Informacja i promocja projektów współfinansowanych ze środków UE – obowiązki, narzędzia i dobre praktyki komunikacyjne

Piotr Berta
22.08.2025

Pomoc Techniczna dla Funduszy Europejskich

Rzeczpospolita Polska

Dofinansowane przez Unię Europejską

Centrum Koordynacji Projektów Środowiskowych

Cel szkolenia

Zrozumienie obowiązków informacyjno-promocyjnych beneficjenta w perspektywie 2021–2027.

Poznanie zasad stosowania znaków: Fundusze Europejskie, barwy RP oraz Unia Europejska.

Wypracowanie standardu jakości treści: jasność, zgodność z projektem, dostępność.

Przećwiczenie narzędzi: strona www, social media, materiały drukowane i wideo.
Przygotowanie checklist i szablonów do bieżącej pracy zespołu projektu.

Agenda

10:00–10:15 – Otwarcie, cele, agenda.

10:15–11:30 – Blok I: Obowiązki beneficjenta (prawo, oznakowanie, raportowanie).

11:45–13:00 – Blok II: Tworzenie treści i dobre praktyki w Social Mediach, WWW, druku.

13:15–14:30 – Blok III: Dostępność (WCAG), równość i współpraca z mediami.

14:45–15:00 – Podsumowanie i sesja pytań.

Blok I

Znaczenie

Wymóg prawny i warunek rozliczenia projektu.

Transparentność wydatkowania środków publicznych i budowanie zaufania.

Zwiększanie zasięgu rezultatów oraz popularyzacja rozwiązań.

Wzmacnianie marki programu oraz beneficjenta w otoczeniu społecznym.

Lepsza rekrutacja uczestników/odbiorców – realny wpływ na wskaźniki.

Dokumenty

Wytyczne dot. informacji i promocji + Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta.

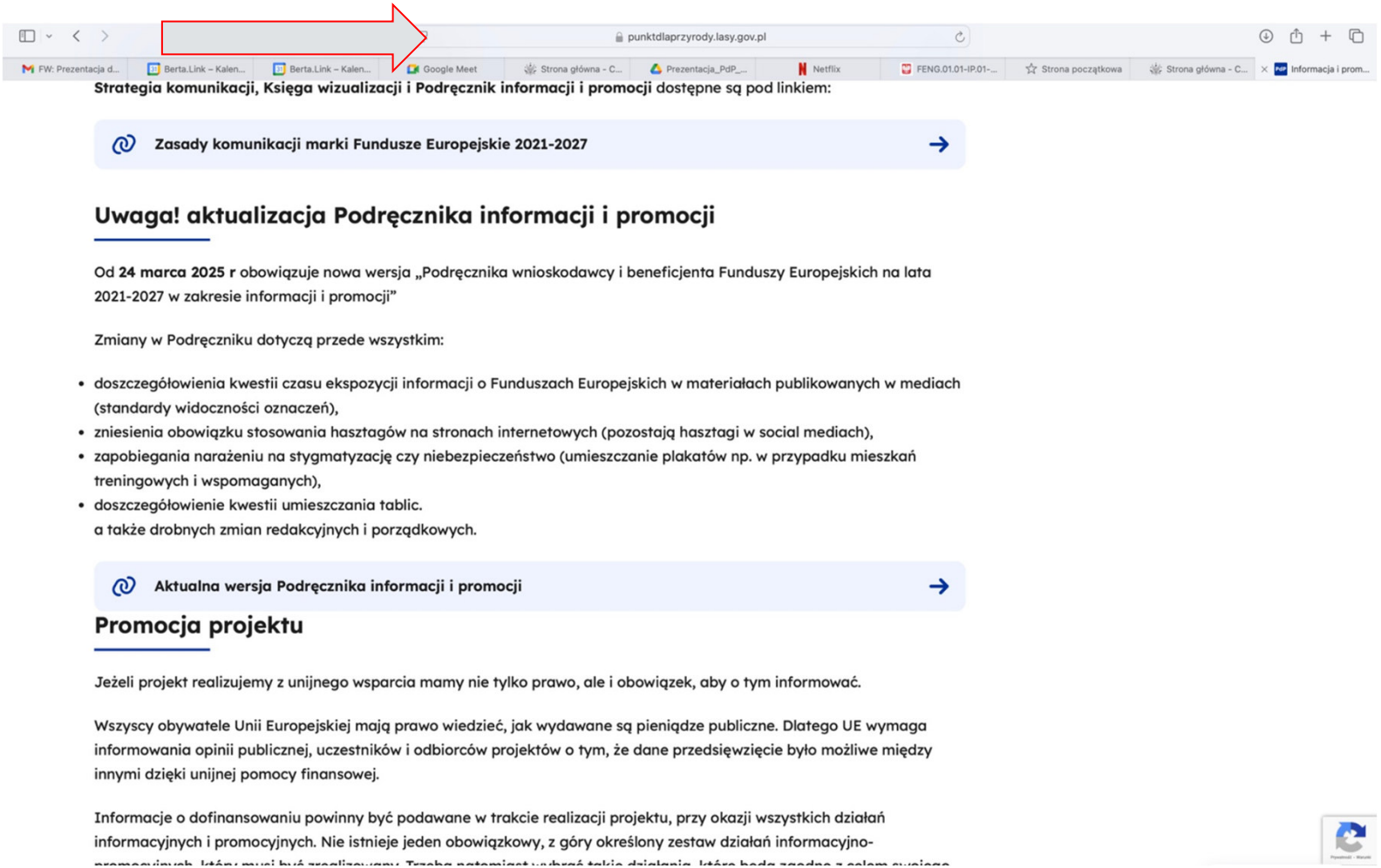
Księga Tożsamości Wizualnej marki FE (znaki, kolory, typografia, układy).

Strategia komunikacji FE 2021–2027 (cele, grupy, kanały).

