



Fundusze Europejskie

Zasady komunikacji marki Fundusze Europejskie 2021-2027 na stronach internetowych i w mediach społecznościowych

Katarzyna Stabińska



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



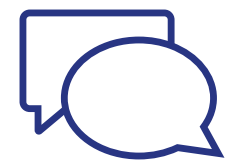
KRAJOWY
PLAN
ODBUDOWY

Dofinansowane przez Unię Europejską – NextGenerationEU

Zasady tworzenia treści i informowania



- Działania informacyjne i promocyjne powinny być dostosowane do wielkości projektu oraz jego potrzeb promocyjnych.



- Należy używać prostego języka, dostosowanego do grupy docelowej.



- Obowiązkowe jest oznakowanie działań obowiązkowymi zestawieniami znaków, umieszczanie tablic, plakatów i naklejek – zasady te opisane są w Księdze Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021–2027 oraz w Podręczniku wnioskodawcy i beneficjenta Funduszy Europejskich na lata 2021-2027 w zakresie informacji i promocji. Oznaczenia na stronach internetowych i w mediach społecznościowych występują zawsze w wariancie pełnokolorowym. Nie można tu zastosować wersji achromatycznych.



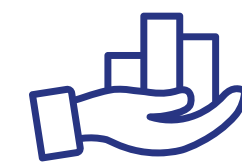
- W treści publikowanych materiałów należy zawsze podać rzetelną i prawdziwą informację o dofinansowaniu projektu z Unii Europejskiej.



Kanały komunikacji



Kanały komunikacji dzielą się na:



- **Własne:** strony internetowe, profile w mediach społecznościowych



- **Płatne:** zewnętrzne media, reklamy w prestiżowych czasopismach, stacjach telewizyjnych lub radiowych



- **Pozyskane:** zewnętrzne strony internetowe, wzmianki w mediach masowych

Grupy docelowe

Przykładowe grupy docelowe:



Ogół społeczeństwa
(w różnych grupach wiekowych i płciowych)



Potencjalni uczestnicy projektów



Media



Partnerzy społeczni i gospodarczy



Inni

Na co zwrócić uwagę w komunikacji z grupami docelowymi?



1. Zauważenie



2. Zainteresowanie



3. Zrozumienie



4. Zaufanie



5. Zaangażowanie

Media społecznościowe

Beneficjent jest zobowiązany do posiadania przynajmniej jednego profilu w mediach społecznościowych. Działania w mediach społecznościowych obejmują:



- Tworzenie relacji z odbiorcami, dialog, zachęcanie do wyrażania opinii



- „Słuchanie odbiorców”, reagowanie na ich potrzeby



- Używanie języka „wartości” i „korzyści”



- Dopasowanie treści do platformy i odbiorców



- Tworzenie angażujących treści, wykorzystywanie hashtagów



- Poszukiwanie nowych narzędzi promocji, takich jak webinary, podcasty, video reportaże i video poradniki.



Informacje na stronie internetowej i w mediach społecznościowych



Obowiązkowe informacje na stronie internetowej i w mediach społecznościowych:

- Tytuł projektu
- Fakt uzyskania wsparcia finansowego z Unii Europejskiej
- Zadania i działania w ramach projektu
- Grupy docelowe
- Cele projektu
- Efekty projektu
- Wartość projektu
- Wysokość wkładu Funduszy Europejskich

Jest to minimalny zakres informacji, obowiązkowy dla każdego projektu.

Informacje na stronie internetowej i w mediach społecznościowych



- Obowiązkowe jest zamieszczanie hashtagów:

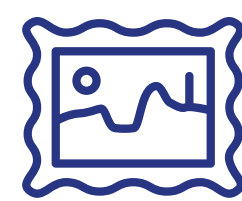
#FunduszeUE, #FunduszeEuropejskie #NaRozwójCyfrowy

Hasztagi w przypadku FERC:

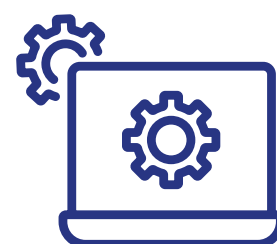
#FunduszeUE lub #FunduszeEuropejskie #NaRozwójCyfrowy

Hasztagi w przypadku KPO:

#FunduszeUE, #FunduszeEuropejskie #KPO, #KorzyściDlaCiebie, #NextGenerationEU



- Dodatkowo zaleca się wykorzystywanie: zdjęć, grafik, materiałów audiowizualnych oraz publikacje harmonogramów projektu.



