



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Śląskie.
Pozytywna energia

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego
Wydział Europejskiego Funduszu Społecznego

PROMOCJA

Promocja projektów współfinansowanych z Europejskiego Funduszu Społecznego.

Listopad 2009

Publikacja współfinansowana ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Egzemplarz bezpłatny

Urząd Marszałkowski Województwa Śląskiego
Wydział Europejskiego Funduszu Społecznego
www.efs.silesia-region.pl
e-mail: efs@silesia-region.pl

Regionalny Punkt Informacyjny o Funduszach Europejskich
tel. 032 77 40 193

JAK POPRAWNIE PROWADZIĆ DZIAŁANIA PROMOCYJNE W RAMACH PO KL

I OBOWIĄZKI PROMOCYJNE DOTYCZĄCE FUNDUSZY UNIJNYCH.

Narodowa Strategia Spójności 2007-2013 (NSS) to nie tylko dokument regulujący zasady wdrażania funduszy strukturalnych w obecnym okresie programowania i nie tylko olbrzymi, liczony w dziesiątkach miliardów Euro budżet, ale także zakrojone na szeroką skalę działania promocyjne. Istniejącemu w społeczeństwie przekonaniu, iż pieniądze unijne nie potrzebują reklamy, został przeciwstawiony wyraźny obowiązek prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych na każdym szczeblu ich wykorzystania. Obowiązek ten w sposób jasny wynika z unijnych rozporządzeń i spoczywa kolejno na instytucjach odpowiedzialnych za koordynację, zarządzanie i wdrażanie poszczególnych programów operacyjnych, a także na beneficjentach – podmiotach realizujących projekty współfinansowane np. ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego. Innymi słowy – każdy, kto w chociażby najmniejszej części jest odpowiedzialny za prawidłowe wydatkowanie funduszy unijnych, ten jest zobligowany do poinformowania o tym fakcie ogółu społeczeństwa oraz osób, które w jakikolwiek sposób mogłyby z tych funduszy skorzystać. Poprzez różnego typu działania o charakterze informacyjno-promocyjnym, z unijnymi symbolami można zetknąć się nie tylko za pomocą środków masowego przekazu, ale pojawiają się coraz częściej również w przestrzeni i środowisku lokalnym.

Z czego wynikają obowiązki promocyjne?

- Rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006 z 11 lipca 2006 r. ustanawiające przepisy ogólne dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylające rozporządzenie (WE) nr 1260/1999 (art. 69)

Państwo członkowskie i instytucja zarządzająca programem operacyjnym dostarczają informacji na temat operacji i współfinansowanych programów oraz zapewniają ich promocję. Informacje takie kieruje się do obywateli Unii Europejskiej i beneficjentów w celu podkreślenia roli Wspólnoty i zapewnienia przejrzystości pomocy funduszy.

- Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1828 z 8 grudnia 2006 r. ustanawiające szczegółowe zasady wykonania rozporządzenia Rady (WE) nr 1083/2006 (Rozdział II, art. 2-10)

Beneficjenci są odpowiedzialni za informowanie opinii publicznej o pomocy otrzymanej z funduszy (...). Jeżeli operacja jest finansowana w ramach programu operacyjnego współfinansowanego z EFS, beneficjent jest odpowiedzialny za poinformowanie o tym finansowaniu wszystkich uczestników operacji. Beneficjent informuje w sposób wyraźny o fakcie, że realizowana operacja została wybrana w ramach programu operacyjnego współfinansowanego z EFS, EFRR lub Funduszu Spójności. Jakikolwiek dokument odnoszący się do operacji, w tym zaświadczenie o udziale lub innego rodzaju, zawiera informację o współfinansowaniu programu operacyjnego z EFS.

- Wytyczne w zakresie informacji i promocji (Narodowe Strategiczne Ramy Odniesienia - NSRO)
- Strategia Komunikacji Funduszy Europejskich (+ Księga identyfikacji wizualnej NSS)
- Plan Komunikacji PO KL 2007-2013 (+ Wytyczne dotyczące oznaczania projektów w ramach PO KL)
- Umowa o dofinansowanie projektu

Beneficjent zobowiązuje się do prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych kierowanych do opinii publicznej, informujących o finansowaniu realizacji projektu przez Unię Europejską (...)

Obowiązek informowania o współfinansowaniu projektu ze środków EFS dotyczy wszystkich projektów realizowanych w ramach PO KL, niezależnie od trybu wyboru projektów.