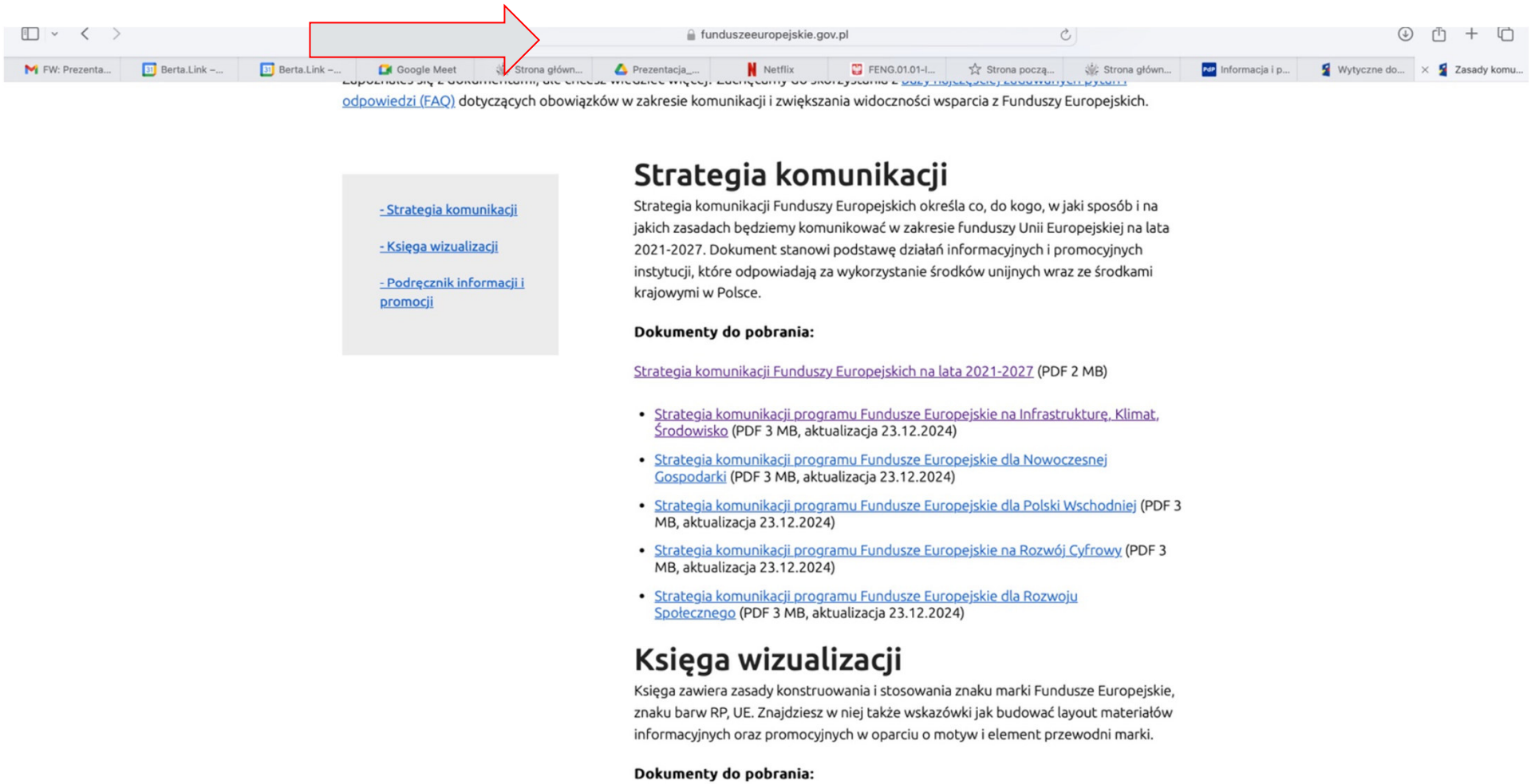
Materiały Punktu dla Przyrody: praktyczne wskazówki dla projektów środowiskowych.

Zawsze sprawdzaj aktualizacje dokumentów na portalu FE.

Dokumenty


punktdlaprzyrody.lasy.gov.pl
FW: Prezentacja d...
Berta.Link – Kalen...
Berta.Link – Kalen...
Google Meet
Strona główna - C...
Prezentacja_PdP_...
Netflix
FENG.01.01-IP.01-...
Strona początkowa
Strona główna - C...
Informacja i prom...
Strategia komunikacji, Księga wizualizacji i Podręcznik informacji i promocji dostępne są pod linkiem:
Zasady komunikacji marki Fundusze Europejskie 2021-2027
Uwaga! aktualizacja Podręcznika informacji i promocji
Od 24 marca 2025 r obowiązuje nowa wersja „Podręcznika wnioskodawcy i beneficjenta Funduszy Europejskich na lata 2021-2027 w zakresie informacji i promocji"
Zmiany w Podręczniku dotyczą przede wszystkim:
doszczegółowienia kwestii czasu ekspozycji informacji o Funduszach Europejskich w materiałach publikowanych w mediach (standardy widoczności oznaczeń),
zniesienia obowiązku stosowania hasztagów na stronach internetowych (pozostają hasztagi w social mediach),
zapobiegania narażeniu na stygmatyzację czy niebezpieczeństwo (umieszczanie plakatów np. w przypadku mieszkań treningowych i wspomaganych),
doszczegółowienie kwestii umieszczania tablic.
a także drobnych zmian redakcyjnych i porządkowych.
Aktualna wersja Podręcznika informacji i promocji
Promocja projektu
Jeżeli projekt realizujemy z unijnego wsparcia mamy nie tylko prawo, ale i obowiązek, aby o tym informować.
Wszyscy obywatele Unii Europejskiej mają prawo wiedzieć, jak wydawane są pieniądze publiczne. Dlatego UE wymaga informowania opinii publicznej, uczestników i odbiorców projektów o tym, że dane przedsięwzięcie było możliwe między innymi dzięki unijnej pomocy finansowej.
Informacje o dofinansowaniu powinny być podawane w trakcie realizacji projektu, przy okazji wszystkich działań informacyjnych i promocyjnych. Nie istnieje jeden obowiązkowy, z góry określony zestaw działań informacyjno-

Dokumenty


funduszeeuropejskie.gov.pl
odpowiedzi (FAQ) dotyczących obowiązków w zakresie komunikacji i zwiększania widoczności wsparcia z Funduszy Europejskich.
- Strategia komunikacji
- Księga wizualizacji
- Podręcznik informacji i promocji
Strategia komunikacji
Strategia komunikacji Funduszy Europejskich określa co, do kogo, w jaki sposób i na jakich zasadach będziemy komunikować w zakresie funduszy Unii Europejskiej na lata 2021-2027. Dokument stanowi podstawę działań informacyjnych i promocyjnych instytucji, które odpowiadają za wykorzystanie środków unijnych wraz ze środkami krajowymi w Polsce.
Dokumenty do pobrania:
Strategia komunikacji Funduszy Europejskich na lata 2021-2027 (PDF 2 MB)
Strategia komunikacji programu Fundusze Europejskie na Infrastrukturę, Klimat, Środowisko (PDF 3 MB, aktualizacja 23.12.2024)
Strategia komunikacji programu Fundusze Europejskie dla Nowoczesnej Gospodarki (PDF 3 MB, aktualizacja 23.12.2024)
Strategia komunikacji programu Fundusze Europejskie dla Polski Wschodniej (PDF 3 MB, aktualizacja 23.12.2024)
Strategia komunikacji programu Fundusze Europejskie na Rozwój Cyfrowy (PDF 3 MB, aktualizacja 23.12.2024)
Strategia komunikacji programu Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego (PDF 3 MB, aktualizacja 23.12.2024)
Księga wizualizacji
Księga zawiera zasady konstruowania i stosowania znaku marki Fundusze Europejskie, znaku barw RP, UE. Znajdziesz w niej także wskazówki jak budować layout materiałów informacyjnych oraz promocyjnych w oparciu o motyw i element przewodni marki.
Dokumenty do pobrania:

Umowa (FeNIKS)

§19 Komunikacja i widoczność

Obowiązek informowania o dofinansowaniu Projektu z UE.

