



25 *lat*
SAMORZĄDU
WOJEWÓDZTWA
POMORSKIEGO

Fundusze Europejskie

Strategia komunikacji Funduszy Europejskich dla Pomorza 2021-2027

Gdańsk, 19 czerwca 2023 r.



Fundusze Europejskie
dla Pomorza



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



URZĄD MARSZAŁKOWSKI
WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO

Czym jest „Strategia komunikacji Funduszy Europejskich dla Pomorza 2021-2027”?

„Strategia komunikacji Funduszy Europejskich dla Pomorza 2021-2027”

to dokument, który określa podstawowe schematy prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych na potrzeby programu realizowanego w województwie pomorskim.

Jest opracowana na podstawie „Strategii komunikacji Funduszy Europejskich na lata 2021-2027” i stanowi uszczegółowienie rozdziału 7 nt. Komunikacji i widoczności (programu *Fundusze Europejskie dla Pomorza 2021-2027*).

Strategia komunikacji określa **co, do kogo, w jaki sposób i na jakich zasadach** będziemy komunikować w zakresie Funduszy Europejskich na lata 2021-2027.

Dokument stanowi podstawę działań informacyjnych i promocyjnych wszystkich instytucji, które odpowiadają za wykorzystanie środków unijnych w regionie.

Cele komunikacji

Rozdział 2, str. 7, Strategia komunikacji FEP 2021-2027

Komunikacja Funduszy Europejskich wspiera wykorzystanie otrzymanych środków finansowych w województwie pomorskim wraz z pieniędzmi z budżetu krajowego, popularyzuje wśród obywateli wiedzę o roli i osiągnięciach polityki spójności Unii Europejskiej i zapewnia transparentność wydatkowania środków publicznych.

Cele komunikacji

Rozdział 2, str. 7, Strategia komunikacji FEP 2021-2027

Cel strategiczny komunikacji

Pomoc w wykorzystaniu Funduszy Europejskich dla rozwoju województwa pomorskiego, podnoszenie świadomości znaczenia Funduszy Europejskich i roli Unii Europejskiej w rozwoju Pomorza.

Cel strategiczny osiągniemy przez realizację 3 celów szczegółowych, którymi są:

- aktywizacja do sięgania po Fundusze Europejskie na Pomorzu,
- wsparcie beneficjentów w realizacji projektów,
- zapewnienie wysokiej świadomości działań rozwojowych w regionie realizowanych z udziałem Funduszy Europejskich, korzyści z nich wynikających, w celu zachowania transparentności wydatków ze środków Unii Europejskiej oraz wartości obowiązujących w całej Unii Europejskiej, zasad horyzontalnych (w tym zasady niedyskryminacji), a także znaczenia przynależności i roli regionu w kształtowaniu przyszłości UE.

Metody i narzędzia komunikacji

Podrozdział 7.4.2, str. 24-25, Strategia komunikacji FEP 2021-2027

Aby skutecznie dotrzeć do wybranych grup docelowych, będziemy śledzić bieżące trendy i korzystać z aktualnych wyników badań mediowych.

Pozwoli to optymalnie dobrać narzędzia pod wybrane grupy docelowe w działaniach promocyjno-informacyjnych własnych, bądź ułatwi ocenę zaproponowanych przez wykonawcę (agencja lub dom mediowy) narzędzi pod kątem spełnienia określonych celów komunikacyjnych.

