promocji

Strategia „6M”

Mission

(Misja)

- Jaki jest cel akcji promocyjnej?
- Jaki jest cel akcji informacyjnej?

Market

(Rynek)

- Do kogo będziemy adresowali przekaz?
- Jaka jest specyfika interesariuszy akcji?

Message

(Przekaz)

- Jaka informacja ma zostać przekazana?
- Jakie będą kanały i narzędzia dystrybucji?

Money

(Pieniądze)

- Jaki mamy budżet przeznaczony na działania?
- Jak wygląda rozkład kosztów na poszczególne działania?

Management

(Zarządzanie)

- Kto za co odpowiada
- Kiedy i co ma być zrealizowane

Measurement

(Pomiar)

- W jaki sposób będą mierzone rezultaty działań informacyjno-promocyjnych?

Kim jest
nasz potencjalny uczestnik projektu?

Persona

- **Persona** – to reprezentacja typowego użytkownika, uczestnika projektu. Segmentuje odbiorców dając możliwość profilowania komunikatów.
- Elementy składowe Persony:
 - **Demografia.** Kim jest Twój odbiorca? Wiek, płeć, stopień sprawności, miejsce zamieszkania czy wykształcenie pozwolą dostosować komunikat. Inaczej piszesz do dwudziestoletniej kobiety z małego miasta, inaczej do pięćdziesięcioletniego profesora na uniwersytecie. Trzeba wybrać jedną wersję. Nie można być „wszystkim dla wszystkich”.
 - **Jak wygląda jego lub jej typowy dzień?** O której wstaje, co czyta do śniadania, gdzie chodzi, gdzie przebywa, jak i czym porusza się w terenie, czym się zajmuje w czasie wolnym. Te informacje pozwolą na zdefiniowanie idealnych punktów styczności z projektem.

Persona

- **Jakie problemy możesz pomóc rozwiązać uczestnikowi projektu?** Jakie problemy ma nasz uczestnik, które możemy rozwiązać? Problemy mogą luźno nawiązywać do Twojego projektu. Jeśli zidentyfikujesz problemy, masz dużą szansę pozyskać jego lub jej zainteresowanie.
- **Co ceni i jakie ma ambicje?** Ten sam „produkt” można kupić, żeby zabłysnąć przed rodziną lub żeby mieć święty spokój. Jeśli zidentyfikujesz „marchewkę”, będzie Ci dużo łatwiej.
- **Czego się obawiają?** Drugą stroną równania jest „kij”. Jeśli chcesz go skłonić do akcji, obawa jest świetnym motywatorem. Czego boi się Twój klient? Który ze strachów jest największy?
- **Do projektu dobrze jest zrobić parę person charakteryzujących naszych uczestników projektu.**

Narzędzie pomagające stworzyć persony

createely.com/pl/lp/kreator-persony-uzytkownika/

Jak stworzyć personę?

<https://www.youtube.com/watch?v=Z6EYW2g8-yY>

**Jakie obowiązki
informacyjne i promocyjne
czekają mnie po podpisaniu
umowy?**

Obowiązki informacyjne – od kiedy do kiedy?

- Obowiązki informacyjne wypełniasz od momentu uzyskania dofinansowania, tj. podpisania umowy o dofinansowanie lub wydania decyzji o dofinansowaniu, do końca realizacji projektu lub do końca okresu trwałości projektu, który został określony w umowie.
- W tym okresie musisz wypełniać obowiązki, jakie masz zapisane w umowie o dofinansowanie i stosować zasady opisane w tym Podręczniku.
- Jeżeli prowadziłeś działania w projekcie w okresie poprzedzającym moment podpisania umowy o dofinansowanie lub wydania decyzji o dofinansowaniu nie masz obowiązku uzupełnienia odpowiednimi znakami i informacjami dotychczas powstałej dokumentacji dotyczącej projektu.