Podstawa: rozporządzenie 2021/1060 (załącznik IX).

Szczegółowe wymogi: załącznik nr 17 do Umowy.

Obowiązki przez cały okres realizacji i trwałości Projektu.

Umowa (FeNIKS)

Oznakowanie

Umieszczanie znaków: Fundusze Europejskie, barwy RP, UE.

Na wszystkich materiałach promocyjnych, dokumentach i publikacjach.

Na produktach, sprzęcie, pojazdach – poprzez naklejki.

Na stronie www Beneficjenta i w mediach społecznościowych.

Umowa (FeNIKS)

Projekty >10 000 000 EUR lub strategiczne: obowiązek organizacji wydarzenia.

Przykłady: konferencja prasowa, wydarzenie branżowe, otwarcie inwestycji.

Zaproszenia min. 4 tygodnie wcześniej do KE, IZ, IP, IW.

Beneficjent dokumentuje wszystkie działania promocyjne.

Umowa (FeNIKS)

Projekty >5 mln EUR: obowiązek informowania IZ, IP, IW o wydarzeniach.

Brak działań → pomniejszenie dofinansowania do 3%.

Beneficjent musi nabywać prawa autorskie do materiałów promocyjnych.

Obowiązek udostępniania materiałów KE, IZ, IP, IW.

Wzory tablic, plakatów, naklejek: Księga Tożsamości Wizualnej FE 2021–2027.

Obowiązki

Wyeksponowanie informacji o dofinansowaniu UE we wszystkich działaniach.

Stosowanie obowiązkowego zestawu znaków w prawidłowej formie i skali.

Zapewnienie widoczności na miejscu realizacji (tablica/plakat, oznakowania).

Stałe utrzymanie oznaczeń w trakcie i – gdy dotyczy – w okresie trwałości.

Archiwizacja dowodów i raportowanie do instytucji prowadzącej.

Zasięg wytycznych

Wszystkie materiały powstające w związku z projektem i jego komunikacją.

Druk, WWW, mailing, wydarzenia, wideo/audio, prezentacje, dokumenty.

Materiały partnerów/podwykonawców realizowane na rzecz projektu.

Wersje językowe – spójność oznakowania w każdym wariancie.

Wyjątki wymagają zgody instytucji prowadzącej (IP/IW).

Zestaw znaków

Znak „Fundusze Europejskie” (wariant programu/priorytetu – gdy wymagane).

Znak „Barwy Rzeczypospolitej Polskiej” (zgodny z Księgą Marki FE).

Znak „Unia Europejska” (flaga UE z podpisem „Unia Europejska”).

Dodatkowe znaki – tylko gdy przewiduje to program/instytucja.

Zachowanie pola ochronnego, proporcji, czytelności i kontrastu.

Zestaw znaków

Pomoc Techniczna
dla Funduszy Europejskich

Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską

Centrum Koordynacji
Projektów Środowiskowych

Współwystępowanie

Maksymalnie dozwolona liczba znaków – zgodnie z wytycznymi programu.

Brak modyfikacji: zakaz zniekształceń, skrótów, cieni, efektów i ramek.

Tło preferowane: jasne/neutralne zapewniające czytelność znaków.

Skalowanie proporcjonalne – nie naruszaj minimalnych rozmiarów.

Znaki programów regionalnych – dodaj herb/logo województwa, jeśli dotyczy.

Kolejność

Stosuj kolejność i układ rekomendowany w Księdze Marki FE.

Utrzymuj równą linię podstawy i optyczny balans na osi poziomej.

Pole ochronne: nie umieszczaj treści ani innych znaków w strefie odstępu.

Wersje poziome/pionowe – wybieraj zgodnie z formatem materiału.

Wersje na ciemnym tle – używaj zatwierdzonych wariantów kolorystycznych.

Czytelność

Nie schodź poniżej wskazanych w Księdze Marki minimów wysokości znaków.

Zapewnij wyraźne krawędzie i kontrast przy druku i w kanałach cyfrowych.

Na ekranach mobilnych testuj czytelność w 100% i 125% powiększeniu.

Zachowaj ostrość: używaj plików wektorowych/300 dpi do druku.

Unikaj kompresji stratnej, która degraduje logotypy (np. zbyt agresywne JPG).

Druk

Okładka/strona tytułowa: pełny zestaw znaków i informacja o dofinansowaniu.

Wnętrze: stopki z krótką formułą informacyjną (jeśli brak miejsca na znaki).

Plakaty, ulotki, banery – zachowaj proporcje i minimalne marginesy.

Publikacje wielostronicowe – spis treści + stopka na końcu z informacją UE.

Materiały gadżetowe – stosuj znaki tylko tam, gdzie jest gwarancja czytelności.

Materiały cyfrowe

Widoczny zestaw znaków na stronie projektu (nagłówek/stopka).

Pierwszy/ostatni slajd prezentacji: pełny zestaw znaków i formuła UE.

Raporty PDF: strona tytułowa + metadane dokumentu z info o dofinansowaniu.

Pliki do pobrania – nazewnictwo z krótkim opisem projektu i programem.

Responsywność i dostępność (kontrast, alt-text, kolejność fokusu).

Dokumenty

Szablony pism, umów, notatek – stopka z informacją o dofinansowaniu.

E-mail: podpis z krótką formułą i linkiem do strony projektu.

Zamówienia publiczne: SIWZ/OPZ z wymogami dot. widoczności UE.

Oferty i raporty wykonawców: obowiązek stosowania właściwych znaków.

Archiwizuj korespondencję jako dowód działań informacyjnych.

Tablice i plakaty

Plakat A3 lub tablica informacyjna – od startu projektu w miejscu widocznym.

Treści: tytuł projektu, beneficjent, informacja o dofinansowaniu, adres portalu.

Format i układ – zgodnie ze wzorem programu (bez modyfikacji szablonu).

Utrzymanie tablicy w dobrym stanie przez okres realizacji i trwałości

Możliwość umieszczenia jednej tablicy zbiorczej dla kilku realizowanych projektów w tym samym miejscu.

Tablice i plakaty

Inwestycje/infrastruktura: tablica informacyjna o odpowiednim rozmiarze.

Projekty miękkie/krótkie: minimum plakat A3 w miejscu realizacji.

Wydarzenia cykliczne: dodatkowe oznaczenia tymczasowe (roll-up, plansze).

Dla obiektów wielopunktowych – rozważ kilka lokalizacji plakatów.

Zawsze sprawdź wymogi programu/instytucji dla progów i terminów.

Kolory dedykowane – każdy program FE ma przypisany kolor identyfikacyjny (np. FEnIKS – zielony, Fundusze dla Rozwoju Społecznego – fioletowy).

Tablice (2)

Obowiązek dla projektów infrastrukturalnych i budowlanych o wartości powyżej 500 000 EUR.