Zasady komunikacji

Rozdział 8, str. 26, Strategia komunikacji FEM 2021-2027

Przy realizacji działań informacyjnych, promocyjnych i edukacyjnych kierujemy się 7 zasadami opisanymi szczegółowo w horyzontalnej Strategii komunikacji Funduszy Europejskich 2021-2027 tj.:

- 1) Zasadą realizacji celów i neutralności** – prowadzimy działania wyłącznie w obszarze Funduszy Europejskich i ich celów. Wyłączamy działania o innym zakresie lub charakterze, np. kampanie polityczne, promowanie instytucji lub osób, promowanie wydarzeń niepowiązanych z Funduszami Europejskimi;
- 2) Zasada równego dostępu i dostępnego przekazu** – planujemy i realizujemy działania informacyjno-promocyjne, które:
 - są zgodne z horyzontalnymi zasadami UE, tj. tj. promują równość szans mężczyzn i kobiet, dostępności FE dla osób z niepełnosprawnościami i partnerstwo, zapobiegają dyskryminacji, reprezentują różnorodność społeczeństwa,
 - w miarę możliwości i dostępności narzędzi uwzględniają potrzeby wszystkich odbiorców, również osób ze specjalnymi potrzebami, z różnymi niepełnosprawnościami.

Zasady komunikacji

Rozdział 8, str. 26, Strategia komunikacji FEM 2021-2027

- 3) Zieloną zasadą – ekologiczne podejście do komunikacji** – jesteśmy ekologiczni w komunikacji*, czyli dobieramy narzędzia w taki sposób, aby:
- ograniczać zużycie surowców naturalnych, a w szczególności rezygnować z nadmiernego wykorzystywania papieru, zastępować – w miarę możliwości – materiały drukowane wersjami cyfrowymi lub wykorzystywać materiały przyjazne dla środowiska
 - rezygnować z akcesoriów i produktów nieobojętnych dla środowiska lub zastępować je odpowiednikami (przyjaznymi dla środowiska)
 - ograniczać liczbę i długość podróży, tj. wykorzystywać technologię zdalnej obecności;
 - wprowadzać proekologiczne rozwiązania podczas wydarzeń i spotkań.

*Aby zachować spójność wizerunku FE, działania komunikacyjne powinny być zgodne z postulatami Europejskiego Zielonego Ładu oraz zasady zrównoważonego rozwoju.

Zasady komunikacji

Rozdział 8, str. 26, Strategia komunikacji FEM 2021-2027

- 4) Zasada adekwatności narzędzi do celu działań informacyjno-promocyjnych**
- 5) Zasada najniższego efektywnego kosztu dotarcia do grupy docelowej**
 - dotarcia do grupy docelowej wybieramy narzędzia o możliwie niskim koszcie efektywnego dotarcia
- 6) Zasada zgodności zasięgu projektu z zasięgiem narzędzia komunikacji**
 - z zasięgiem narzędzia komunikacji – dobieramy narzędzia komunikacji, które odpowiadają zasięgowi promowanego działania lub projektu
- 7) Zasada zgodności grupy docelowej z grupą docelową programu, działania lub projektu**

Proces opracowania projektu „Strategii Komunikacji FEP 2021-2027”

- Zgodnie z „Wytycznymi dotyczącymi informacji i promocji funduszy Europejskich na lata 2021-2027” strategia jest dokumentem odrębnym dla każdego województwa i wymaga odrębnego procesu przyjmowania (podrozdział 2.2. Strategia komunikacji programu).
- Projekt Strategii został opracowany w oparciu o szablon przesłany przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej (wspólny dla wszystkich województw).
- W szablonie m.in. wskazano jakie rozdziały/podrozdziały powinny zostać uwzględnione w projekcie oraz zaproponowano zapisy, które musiały być obowiązkowo uwzględnione w dokumencie.
- Na kształt Strategii złożyły się również liczne uwagi przesyłane przez Komisję Europejską w trakcie opracowania; projekt był szeroko konsultowany z instytucjami zaangażowanymi w proces komunikowania o Funduszach Europejskich.