Obowiązki informacyjne

Twoim obowiązkiem jest **poinformowanie opinii publicznej oraz uczestników projektu o uzyskanym dofinansowaniu z FE (Funduszy Europejskich).**

Aby to zrobić, należy:

- I. Zamieścić znaki **Funduszy Europejskich, Barw RP i Unii Europejskiej i herb województwa kujawsko-pomorskiego** na:
 - ☐ **wszystkich działaniach informacyjnych i promocyjnych dotyczących projektu, takich jak np.:**
 - e-publikacje, ulotki, broszury, publikacje, notatki prasowe;
 - strony internetowe, newslettery, mailing;
 - materiały filmowe, materiały promocyjne;
 - konferencje, spotkania.

Obowiązki informacyjne

- ❑ dokumentach związanych z realizacją projektu, które podajesz do wiadomości publicznej, np.:
 - dokumentacji przetargowej, ogłoszeniach, analizach, raportach, wzorach umów, wzorach wniosków;
- ❑ dokumentach i materiałach dla osób i podmiotów uczestniczących w projekcie, np.:
 - zaświadczeniach, certyfikatach, zaproszeniach, materiałach informacyjnych, programach szkoleń i warsztatów,
- ❑ produktach, sprzęcie, pojazdach, aparaturze itp., powstałych lub zakupionych w projekcie, poprzez umieszczenie na nich trwałych naklejek.

Obowiązki informacyjne

UWAGA:

Oznaczenie nie musi pojawić się na dokumentach, których ze względu na ich specyfikę nie można zmieniać i ingerować w ich wzory, np. z powodu obowiązującego prawa (dokumenty księgowe, certyfikaty etc.).

Obowiązki informacyjne

- II. Oznaczyć miejsce realizacji projektu przez umieszczenie tablicy informacyjnej lub plakatu – w zależności od całkowitego kosztu projektu.
- III. Umieścić opis projektu na oficjalnej stronie internetowej.
- IV. Umieścić opis projektu w mediach społecznościowych**
- V. Dokumentować działania informacyjne i promocyjne prowadzone w projekcie, aby mieć dowód, że Twoje obowiązki w tym zakresie zostały spełnione.

Dodatkowe działania informacyjno-promocyjne?

Twoje działania informacyjne i promocyjne **powinny odpowiadać wielkości projektu oraz brać pod uwagę jego cel i rodzaj, tzn. uwzględniać jego potrzeby promocyjne.**

Jeśli poza zasadniczymi obowiązkami informacyjnymi i promocyjnymi, podejmiesz dodatkowe działania informacyjno-promocyjne, realizuj **w pierwszej kolejności działania bezkosztowe i niskokosztowe.**

Dodatkowe działania informacyjno-promocyjne?

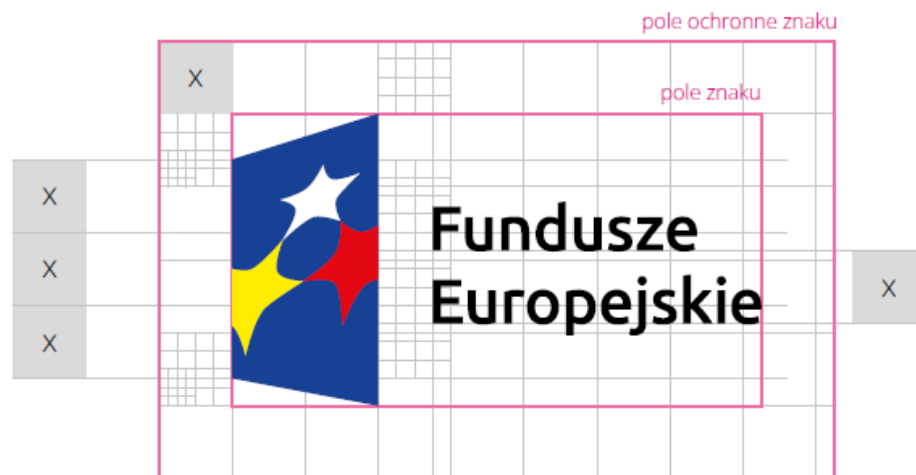
Jako dodatkowe działania możesz:

- przygotować **dokumentację fotograficzną projektu** i umieścić ją na swoich stronach internetowych i mediach społecznościowych;
- przygotować **stronę internetową projektu**;
- podjąć **działania w mediach społecznościowych wykraczające poza bieżące prowadzenie konta**, np. konkursy, wydarzenia, działania angażujące Twoich klientów;
- przygotować **informację prasową** i przekazać ją mediom, zorganizować wizytę studyjną dla mediów;
- **zaprezentować projekt na spotkaniach**, konferencjach, targach branżowych, wydarzeniach promujących projekty unijne organizowanych przez instytucje;
- porządnie uzupełnić opis oraz zdjęcia na stronie www.mapadotacji.pl.