Tablicę informacyjną musisz umieścić niezwłocznie po rozpoczęciu fizycznej realizacji projektu obejmującego inwestycje rzeczowe lub zainstalowaniu zakupionego sprzętu.

Tablica informacyjna musi być wyeksponowana w okresie realizacji projektu oraz w okresie jego trwałości. Okres trwałości projektu jest określony w umowie o dofinansowanie.

W przypadku projektów dofinansowanych z priorytetów pomocy technicznej krajowych i regionalnych programów tablica musi być umieszczona przez okres 3 lat od zakończenia realizacji projektu.

Projekty tablic są przygotowane w trzech wymiarach: 80/40 cm, 120/60 cm i 240/120 cm.

Tablice (3)

Fundusze Europejskie
Dofinansowane przez Unię Europejską
[To jest miejsce na tytuł projektu w jednym, dwóch lub trzech wierszach]
Beneficjent: [Nazwa beneficjenta do uzupełnienia w jednym lub dwóch wierszach]
www.mapadotacji.gov.pl

Fundusze Europejskie
Dofinansowane przez Unię Europejską
[To jest miejsce na tytuł projektu w jednym, dwóch lub trzech wierszach]
Beneficjent: [Nazwa beneficjenta do uzupełnienia w jednym lub dwóch wierszach]
www.mapadotacji.gov.pl

Tablice (4)

Pomoc Techniczna dla Funduszy Europejskich | Rzeczpospolita Polska | Dofinansowane przez Unię Europejską | Centrum Koordynacji Projektów Środowiskowych

Tablice i plakaty

Naklejki

Naklejki niezbędne do oznaczeń

Minimalny wymiar naklejki: 14 × 8 cm.
Naklejkami oznacza się:

- sprzęt, pojazdy, aparaturę, urządzenia,
- meble, wyposażenie, produkty zakupione w projekcie.

Naklejka musi zawierać zestaw znaków (FE, UE, barwy RP).

Tablica pamiątkowa

Trwałe, odporne materiały i mocowanie w miejscu widocznym.

Pełny zestaw znaków, tytuł i informacja o źródle dofinansowania.

Uzgodnij z właścicielem obiektu i administratorem przestrzeni.

Tablica informacyjna jest tożsama z tablicą pamiątkową, więc nie ma potrzeby stosowania oddzielnych tablic informacyjnych i pamiątkowych.

Strona internetowa

Opis projektu: cele, finansowanie, rezultaty, okres realizacji, kontakt.

Widoczny zestaw znaków + informacja o współfinansowaniu UE.

Aktualności i postępy – minimum raz na kwartał przy długich projektach.

Dostępność: kontrast, alt-texty, nawigacja klawiaturą, czytelny język.

Polityka prywatności i RODO – gdy gromadzisz dane (np. formularze).

Media społecznościowe

Avatar/baner z zestawem znaków – gdy to profil dedykowany projektowi.

W każdym poście: wzmianka o dofinansowaniu lub stała informacja w bio.

Materiały graficzne z poprawnym układem i kontrastem.

Hashtagi programu/priorytetu i geotagi (jeśli adekwatne).

Zasada czytelności na ekranach mobilnych – testuj prewencyjnie.

Wydarzenia

Roll-upy, banery, prezentacje z zestawem znaków.

Plansze otwierające/zamykające z informacją o UE (przy transmisjach).

Strefy rejestracji i informacyjne z widocznymi znakami.

Informacje dla prelegentów i partnerów dot. obowiązków promocyjnych.

Dokumentacja fotograficzna/wideo dla sprawozdawczości.

Wideo i audio

Plansza początkowa/końcowa ze znakami i krótką formułą.

Wersje z napisami (CC) i transkrypcją – standard dostępności.

Audiodeskrypcja – dla treści informacyjnych, gdy to uzasadnione.

Wzmianka werbalna o dofinansowaniu przy podcastach/wywiadach.

Archiwizacja plików źródłowych, miniaturek i scenorysów.

Zamówienia publiczne

W OPZ/SIWZ opisz wymagania dot. identyfikacji i dostępności.

Wymagaj plików źródłowych i przekazania praw do modyfikacji.

Kontroluj próbki (proofy) i prototypy przed produkcją.

W umowie uwzględnij kary za niezgodność oznakowania.

Zdefiniuj zasady zatwierdzania materiałów(workflow).

Audyt

Instytucja pośrednicząca może weryfikować oznakowanie i komunikaty.

Sprawdzaj zgodność z Księgą Marki i Podręcznikiem na etapach akceptacji.

Prowadź rejestr materiałów z datami publikacji i zasięgiem.

Uzupełniaj braki niezwłocznie – korekty, erraty, ponowna publikacja.

Przygotuj zespół na kontrolę – komplet dowodów i opis procedur.

Archiwizacja

Zrzuty ekranu postów/stron, kopie plików, zdjęcia tablic i wydarzeń.

Statystyki: zasięgi, wejścia, wyświetlenia, liczby uczestników.

Rejestr publikacji (data, kanał, tytuł, link, odpowiedzialny).

Zachowuj pliki źródłowe (otwarte formaty) i wersje finalne.

Backup w repozytorium zespołu + dostęp dla kontrolujących.

Pomoc Techniczna dla Funduszy Europejskich
Rzeczpospolita Polska
Dofinansowane przez Unię Europejską
Centrum Koordynacji Projektów Środowiskowych

Błędy

Nieprawidłowa kolejność/wielkość znaków– korzystaj z szablonów.

Zbyt niski kontrast i brak alt-textów – sprawdzaj WCAG.

Brak informacji o dofinansowaniu w bio/profilach – uzupełnij stałe sekcje.

Nieczytelne tablice/plakaty – używaj właściwych formatów i materiałów.

Braki w dokumentacji – prowadź rejestr i rób kopie dowodowe.

Alt-text – tekst alternatywny do grafiki.

Pomoc Techniczna dla Funduszy Europejskich
Rzeczpospolita Polska
Dofinansowane przez Unię Europejską
Centrum Koordynacji Projektów Środowiskowych

Raportowanie

Co raportować?

- zdjęcia i screeny z wydarzeń, publikacje prasowe, posty w mediach społecznościowych,materiały promocyjne (ulotki, plakaty, gadżety), listy obecności, nagrania, raporty z mediów.

Kiedy?

- na bieżąco podczas realizacji projektu, w sprawozdaniach okresowych, w raporcie końcowym.

Jak dokumentować?

- archiwizacja cyfrowa (PDF, screeny, zdjęcia), rejestr działań promocyjnych (excel/checklista), zachowanie oryginałów materiałów (jeśli to możliwe)

Raportowanie

Wytyczne dot. informacji i promocji – obowiązek stosowania logotypów, tablic, raportowania.
Podręcznik wnioskodawcy i beneficjenta – przykłady działań komunikacyjnych krok po kroku.
Księga Tożsamości Wizualnej FE – kolory, typografia, układ logotypów.
Strategia komunikacji FE 2021–2027 – cele: budowa zaufania, przejrzystość; grupy: obywatele, beneficjenci, media; kanały: media społecznościowe, strona FE, wydarzenia lokalne.