- Zarówno profil w mediach społecznościowych, jak i oficjalna strona internetowa, na której zamieszczane są informacje na temat projektu, powinny być utrzymywane do końca jego realizacji. Treści powinny być aktualizowane na bieżąco.

Oznaczanie stron www i profili w mediach społecznościowych

Poprawne oznaczanie stron internetowych i/lub stron mediów społecznościowych to co najmniej umieszczenie w widocznym miejscu:

- zestawienia złożonego ze znaku KPO,
- barw RP oraz znaku NGEU,
- krótkiego opisu przedsięwzięcia (prosty i zwięzły język, bez żargonów i skrótów).

Opis powinien przedstawiać główne założenia przedsięwzięcia m.in.:

- cel/cele lub zadania,
 - grupy docelowe,
 - koszt przedsięwzięcia (wartość przedsięwzięcia i wartość dofinansowania z UE),
 - efekty/produkty/usługi/korzyści,
- (UWAGA: należy dbać o aktualność informacji).

Dodatkowo można zamieścić zdjęcia, grafiki, materiały audiowizualne oraz harmonogram przedsięwzięcia prezentujące jego główne etapy i postęp prac.

Zestawienie znaków i opis należy umieścić na głównej stronie lub istniejącej już podstronie (jeśli struktura serwisu/strony na to pozwala).



Oznaczanie stron www i profili w mediach społecznościowych

Można też utworzyć odrębną zakładkę/podstronę przeznaczoną specjalnie dla realizowanego przedsięwzięcia lub przedsięwzięć.

Ważne jest, aby użytkownikom łatwo było tam trafić (np. na stronie głównej powinien znaleźć się odnośnik do zakładki/podstrony z opisem przedsięwzięcia/przedsięwzięć).

Za dobrą praktykę uważa się umieszczanie zestawienia znaków (na www i aplikacjach mobilnych itp.) w taki sposób, aby symbol UE był widoczny w momencie wejścia użytkownika na stronę z opisem. To znaczy bez konieczności przewijania jej w dół.



Spotkania informacyjne na temat projektu

W przypadku organizacji spotkań informacyjnych na temat projektu, można oznaczyć je poprzez:

- wywieszenie przy wejściu do miejsca spotkania plakatu promocyjnego zawierającego odpowiednie zestawienie znaków,
- postawienie w widocznym miejscu, np. w miejscu prezentacji/przy mównicy, roll-upu czy ścianki promocyjnej zawierających odpowiednie zestawienie znaków,
- umieszczenie informacji o dofinansowaniu przedsięwzięcia/ inwestycji ze środków UE we wszystkich materiałach dotyczących spotkania lub projektu (np. drukowanych lub multimedialnych), które zostaną przekazane uczestnikom,
- należy również pamiętać o słownym poinformowaniu uczestników spotkania o uzyskanym dofinansowaniu z Unii Europejskiej podczas głównej części spotkania (np. prezentacji, wystąpienia czy dyskusji).



Pamiętaj!

Zgodnie z zapisami Umowy o dofinansowanie § 22 ust. 2 pkt 6 Instytucja pośrednicząca może wypowiedzieć Umowę z zachowaniem miesięcznego okresu wypowiedzenia w przypadku gdy:

Beneficjent nie dokonuje promocji Projektu w sposób określony w Umowie.



Gdzie uzyskać dodatkowe informacje?

- [Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta Funduszy Europejskich na lata 2021-2027 w zakresie informacji i promocji](#)
- [Księga Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021 – 2027](#)
- <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl>
- <https://www.gov.pl/web/cppc/mediaibeneficjenci>
- <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/fundusze-2021-2027/prawo-i-dokumenty/zasady-komunikacji-fe/>
- <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/fundusze-2021-2027/prawo-i-dokumenty/najczesciej-zadawane-pytania/>
- <https://www.funduszeuropejskie.gov.pl/strony/o-funduszach/fundusze-na-lata-2021-2027/krajowy-plan-odbudowy/dla-instytucji/dokumenty/strategia-promocji-i-informacji-kpo>
- <https://www.rozwojcyfrowy.gov.pl/strony/dowiedz-sie-wiecej-o-programie/promocja-programu/>





Dziękuję za uwagę!

Centrum Projektów Polska Cyfrowa
ul. Spokojna 13A
01-044 Warszawa

e-mail: cppc@cppc.gov.pl
telefon: + 48 22 315 22 00



Fundusze Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



KRAJOWY
PLAN
ODBUDOWY

Dofinansowane przez Unię Europejską – NextGenerationEU