Nierekomendowana jest...

- Produkcja i dystrybucja **gadżetów** do promocji projektów.
 - Gadżet wykorzystać można tylko jako element **wspierający** inne działanie.
 - Należy dokonać takiej selekcji materiałów promocyjnych, aby były dobrze dopasowane do celu komunikacyjnego działania.
 - Jeśli uda się osiągnąć cel komunikacyjny **bez korzystania z gadżetów**, to **należy z nich zrezygnować**.
 - Wydatki na cele reprezentacyjne, których nie można jednoznacznie uznać za związane z promocją projektu, są niedozwolone.
 - Dokonaj takiej selekcji materiałów informacyjno-promocyjnych, aby były dobrze dopasowane do celu komunikacyjnego działania i zadbaj o naszą planetę.
- **Wszystkie oznaczenia** na przedmiotach służących promocji Funduszy Europejskich powinny być wykonane w sposób **trwały, trudny do usunięcia**.

Znak marki Fundusze Europejskie

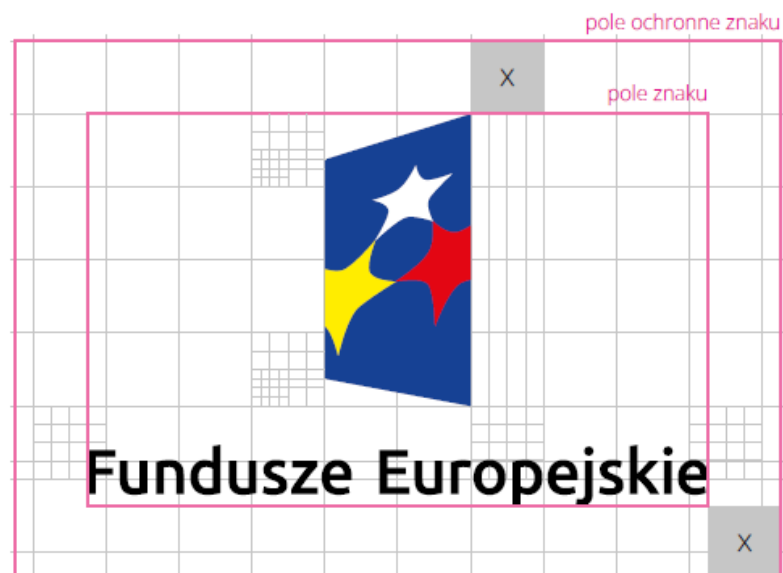


Konstrukcja, pole ochronne i proporcje znaku

Konstrukcja znaków pokazuje budowę i określa proporcje pomiędzy poszczególnymi elementami znaków. Do ich wyznaczania przyjęto moduł X, definiujący proporcje sygnetu ($2X/4X$) oraz jego położenie w stosunku do logotypu ($3/4X$). Pole ochronne to pole znaku powiększone o $1X$.

W znaku pionowym logotyp umieszczono centralnie na osi pionowej sygnetu.

W logotypie zastosowano font z rodziny Ubuntu, w odmianie Medium.



Znak marki Fundusze Europejskie

1. Znak marki Fundusze Europejskie

CMYK: 100 80 0 0 lub Pantone Reflex Blue



tło czarne



tła kolorowe



tło złote, miedziane, srebrne itd.