Taryfikator

Obowiązek	Uchybienie	Wielkość pomniejszenia kwoty dofinansowania
Umieszczenia krótkiego opisu Projektu na oficjalnej stronie internetowej Beneficjenta, jeśli ją posiada.	Brak opisu Projektu na oficjalnej stronie internetowej Beneficjenta, jeśli ją posiada lub Brak w umieszczonym opisie Projektu informacji o fakcie otrzymania wsparcia finansowego z Unii Europejskiej	0,5%
Umieszczenia krótkiego opisu Projektu na stronach mediów społecznościowych Beneficjenta.	Brak opisu Projektu na stronach mediów społecznościowych Beneficjenta lub Brak w umieszczonym opisie Projektu informacji o fakcie otrzymania wsparcia finansowego z Unii Europejskiej	0,5%
Umieszczenie w widoczny sposób znaku Funduszy Europejskich, znaku barw Rzeczypospolitej Polskiej	Nieumieszczenie znaków w którymkolwiek działaniu, dokumencie, materiale	0,25%

Taryfikator

Obowiązek	Uchybienie	Wielkość pomniejszenia kwoty dofinansowania
Umieszczenie w miejscu realizacji Projektu trwałej tablicy informacyjnej podkreślającej fakt otrzymania dofinansowania z UE, niezwłocznie po rozpoczęciu fizycznej realizacji Projektu obejmującego inwestycje rzeczowe lub zainstalowaniu zakupionego sprzętu	Nie umieszczenie tablicy Umieszczenie tablicy informacyjnej niezgodnie z wzorem określonym w załączniku do Umowy Umieszczenie tablicy informacyjnej w miejscu niewidocznym lub mało widocznym dla społeczeństwa	0,25-0,5%
Umieszczenie w widocznym miejscu realizacji Projektu przynajmniej jednego trwałego plakatu o minimalnym formacie A3 lub podobnej wielkości elektronicznego wyświetlacza, podkreślającego fakt otrzymania dofinansowania z UE.	Nie umieszczenie tablicy Umieszczenie tablicy informacyjnej niezgodnie z wzorem określonym w załączniku do Umowy Umieszczenie tablicy informacyjnej w miejscu niewidocznym lub mało widocznym dla społeczeństwa	0,25-0,5%

Taryfikator

Obowiązek	Uchybienie	Wielkość pomniejszenia kwoty dofinansowania
Zorganizowanie wydarzenia lub działania informacyjno-promocyjnego (np. konferencja prasowa, wydarzenie promujące projekt, prezentacja projektu na targach branżowych) w ważnym momencie realizacji projektu, np. na otwarcie projektu, zakończenie projektu lub jego ważnego etapu np. rozpoczęcie inwestycji, oddanie inwestycji do użytkowania itp. Do udziału w wydarzeniu informacyjno-promocyjnym należy zaprosić z co najmniej 4-tygodniowym wyprzedzeniem przedstawicieli KE i IZ za pośrednictwem poczty elektronicznej	Niezorganizowanie wydarzenia lub działania informacyjno-promocyjnego lub Niezaproszenie do udziału w wydarzeniu informacyjno-promocyjnym przedstawicieli KE odpowiedniej IZ	0,5%

Maksymalna wielkość pomniejszenia za wszystkie uchybienia nie może przekroczyć 3% kwoty dofinansowania.

Blok II

Tworzenie treści

Cel komunikacji: informować, angażować, inspirować do działania.

Dobór kanałów do grup docelowych – na podstawie strategii projektu.

Spójność wizualna i językowa z marką FE i instytucją.

Plan publikacji: rytm, formaty, odpowiedzialności.

Etyka i wiarygodność: fakty, źródła, prawa autorskie.

Język korzyści

Pisanie o potrzebie i zmianie, nie tylko o działaniach.

Proste zdania, aktywny czas, unikanie żargonu.

Wskazuj konkrety: liczby, lokalizacje, terminy.

Zamykaj call-to-action: co odbiorca może zrobić teraz.

Dopasuj rejestr do medium (WWW vs Social Media vs druk).

Jasny i prosty język

Jedna myśl na zdanie, jeden temat na akapit.

Nagłówki opisowe, listy punktowane, wyróżnienia.

Wyjaśnij skróty przy pierwszym użyciu.

Używaj liczb i przykładów zamiast ogólników.

Test czytelności: głośne czytanie, feedback osoby spoza projektu.

Zgodność z celami

Mapuj treści do wskaźników i rezultatów.

Unikaj obietnic wykraczających poza zakres projektu.

Wskazuj powiązanie z politykami horyzontalnymi.

Sprawdzaj, czy treść wspiera rekrutację/rezultaty.

Każdy wpis ma cel: informacyjny, rekrutacyjny, edukacyjny.

Artykuł

Lead: kontekst, problem, cel projektu.

Trzon: działania, partnerzy, harmonogram.

Rezultaty i korzyści dla odbiorców/społeczności.

Finansowanie: % i źródła, informacja o UE.

Kontakt i linki do dalszych informacji.

Artykuł

Open Sans Bold 42/50 pt
Fundusze Europejskie
Luptatem. Nam qui ut eaque verum explam aspis dem quis quam fugiatis voloriae veriatum eos maximagnis quae soluptusda porum ut estio. Orerio officiis venis molestrum fuga. Itat ut quis pores eat quaspic.
Luptatem. Nam qui ut eaque verum explam aspis dem quis quam fugiatis voloriae veriatum eos maximagnis quae soluptusda po ut quis pores eat quaspic.
www.loremipsum.pl
Fundusze Europejskie
Rzeczpospolita Polska
Dofinansowane przez Unię Europejską

Grafika

Korzystaj z układów rekomendowanych w Księdze Marki FE.

Stałe marginesy i pola ochronne wokółznaków.

Hierarchia: nagłówek, obraz, lead, CTA.

Jednolita typografia i interlinia.

Test miniatur: czytelność w feedzie i na telefonie.

Typografia

Dwa–trzy stopnie pisma: tytuł, śródtytuł, tekst.

Kontrast rozmiaru i wagi, nie kolorami.

Bezszeryfowe kroje dla ekranów, dobre kerningi.

Minimalny rozmiar tekstu dla druku i mobilu.

Znak wodny/tekst na obrazie – dodaj tło półtransparentne.

Kolory marki FE

Kolor wiodący programu + uzupełniające akcenty.

Kontrast spełniający WCAG (min. 4.5:1 dla tekstu).

Oszczędnie z gradientami i efektami.

Spójność z roll-upami, tablicami i WWW.

Wersje na jasnym i ciemnym tle – test odbioru.

Fotografie i ilustracje

Preferuj zdjęcia własne z projektu – prawa do wizerunku.

Unikaj „stockowego” wyglądu; autentyczność ponad pozory.

Opisuj zdjęcia alt-textem i podpisem(kto/co/gdzie/kiedy).