Główne cele działań promocyjnych na poziomie projektu:

- rekrutacja uczestników, działania skierowane do grupy docelowej projektu, najczęściej zawierające praktyczne informacje nt. jak przystąpić do projektu, gdzie szukać informacji itp.
- promocja problematyki, idei stanowiącej treść projektu (szczególnym przypadkiem są projekty w postaci kampanii informacyjno-promocyjnych, których celem jest promocja określonego zagadnienia np. przedsiębiorczości w Działaniu 6.2 lub edukacji przedszkolnej w Poddziałaniu 9.1.1)
- informowanie o postępach w realizacji działań merytorycznych
- upowszechnianie rezultatów – zwykle na zakończenie projektu w formie cyklu spotkań, konferencji, publikacji itp.
- Oprócz powyższych – uzależnionych od specyfiki projektu, jego celów, grupy docelowej, poszczególnych działań itp. – działania promocyjne mają ponadto służyć:
- przejrzystemu wydatkowaniu środków publicznych (odpowiednie oznakowanie i właściwie dystrybuowana informacja o projekcie stanowi komunikat dla społeczeństwa o zaangażowaniu środków płynących z budżetu Unii Europejskiej)
- promocja Unii Europejskiej i jej instrumentów (komunikat dla innych potencjalnych beneficjentów o możliwości pozyskania środków unijnych na dany cel oraz komunikat dla społeczeństwa o bezpośrednim wpływie członkostwa Polski w Unii Europejskiej na lokalną społeczność, jej otoczenie i problemy)

II CO SIĘ SKŁADA NA DZIAŁANIA PROMOCYJNE?

W ramach szeregu działań o wspólnej nazwie „promocja projektu” należy wyodrębnić dwa poziomy:

- oznaczanie projektu – materiałów, dokumentów, pomieszczeń, sprzętu itp.
- aktywne działania promocyjne – np. poprzez media, organizację spotkań, konferencji itp.



Oznaczanie:

1. Co powinno zostać oznaczone w ramach projektu?

W projektach dofinansowanych ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego w ramach Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki oznaczone muszą być:

- pomieszczenia, w których jest realizowany projekt
- sprzęt i wyposażenie zakupione w ramach projektu,
- materiały informacyjno-promocyjne, szkoleniowe, publikacje itp.
- strony internetowe
- dokumenty, umowy, miejsca pracy współfinansowane w ramach projektu, listy obecności ze spotkań
- **wszelkie inne produkty, usługi wytworzone w ramach projektu**

2. Jak poprawnie spełnić wymóg dotyczący oznaczania?

System wizualizacji Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki opiera się na wykorzystywaniu dwóch podstawowych **obowiązkowych** logotypów:

- logotyp Programu Operacyjnego Kapitał Ludzki,



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

lub



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

- logotyp Unii Europejskiej (dwanaście złotych pięcioramiennych gwiazd na błękitnym tle) z odwołaniem słownym do Unii Europejskiej i Europejskiego Funduszu Społecznego

przykładowe spośród dopuszczalnych wersji logotypu:



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
SPOŁECZNY

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



wraz z towarzyszącą im informacją o współfinansowaniu (stosowanie jej uzależnione jest od wielkości i rodzaju materiału informacyjno-promocyjnego) wraz z innymi logotypami uzupełniającymi i hasłami promocyjnymi dla PO KL.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Zakup współfinansowany
ze środków Unii Europejskiej w ramach
Europejskiego Funduszu Społecznego

Dla poprawnego oznaczenia istotne jest ponadto zastosowanie właściwego zestawienia logotypów. Podstawową formą ich zestawienia jest **ciąg poziomy, otwierany przez logotyp PO KL, a zamykany przez logotyp – flagę Unii Europejskiej**, natomiast wszelkie inne znaki graficzne (logo projektu, instytucji realizującej projekt, partnerów, herb miasta lub inne) można umieszczać pomiędzy ww. obowiązkowymi logotypami. Formułę informacji o współfinansowaniu oraz hasło Programu: „Człowiek – najlepsza inwestycja” należy umieścić w dowolnym miejscu materiału promocyjnego, jednakże nie mogą znaleźć się w ww. ciągu znaków.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



Logo
instytucji

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY



Człowiek - najlepsza inwestycja*

W informacji o współfinansowaniu **nie można** używać nazw: beneficjenta, instytucji pośredniczących i wdrażających, innych źródeł współfinansowania, oraz wszelkich innych informacji, które mogłyby sprawić, że przekaz o udziale środków Europejskiego Funduszu Społecznego będzie nieczytelny i mało przejrzysty. Dopuszcza się, aby w informacji o współfinansowaniu używać nazw projektów dofinansowanych ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego.

Ze względu na wielkość danego materiału, a także technikę jego wykonania **Wytoczne dotyczące oznaczenia projektów w ramach PO KL** dopuszczają dwa warianty stosowania oznaczeń, które opisuje poniższa tabela. Należy mieć na uwadze, iż Instytucja Zarządzająca PO KL rekomenduje stosowanie wariantu podstawowego w każdym przypadku, gdy warunki techniczne to umożliwiają.