Znak marki Fundusze Europejskie

Zmiana proporcji
i elementów znaku
względem siebie



Deformacja znaku



Umieszczenie znaku pełnokolorowego
na kolorowych tłach lub
dostosowywanie do tła



Zmiana kolorystyki znaku



Stosowanie w znaku
innego kroju



Umieszczenie znaku na zbyt
mało kontrastowych tłach



Umieszczanie znaków z pominięciem zasad proporcji
i zależności oraz współwystępowania



Dofinansowane przez
Unię Europejską



Znak Funduszy Europejskich i UE - zestawienia



Znaki i zestawienia – audio / wideo

- Jeśli przygotowujesz materiały informacyjno-promocyjne audio (np. spoty, audycje radiowe), które nie mają możliwości umieszczenia obowiązkowych znaków, **na końcu materiału umieść informację słowną:** „Audycja/ kampania/ materiał/ projekt dofinansowany przez Unię Europejską”.
- Zachowuj odpowiednie proporcje między informacją o Funduszach Europejskich a pozostałą częścią komunikatu – tak, aby odbiorca miał jasność, że ma do czynienia z projektem dofinansowanym przez Unię Europejską.

Szczegóły wizualizacji Funduszy Europejskich

Szczegółowe informacje związane z wizualizacją Funduszy Europejskich, znajdują się w **„Księdze Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021-2027”**, dostępnej pod adresem: **www.funduszeuropejskie.gov.pl**.

Co zrobić aby działania promocyjne były OK.?

Należy dokładnie poznać:

**Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta
Funduszy Europejskich na lata 2021-2027
w zakresie informacji i promocji**

funduszeuropejskie.gov.pl



Fundusze Europejskie

Księga Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021 – 2027

I. Tożsamość wizualna

1. Wstęp
2. Motyw marki
3. Kolory
4. Typografia
5. Zdjęcia
6. Symbole
7. Ikony
8. Konstrukcja layoutu

II. Znaki Funduszy Europejskich

1. Znak marki Fundusze Europejskie
2. Znaki programów FE i PIFE
3. Kolory programów FE i PIFE
4. Regulamin korzystania ze znaków Funduszy Europejskich

III. Znak Unii Europejskiej

1. Znak UE
2. Wersja pozioma i pionowa
3. Konstrukcja i proporcje
4. Wersja angielska pozioma i pionowa
5. Kolorystyka podstawowa i uzupełniająca
6. Warianty kolorowe i achromatyczne, pozytyw i negatyw
7. Występowanie znaku UE na tłach
8. Niedopuszczalne zastosowania znaku UE

IV. Znak barw Rzeczypospolitej Polskiej

1. Znak barw RP
2. Wersja pozioma i pionowa
3. Konstrukcja i proporcje

4. Wersja angielska pozioma i pionowa
5. Kolorystyka podstawowa i uzupełniająca
6. Występowanie znaku barw RP na tłach
7. Niedopuszczalne zastosowania znaku barw RP

V. Współwystępowanie znaków FE, UE i znaku barw RP

1. Współwystępowanie znaków FE, UE i znaku barw RP
2. Współwystępowanie znaków FE i UE (wersja achromatyczna)
3. Współwystępowanie znaków FE, UE i znaku barw RP ze znakiem województwa
4. Współwystępowanie znaków FE i UE ze znakiem województwa (wersja achromatyczna)
5. Współwystępowanie znaków FE, UE i barw RP ze znakiem dodatkowym
6. Współwystępowanie znaków FE i UE ze znakami dodatkowymi (wersja achromatyczna)
7. Wariant minimalny
8. Zestawienia znaków na kolorowych tłach

VI. Obowiązkowe wzory materiałów informacyjnych

1. Obowiązkowe wzory tablic
 - 1.1 Wzór wspólnej tablicy dla wielu projektów FE
2. Obowiązkowe wzory plakatów
3. Obowiązkowe wzory naklejek