Zgody rodziców/opiekunów dla nieletnich.

Etyka: nie stygmatyzuj grup wrażliwych.

Alt-text – tekst alternatywny do grafiki.

Ikony i piktogramy

Zestawy zgodne z estetyką marki FE.

Konsekwentna grubość linii i rozmiary.

Nie używaj ikon zamiast tekstu kluczowego.

Zachowaj alt-text lub etykietę dla czytników.

Test na jednolitym kontraście tła.

Alt-text – tekst alternatywny do grafiki.

Platformy

Zgodność z zasadami oznaczania treści sponsorowanych.

Link w bio i skracacze – transparentność przekierowań.

Prawa autorskie do muzyki, zdjęć, fontów.

Polityka komentarzy i moderacji – reaguj na hejt/dezinformację.

Backup treści – eksport archiwów.

Pomoc Techniczna dla Funduszy Europejskich
Rzeczpospolita Polska
Dofinansowane przez Unię Europejską
Centrum Koordynacji Projektów Środowiskowych

Wideo

Hook w pierwszych 3–5 sekundach, tytuł na ekranie.

Napisy automatyczne skorygowane ręcznie.

Miniatura z czytelnym tytułem i znakami.

Maks. 60–90 sekund; dłuższe – na YouTube/WWW.

Opis z informacją o dofinansowaniu i linkiem.

Hook – przyciągający uwagę początek komunikatu.

Storytelling

Bohater – potrzeba – rozwiązanie – efekt.

Cytaty uczestników/ekspertów – autentyczność.

Dane + emocje: wykres + historia człowieka.

Wizualna oś opowieści: początek–punkt zwrotny–rezultat.

Wezwanie do działania na końcu historii.

Storytelling – opowiadanie historii, by zaangażować odbiorcę.

Pomoc Techniczna dla Funduszy Europejskich
Rzeczpospolita Polska
Dofinansowane przez Unię Europejską
Centrum Koordynacji Projektów Środowiskowych

Strona WWW

Przejrzyste menu i ścieżki użytkownika.

Nagłówki H1–H3, meta-opisy i linkowanie wewnętrzne.

Szybkość ładowania i mobile-first.

Dobre praktyki dostępności (ARIA, focus, kontrast).

Mapa treści projektu + aktualności.

Dobre praktyki kampanii promocyjnych – np. spoty FE, social media z historiami beneficjentów, dni otwarte projektów.

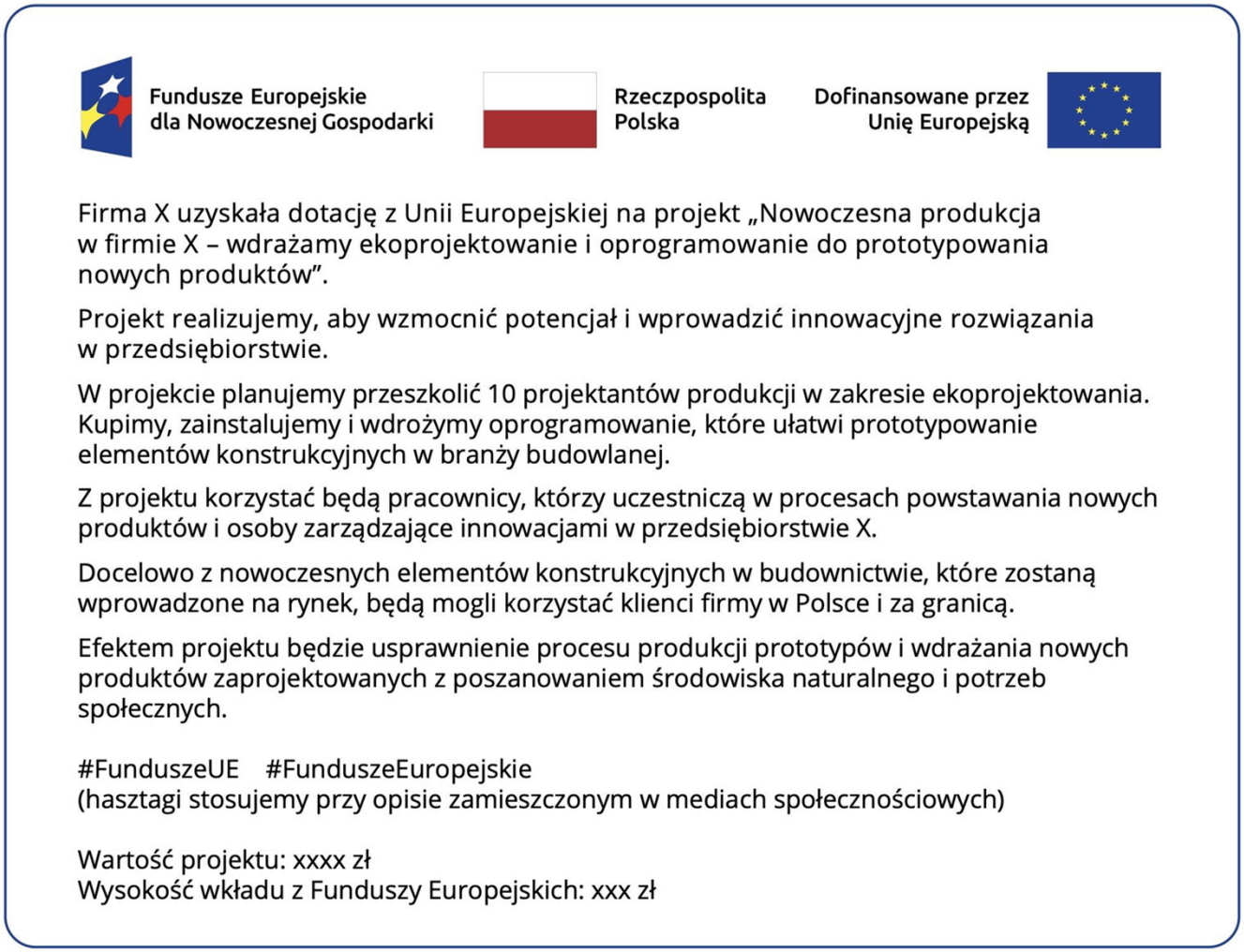
Strona www projektu – elementy obowiązkowe: tytuł i opis projektu, cele, działania i efekty, grupy docelowe, wartość i źródło finansowania, zestaw znaków FE, RP, UE.

Strona WWW

600x740 px

Strona WWW

1. tytuł projektu
2. podkreślenie faktu otrzymania wsparcia finansowego z Unii Europejskiej,
3. zadania, działania, które będą realizowane w projekcie
4. grupy docelowe
5. cel lub cele projektu,
6. efekty, rezultaty projektu (jeśli opis zadań, działań nie zawiera opisu efektów, rezultatów),
7. wartość projektu (całkowity koszt projektu),
8. wysokość wkładu Funduszy Europejskich



Newsletter

Zgody i podstawy prawne przetwarzania(RODO).

Segmentacja odbiorców i personalizacja treści.