Wariant podstawowy:

Przykłady materiału promocyjnego	Elementy wizualizacji
<p>1. duże materiały:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) tablice informacyjne, pamiątkowe, reklamowe b) billboardy, plakaty, c) bannery, standy, roll-up, ścianki konferencyjne, d) namioty, stoiska wystawowe itp. <p>2. materiały drukowane:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) publikacje np. dokumenty, broszury, ulotki itp., b) notatniki, dyplomy, certyfikaty, c) informacje prasowe, reklamy i ogłoszenia prasowe, d) reklamy i ogłoszenia internetowe, e) teczki firmowe, kalendarze itp. <p>3. strony internetowe, bazy danych</p> <p>4. filmy i reklamy telewizyjne</p> <p>5. prezentacje Power Point</p> <p>6. naklejki na sprzęt i wyposażenie informujące o współfinansowaniu</p>	<p>materiały informacyjne i promocyjne muszą zawierać co najmniej obowiązkowo:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Logo PO KL 2. Flaga Unii Europejskiej z odwołaniem do Unii Europejskiej i Europejskiego Funduszu Społecznego 3. Hasło określone dla PO KL (w przypadku materiałów 1c-6 stosowanie hasła nie jest obowiązkowe, jest tylko zalecane) 4. informacja o współfinansowaniu

Wariant minimalny:

Przykłady materiału promocyjnego	Elementy wizualizacji
<p>1. małe materiały:</p> <p>a) gadżety, b) nadruki na płytach CD/DVD itp.,</p> <p>2. materiały drukowane:</p> <p>a) papier firmowy, b) bilety wizytowe, c) karty grzecznościowe, d) koperty,</p>	<p>materiały informacyjne i promocyjne muszą zawierać co najmniej obowiązkowo:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Logo PO KL2. Flaga Unii Europejskiej z odwołaniem do Unii Europejskiej

III GADŻETY PROMOCYJNE

Zgodnie ze stanowiskiem Instytucji Zarządzającej PO KL: Gadżety jako materiały promocyjne powinny być stosowane tylko w uzasadnionych przypadkach. Instytucja Zarządzająca rekomenduje ograniczenie tej formy promocji jako charakteryzującej się stosunkowo niską efektywnością oraz ewentualny wybór gadżetów ściśle powiązanych z realizowanymi działaniami i dopasowanych do potrzeb uczestników projektu.

Wskazane jest ponadto, aby gadżety produkowane w ramach projektów cechowały się wartością dodaną, np. poprzez zlecenie ich produkcji podmiotom ekonomii społecznej czy podmiotom utworzonym dzięki wsparciu EFS. Należy pamiętać również o zachowaniu zasady zrównoważonego rozwoju, produkując np. materiały posiadające walor ekologiczny.

W przypadku gadżetów, szczególnie tych o niewielkich rozmiarach, nie musi pojawiać się informacja o współfinansowaniu, wystarczy jak pojawią się logotypy PO KL i flaga UE z odniesieniem słownym do Unii Europejskiej

IV BŁĘDY DOTYCZĄCE PROMOCJI NAJCZĘŚCIEJ POPEŁNIANE PRZEZ PROJEKTODAWCÓW PO KL:

Planowanie działań promocyjnych w projekcie:

- brak zadania, jakim jest promocja projektu
- złe dopasowanie kanałów lub narzędzi promocji do grupy docelowej projektu (np. promocja w Internecie skierowana do osób bezdomnych lub osadzonych)
- brak rozeznania lokalnego / regionalnego rynku mediów
- niedopasowane do cen rynkowych koszty promocji (np. koszty ogłoszeń prasowych, spotów, stron internetowych)
- brak spójności pomiędzy promocją i innymi zadaniami w projekcie

Błędy w oznaczaniu:

- brak informacji o współfinansowaniu
- użycie w informacji o współfinansowaniu skrótów: UE, EFS – obowiązują pełne nazwy
- wprowadzanie dodatkowych informacji – np. nazwy beneficjenta, instytucji, nazwy Programu, Prioritytetu, Działania, montażu finansowego, numeru umowy itp.
- błędne logotypy lub ich brak (użycie nieaktualnego logotypu, niepoprawna wersja kolorystyczna, naruszone proporcje itp.)
- błędne zestawienia logotypów
- brak hasła PO KL na tablicach, plakatach itp.
- informacja o współfinansowaniu wraz z logotypami zajmuje mniej niż 15% powierzchni plakatu, tablicy

W planowaniu działań promocyjnych w projekcie należy ponadto pamiętać o konieczności stosowania *prawa zamówień publicznych* lub *zasady konkurencyjności*!

V GDZIE SZUKAĆ INFORMACJI?

Dokumenty dotyczące prowadzenia działań promocyjnych w ramach PO KL, a także obowiązkowe logotypy są dostępne na stronie internetowej Instytucji Pośredniczącej dla PO KL w województwie śląskim: www.efs.silesia-region.pl w zakładce „Promocja”.

Wszelkie pytania dotyczące promocji można kierować na adres e-mail: efs@silesia-region.pl lub bezpośrednio do pracowników Referatu Pomocy Technicznej, informacji i promocji Wydziału EFS Urzędu Marszałkowskiego Województwa Śląskiego.

Niniejszy dokument nie zwalnia projektodawcy od zapoznania się z ww. obowiązującymi dokumentami, w szczególności z *Wytycznymi dotyczącymi oznaczania projektów w ramach PO KL*.