VII. Reklama

1. Reklama prasowa
2. Reklama OOH
3. Reklamy internetowe

VIII. Media społecznościowe

1. Posty dla mediów społecznościowych
2. Zdjęcie profilowe i cover (FB, IG)

IX. Druki, gadżety i prezentacja

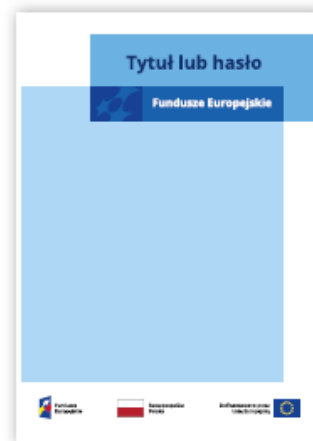
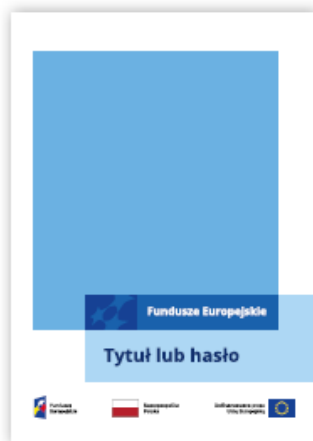
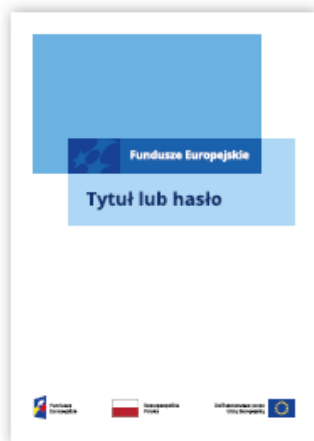
1. Druki
2. Prezentacja PPT
3. Gadżety

X. Punkty Informacyjne Funduszy Europejskich

1. Druki
2. Reklama prasowa
3. Reklama OOH
4. Reklama internetowa i media społecznościowe
5. Gadżety

XI. Wspólne wzory dla projektów finansowanych jednocześnie z FE oraz KPO

1. Wspólne oznaczanie FE i KPO – zestawienie znaków
2. Wzór tablicy – projekty FE i KPO
3. Wzór plakatu – projekty FE i KPO
4. Wzór naklejki – projekty FE i KPO



Schematy

Elastycznie operując na siatce konstrukcyjnej można tworzyć nieskończoną liczbę wariantów layoutu.

Schematy pokazują możliwości projektowe systemu.



Przykłady



Fundusze Europejskie

[Tytuł] Open Sans Bold 70/85pt

[MiejsceData] Open Sans Bold 62/74pt

[tekst1] Open Sans Bold 42/54pt
[tekst2] Open Sans Regular 42/54pt





[MiejsceData] Open Sans Bold 36/42pt

Fundusze Europejskie

[Tytuł] Open Sans Bold 50/60pt

[tekst1] Open Sans Bold 30/38pt
[tekst2] Open Sans Regular 30/38pt







[Śródtytuł] Open Sans Bold 28/33,6pt

Quam consetetur eum etiam temporibus
consequatur. Ut enim ad minim veniam, quis
nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut
aliquid ex ea commodo consequat. Duis aute
irure dolor in reprehenderit in voluptate velit
esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.
Excepteur sint occaecat cupidatat non proident,
sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim
id est laborum.

[Tekst] Open Sans Regular 12/14pt
Open Sans Regular 12/14pt etiam temporibus
consequatur. Ut enim ad minim veniam, quis
nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut
aliquid ex ea commodo consequat. Duis aute
irure dolor in reprehenderit in voluptate velit
esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.
Excepteur sint occaecat cupidatat non proident,
sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim
id est laborum.

[Tekst] Open Sans Regular 12/14pt
Open Sans Regular 12/14pt etiam temporibus
consequatur. Ut enim ad minim veniam, quis
nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut
aliquid ex ea commodo consequat. Duis aute
irure dolor in reprehenderit in voluptate velit
esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.
Excepteur sint occaecat cupidatat non proident,
sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim
id est laborum.

ZAMKNIJ X

Skorzystaj z Funduszy Europejskich

→ SPRAWDŹ

Fundusze Europejskie







Fundusze Europejskie

[Tytuł] Open Sans Bold 24/30pt





Tytuł publikacji na 2 linie tekstu



Gdzie zasięgnąć opinii dot. materiałów promocyjnych?

Projekty materiałów można przesyłać
na adres e-mail:

promocjaefs@wup.torun.pl

Maciej Smolarek

maciej.smolarek@wup.torun.pl

tel. 56 66 93 939

Fundusze Europejskie

Dziękuję za uwagę



Fundusze Europejskie
dla Kujaw i Pomorza



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Samorząd Województwa
Kujawsko-Pomorskiego