Jasny temat, preheader i silny CTA.

Wersja tekstowa + poprawne alternatywy obrazów.

Pomiar skuteczności: OR, CTR, konwersje.

CTR (Click Through Rate) – wskaźnik kliknięć w link.
Preheader – krótki tekst widoczny w podglądzie maila.
CTA (Call To Action) – wezwanie do działania („Zapisz się”, „Sprawdź więcej”).
OR (Open Rate) – wskaźnik otwarcia wiadomości e-mail.
Konwersja – realizacja celu kampanii (np. rejestracja, zakup, udział w wydarzeniu).

Pomoc Techniczna dla Funduszy Europejskich
Rzeczpospolita Polska
Dofinansowane przez Unię Europejską
Centrum Koordynacji Projektów Środowiskowych

Blok III

Dostępność

Dostępność to wymóg i standard jakości komunikacji.

Cele: równe szanse, czytelność, użyteczność materiałów.

WCAG 2.1/2.2 – podstawowe zasady i kryteria sukcesu.

Projektowanie uniwersalne: od początku, nie „na końcu”.

Dowody dostępności w dokumentacji projektu.

WCAG

Postrzegalność: tekst alternatywny, kontrast, multimedia.

Funkcjonalność: klawiatura, czas, nawigacja.

Zrozumiałość: czytelny język, przewidywalne interfejsy.

Solidność: poprawność kodu, kompatybilność z AT.

Priorytetyzuj kryteria wpływające na kluczowe treści.

Kontrast, kolor i typografia

Kontrast co najmniej 4.5:1 dla tekstu normalnego.

Nie używaj koloru jako jedynego nośnika informacji.

Minimalne rozmiary czcionek i odpowiednia interlinia.

Nagłówki opisowe i konsekwentne hierarchie.

Testy: narzędzia przeglądarkowe i checklisty.

Pomoc Techniczna dla Funduszy Europejskich
Rzeczpospolita Polska
Dofinansowane przez Unię Europejską
Centrum Koordynacji Projektów Środowiskowych

Audiodeskrypcja

Treści edukacyjne i informacyjne o istotnych elementach wizualnych.

Wydarzenia/relacje – skrócona AD lub opis w towarzyszącym poście.

Zachowaj neutralny ton i precyzję opisu.

Koordynuj AD z napisami i montażem.

Archiwizuj skrypty AD wraz z materiałem.

Pomoc Techniczna dla Funduszy Europejskich
Rzeczpospolita Polska
Dofinansowane przez Unię Europejską
Centrum Koordynacji Projektów Środowiskowych

Dostępność językowa

Wersje tekstów „łatwych do czytania i zrozumienia” (ETR) dla kluczowych treści.

Unikaj żargonu, wyjaśniaj kroki i pojęcia.

Używaj ilustracji wspierających, nie zastępujących treść.

Większe interlinie, proste kroje pisma, czytelne listy.

Test z użytkownikami o zróżnicowanych potrzebach.

Pomoc Techniczna dla Funduszy Europejskich
Rzeczpospolita Polska
Dofinansowane przez Unię Europejską
Centrum Koordynacji Projektów Środowiskowych

Materiały drukowane

Wysoki kontrast i matowe wykończenia papieru.

Rozmiar pisma min. 12–14 pt dla treści głównych.

Nieumieszczanie tekstu na intensywnych tłach bez podkładu.

Dobre prowadzenie wzroku: kolumny, odstępy, znaczniki list.

Informacja o dostępnych wersjach cyfrowych.

PDF/dokumenty

Struktura znaczników: nagłówki, listy, tabele z nagłówkami.

Tekstowe linki i opisy alternatywne obrazów.

Kolejność odczytu i język dokumentu.

Formularze: etykiety, kolejność tabulacji, błędy.

Walidacja narzędziami i test czytnikiem ekranu.

Formularze online

Widoczne etykiety pól i przykładowe formaty danych.

Walidacja po stronie klienta i serwera.

Komunikaty błędów przyjazne i konkretne.

Możliwość zapisania i powrotu do formularza.

Dostępność mobilna i klawiaturowa.

Zasady równości

Brak dyskryminacji, język neutralny i szanujący godność.

Różnorodność przedstawień: wiek, płeć, sprawności, pochodzenie.

Unikaj stereotypów i stygmatyzacji.

Dostępność wydarzeń: tłumacz PJM, pętle indukcyjne, dojazd.

Monitoruj i reaguj na uwagi interesariuszy.

Równość i włączenie społeczne

Promocja w zgodzie z zasadami równości:

- unikanie stereotypów,
- język włączający,
- materiały dostępne cyfrowo (WCAG, napisy, tłumaczenie na PJM).

Współpraca z mediami i partnerami:

- zaangażowanie lokalnych mediów,
- wspólne akcje promocyjne z NGO i szkołami,
- partnerstwa z samorządami i instytucjami lokalnymi.

Wizerunek i zgody

Uzyskaj świadome zgody na wykorzystanie wizerunku.

Informuj o celu, zasięgu i czasie wykorzystania.

Archiwizuj zgody wraz ze zdjęciami/filmami.

Szczególna ostrożność przy dzieciach i grupach wrażliwych.

Używaj klauzul informacyjnych RODO.

Komunikacja inkluzywna

Osoby z niepełnosprawnością / osoby ze szczególnymi potrzebami (nie: „niepełnosprawni”).

Osoby uchodźcze, osoby w kryzysie bezdomności – unikaj etykietowania.

Neutralne formy żeńsko-męskie lub na przemienne.

Zastępuj eufemizmy faktami i konkretami.
Konsultuj sformułowania z interesariuszami.

Przykłady

Przykłady dobrze opisanych tekstów alternatywnych i audiodeskrypcji

Tekst alternatywny (alt-text):

- ❌ „Zdjęcie ludzi” → zbyt ogólne.
- ☑ „Grupa uczestników szkolenia w sali konferencyjnej, wszyscy siedzą przy stołach z materiałami promocyjnymi oznaczonymi logotypami Funduszy Europejskich.”
- ❌ „Tablica” → nieprecyzyjne.
- ☑ „Tablica pamiątkowa z logo Funduszy Europejskich, flagą Unii Europejskiej i informacją o modernizacji szkoły podstawowej w ramach projektu FE 2021–2027.”

Audiodeskrypcja (dla materiałów wideo/zdjęć):

- „Na ekranie pojawia się budynek szkoły, na fasadzie zamontowano tablicę informacyjną z logotypami Funduszy Europejskich i Unii Europejskiej. Kamera przesuwa się na grupę uczniów wchodzących do środka.”
- „Na zdjęciu widzimy nowoczesny sprzęt medyczny oznakowany naklejką z logotypami FE, RP i UE. Obok stoi lekarz w białym fartuchu.”

Przykłady

Promocja projektu w zgodzie z zasadami równości i włączania społecznego

- Język i przekaz:
  - stosowanie języka neutralnego i włączającego,
  - unikanie stereotypów (np. ról płciowych),
  - używanie prostych i zrozumiałych komunikatów.
- Dostępność:
  - zgodność z WCAG 2.1 (np. napisy, kontrast, możliwość obsługi klawiaturą),
  - tłumaczenia na Polski Język Migowy (PJM),
  - napisy i transkrypcje do nagrań,
  - wersje materiałów w tekście łatwym do czytania (ETR).
- Przykłady praktyczne:
  - zamieszczenie filmiku promocyjnego z napisami i tłumaczem PJM,
  - broszura projektu przygotowana w dwóch wersjach: standardowej i łatwej do czytania,
  - wydarzenie projektowe w miejscu z dostępem dla osób z niepełnosprawnościami.

Przykłady

Współpraca z mediami, partnerami i społecznością lokalną

- Media:
  - przygotowywanie notatek prasowych i wysyłanie ich do lokalnych redakcji,
  - organizowanie briefingów i konferencji prasowych,
  - udostępnianie zdjęć i materiałów do publikacji.
- Partnerzy projektu:
  - wspólne akcje informacyjne (np. artykuły, webinary, spotkania),
  - synergia w komunikacji – partnerzy powielają treści na swoich stronach i w social media.
- Społeczność lokalna:
  - angażowanie mieszkańców poprzez konsultacje, otwarte spotkania, dni otwarte inwestycji,
  - współpraca z NGO, szkołami, seniorami, klubami sportowymi,
  - akcje wolontariackie i edukacyjne wokół projektu.

Monitoring i wskaźniki

Zasięg i zaangażowanie w SM, ruch WWW, media.

Miary jakości: NPS, ankiety satysfakcji, feedback.

Realizacja planu: check-listy, terminowość, akceptacje.

Koszt dotarcia i koszt konwersji (jeśli stosowne).

Raport kwartalny i końcowy z wnioskami.

Kampania promocyjna

Dokumentacja fotograficzna – zdjęcia z realizacji projektu opublikowane na stronie internetowej beneficjenta lub projektowej.
Strona lub podstrona projektu – wizualna i informacyjna platforma online z elementami promocji i aktualnościami.
Aktywność w mediach społecznościowych – posty, relacje, aktualizacje z projektu, tagi, hashtag, zasięg.
Informacje prasowe – przygotowanie i dystrybucja komunikatów prasowych do lokalnych i branżowych mediów.
Spotkania informacyjne i konferencje – organizacja wydarzeń lokalnych dla opinii publicznej i mediów.
Prezentacje na targach i konferencjach – promocja projektu poprzez stoiska, prezentacje i wystąpienia z logotypami.

Checklista

Czy są znaki i informacja o dofinansowaniu?

Czy treść jest jasna, konkretna i bez żargonu?

Czy zachowano dostępność (kontrast, alt-text, napisy)?

Czy wpis wspiera cele i wskaźniki projektu?

Czy posiadamy zgodę na zdjęcia/wizerunek i prawa autorskie?

Checklista materiałów promocyjnych

A. Czy na materiale znajduje się **zestaw wymaganych znaków**:
   a. Fundusze Europejskie
   b. Barwy RP (jeśli dotyczy)
   c. Flaga UE z podpisem „Unia Europejska”?
B. Czy logotypy są w **prawidłowych proporcjach i kolorach** (zgodnie z Księgą Tożsamości FE)?
C. Czy zachowano **minimalne wymiary logotypów** (nie mniejsze niż 1,5 cm wysokości)?
D. Czy użyto **czytelnych czcionek** i kontrastów (zgodnie z zasadami dostępności)?
E. Czy grafika/zdjęcia mają **tekst alternatywny (alt-text)**?
F. Czy materiał zawiera jasny i zrozumiały **opis projektu**?
G. Czy wskazano **wartość projektu i źródło finansowania** (wkład FE)?
H. Czy dokument został sprawdzony pod kątem **literówek i błędów językowych**?
I. Czy kopia materiału została zarchiwizowana do raportowania?

Checklista wydarzenia promocyjnego

A. Czy wydarzenie zostało zgłoszone do **IZ/IP/IW** (jeśli wymagane)?
B. Czy wysłano zaproszenia do KE, IZ, IP, IW (projekty >10 mln EUR)?
C. Czy przygotowano **tablicę informacyjną/plakat A3** w miejscu wydarzenia?
D. Czy sala/wystawa została oznakowana logotypami FE, RP, UE?
E. Czy przygotowano **materiały dla uczestników** (agenda, prezentacja, ulotki)?
F. Czy zapewniono **dostępność wydarzenia** (tłumacz PJM, napisy, dostęp dla osób z niepełnosprawnościami)?
G. Czy przewidziano **czas na wystąpienia partnerów/mediów**?
H. Czy wydarzenie jest dokumentowane (zdjęcia, nagranie, lista obecności)?
I. Czy przygotowano komunikaty prasowe lub posty w social media?
J. Czy materiały z wydarzenia zostaną **zarchiwizowane** w dokumentacji projektu?

Checklista raportowania i dokumentowania działań

A. Czy prowadzony jest **rejestr działań promocyjnych** (np. Excel)?
B. Czy dołączono **dowody działań**:
    a. screeny postów w social media,
    b. artykuły prasowe,
    c. zdjęcia tablic/plakatów/naklejek,
    d. nagrania wydarzeń,
    e. listy obecności.
C. Czy wszystkie materiały zawierają prawidłowe logotypy FE, RP, UE?
D. Czy każde działanie zostało **opisane w raporcie okresowym/końcowym**?
E. Czy beneficjent przechowuje materiały w **archiwum cyfrowym i/lub papierowym**?
F. Czy raport wskazuje **daty i odbiorców działań promocyjnych**?
G. Czy spełniono obowiązek informowania o wydarzeniach (projekty >5 mln EUR)?
H. Czy zapewniono zgodność działań z zasadami **równości i dostępności**?
I. Czy przygotowano zestawienie kosztów promocji (dla celów rozliczenia projektu)?
J. Czy kompletna dokumentacja jest dostępna w razie kontroli IZ/IP/IW?

Podsumowanie

Widoczność UE to obowiązek i szansa – planuj od początku.

Korzystaj z Księgi Marki i Podręcznika – nie improwizuj.

Dostępność i równość to jakość i zgodność z prawem.

Dokumentuj każdą aktywność – ułatwi to kontrolę i raport.

Ustal odpowiedzialności i kalendarz działań.

Blok pytań i odpowiedzi

Pomoc Techniczna dla Funduszy Europejskich
Rzeczpospolita Polska
Dofinansowane przez Unię Europejską
Centrum Koordynacji Projektów Środowiskowych

Fundusze Europejskie

Centrum Koordynacji Projektów Środowiskowych
ul. Kolejowa 5/7, 01-217 Warszawa

Dziękuję za uwagę

Pomoc Techniczna dla Funduszy Europejskich
Rzeczpospolita Polska
Dofinansowane przez Unię Europejską
Centrum Koordynacji Projektów Środowiskowych