Proces opracowania projektu „Strategii Komunikacji FEP 2021-2027”

- Gotowy projekt został przesłany w dniu 11 maja 2023 roku do Instytucji Koordynującej Umowę Partnerstwa (Departament Komunikacji i Promocji Funduszy Europejskich w Ministerstwie Funduszy i Polityki Regionalnej) w celu dalszych konsultacji.
- IK UP zaakceptowała projekt Strategii 26 maja 2023 roku.
- Zgodnie dalszym procedowaniem (Wytyczne MFiPR dot. informacji i promocji) dokument powinien zostać przedstawiony Komitetowi Monitorującemu do zaopiniowania.
- Każdorazowe zgłoszenie uwagi przez KM wymaga ponownych uzgodnień z IK UP (MFiPR), aż do uzyskania ostatecznej akceptacji.
- Proces zamyka przedłożenie dokumentu do zatwierdzenia przez Zarząd Województwa Pomorskiego.

Kogo obowiązuje Strategia?

- ✓ Obowiązuje wszystkie instytucje, które odpowiadają za wykorzystanie środków unijnych wraz ze środkami krajowymi, w tym także podmioty zewnętrzne (np. beneficjenci) realizujące działania komunikacyjne Funduszy Europejskich.
- ✓ Dokument uwzględnia również zasady współpracy ze wszystkimi instytucjami i podmiotami, które odpowiadają za wykorzystanie środków unijnych i dla wszystkich podmiotów zewnętrznych, które realizują działania komunikacyjne nt. Funduszy Europejskich, w tym partnerów społecznych i gospodarczych oraz organizacji społeczeństwa obywatelskiego.

Jakie jest źródło finansowania?

- ✓ Realizacja Strategii komunikacji Funduszy Europejskich dla Pomorza 2021-2027 będzie finansowana z komponentu Pomocy Technicznej w programie Fundusze Europejskie dla Pomorza 2021-2027.

Do kiedy obowiązuje Strategia?

- ✓ Strategia komunikacji programu to dokument, którego horyzont czasowy sięga 2030 roku.
- ✓ Harmonogram określa zakres czasowy (w latach) na poszczególne grupy działań np. do kiedy można prezentować efekty FE z okresu 2014-2020 czy informować opinię publiczną o uruchomieniu programu, a od kiedy aktywujemy społeczeństwo w aplikowaniu o środki z FE czy wspieramy beneficjentów w realizacji projektów.

Wskaźniki, które oceniają stopień realizacji celów

- Każdemu z celów Strategii komunikacji Funduszy Europejskich wyznaczono wskaźniki realizacji oddziaływania (jednakowe dla wszystkich programów regionalnych i krajowych) oraz metody i częstotliwość ich mierzenia na poziomie strategicznym (krajowym), a także poszczególnych województw.
- Oprócz wskaźników produktu (np. liczba sesji na portalu poświęconemu danemu programowi czy liczba osób, które uczestniczyły w szkoleniach, itp.), łatwe do policzenia, określono wskaźniki rezultatu (bezpośredniego i strategicznego), których wartości mogą być wyliczone tylko na drodze przeprowadzenia badań statystycznych na próbie mieszkańców Polski/województwa.
- Będzie to np. odsetek mieszkańców Pomorza dostrzegających wpływ Funduszy Europejskich na rozwój województwa czy deklarujących, że osobiście korzystają z Funduszy Europejskich lub ze zmian, jakie zachodzą dzięki Funduszom.
- Określone zostały wartości docelowe do osiągnięcia w 2030 roku.

Z jakich dokumentów wynikają wymagania związane z komunikacją i widocznością Funduszy Europejskich w perspektywie 2021-2027?

Najważniejszymi dokumentami w tym zakresie są:

- ✓ Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2021/1060 z dnia 24 czerwca 2021 r. ustanawiające wspólne przepisy dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego Plus, Funduszu Spójności, Funduszu na rzecz Sprawiedliwej Transformacji i Europejskiego Funduszu Morskiego, Rybackiego i Akwakultury, a także przepisy finansowe na potrzeby tych funduszy oraz na potrzeby Funduszu Azylu, Migracji i Integracji, Funduszu Bezpieczeństwa Wewnętrznego i Instrumentu Wsparcia Finansowego na rzecz Zarządzania Granicami i Polityki Wizowej (Dz. Urz. UE L 231 z 30.06.2021, str. 159, z późn. zm.)
- ✓ Ustawa z dnia 28 kwietnia 2022 r. o zasadach realizacji zadań finansowanych ze środków europejskich w perspektywie finansowej 2021–2027
- ✓ Strategia komunikacji Funduszy Europejskich na lata 2021-2027
- ✓ Księga Tożsamości Wizualnej marki Fundusze Europejskie 2021-2027
- ✓ Wytyczne dotyczące informacji i promocji Funduszy Europejskich na lata 2021-2027
- ✓ Wytyczne dotyczące realizacji zasad równościowych w ramach funduszy unijnych na lata 2021-2027

Uwagi do Strategii komunikacji FEP 2021-2027

Do dnia 13 czerwca 2023 r. do projektu *Strategii* wpłynęły następujące uwagi:

Lp	Podmiot zgłaszający uwagę	Treść uwagi	Stanowisko IZ FEP
1.	Komisja Europejska	Prosimy o dopisek we wstępie strategii komunikacji zgodnie z zapisami programu i UP: „Organy właściwych władz publicznych (regionalnych i lokalnych) zapewnią widoczność wsparcia we wszystkich działaniach bezpośrednio związanych z operacjami wspieranymi z Funduszy Europejskich, podejmowanych w zakresie ich odpowiedzialności materialnej lub terytorialnej w ramach planowania, finansowania, realizacji lub nadzoru nad realizacją projektów otrzymujących dofinansowanie z UE.”	Uwaga przyjęta. We wstępie Strategii uwzględniono proponowany zapis.

Uwagi do Strategii komunikacji FEP 2021-2027

Do dnia 13 czerwca 2023 r. do projektu *Strategii* wpłynęły następujące uwagi:

Lp	Podmiot zgłaszający uwagę	Treść uwagi	Stanowisko IZ FEP
2.	Komisja Europejska	Prosimy o dopisek w rozdziale <i>Konta/profile Funduszy Europejskich w mediach społecznościowych</i> : „Wpisy oznaczamy hasztagami #FunduszeEuropejskie lub #FunduszeUE.”	Uwaga przyjęta. Zapis ujęto w rozdziale <i>Konta/profile Funduszy Europejskich w mediach społecznościowych</i> (str. 22).

Uwagi do Strategii komunikacji FEP 2021-2027

Do dnia 13 czerwca 2023 r. do projektu *Strategii* wpłynęły następujące uwagi:

Lp	Podmiot zgłaszający uwagę	Treść uwagi	Stanowisko IZ FEP
3.	Związek Banków Polskich	<p>. Pkt. 3 Grupy docelowe</p> <p>Do wyodrębnionych podgrup, które nie tylko są odbiorcą komunikacji, ale również istotnymi pośrednikami w tej komunikacji należy dopisać:</p> <p>- Pośredników finansowych wdrażających instrumenty finansowe.</p> <p>Banki w Polsce są dobrym kanałem komunikacji dotyczącym Funduszy Europejskich. Banki w Polsce posiadają rozbudowaną infrastrukturę i szeroką sieć oddziałów, co czyni je łatwo dostępnymi dla społeczności lokalnych w różnych regionach kraju. Mają również wieloletnie doświadczenie w obsłudze klientów z sektora publicznego i prywatnego, w tym w zakresie środków finansowych związanych z polityką spójności. Banki oferują różnorodne usługi finansowe, takie jak otwieranie rachunków bankowych, zarządzanie płatnościami, udzielanie kredytów i inwestycji. Dzięki temu mogą wspierać beneficjentów polityki spójności w zarządzaniu ich finansami oraz w realizacji projektów, np. poprzez udostępnianie linii kredytowych lub inwestowanie w projekty infrastrukturalne. Banki w Polsce nawiązują partnerstwa i współpracują z instytucjami publicznymi, takimi jak ministerstwa, agencje rozwoju regionalnego czy samorządy lokalne. Ta współpraca umożliwia skuteczne przepływanie informacji, koordynację działań oraz ścisłą współpracę w zakresie realizacji programów Funduszy polityki spójności. Dzięki swojej infrastrukturze, wiedzy finansowej i doświadczeniu, banki w Polsce mogą służyć jako ważne ogniwo w komunikacji dotyczącej środków finansowych polityki spójności. Zapewniają one nie tylko dostęp do finansowania, ale także doradztwo, wsparcie i monitorowanie, co sprzyja efektywnemu wykorzystaniu środków i osiągnięciu celów polityki spójności.</p>	<p>Uwaga odrzucona.</p> <p>Zaproponowany zapis nie zostanie wprowadzony do Strategii komunikacji programu regionalnego Fundusze Europejskie dla Pomorza 2021-2027.</p> <p>Pośrednicy finansowi wdrażający instrumenty finansowe – banki:</p> <ul style="list-style-type: none">a) nie są grupą, do której prowadzone mają być specjalne działania komunikacyjne lub przez którą te działania mają docierać do odpowiednich grup; to komunikacja zawężona do obszaru, który dotyczy banku,b) nie wszystkie banki są zaangażowane we wdrażanie Funduszy Europejskich,c) działają na zasadach czysto komercyjnych, co odróżnia je od oferty funduszowej,d) zwykle działają na zasadzie umów komercyjnych z instytucjami a nie na zasadzie misyjności, i w tych umowach mają zawarty komunikat funduszowy.

Uwagi do Strategii komunikacji FEP 2021-2027

Do dnia 13 czerwca 2023 r. do projektu *Strategii* wpłynęły następujące uwagi:

Lp	Podmiot zgłaszający uwagę	Treść uwagi	Stanowisko IZ FEP
4.	Związek Banków Polskich	<p>P</p> <p>Pkt. 7.3 Kanały płatne</p> <p>Do wykorzystywania w ramach kanałów płatnych należy dopisać:</p> <ul style="list-style-type: none">- Pośredników finansowych wdrażających instrumenty finansowe. <p>Pośrednicy finansowi w ramach realizacji danego instrumentu finansowego powinni mieć zapewniony budżet na efektywną akcję komunikacyjno-marketingową, w celu dotarcia do jak największej liczby odbiorców.</p>	<p>Uwaga odrzucona.</p> <p>Rozdział dot. kanałów płatnych opisuje ten kanał komunikacji, nie wymienia zaś jakie to są kanały. Ponadto, w 1 akapicie czytamy: <i>Wybierając kanał płatny należy kierować się badaniami efektywności, dotarcia do odbiorców oraz każdorazowo dobierać kanał do grupy docelowej.</i></p> <p>Jeśli badania efektywnościowe wskażą że pośrednicy finansowi powinni być tym kanałem w konkretnym działaniu to nie uwzględnienie ich w SK FEP nie wyklucza ich udziału.</p> <p>Dodatkowo należy zauważyć, że Strategia komunikacji nie ma na celu wskazywania źródeł finansowania dla żadnych podmiotów, tym bardziej podmiotów, które mają zawierane umowy na realizację zadań dot. FE i ponoszonych w ich ramach wydatków (m.in. wynagrodzenie za wdrażanie FE) a określa cele, sposoby ich weryfikacji oraz spójne zasady i standardy działań informacyjno-promocyjnych nt. Funduszy Europejskich oraz programu regionalnego Fundusze Europejskie dla Pomorza 2021-20270 (FEP 2021-2027) – o czym jest mowa we wstępie dokumentu.</p>

Pytania





25^{lat}
SAMORZĄDU
WOJEWÓDZTWA
POMORSKIEGO

Fundusze Europejskie

**Dziękuję
za uwagę**

Martyna Sawicka

tel. (58) 32 68 175, 502 757 466

e-mail: m.sawicka@pomorskie.eu

Referat Informacji

Departament Programów Regionalnych

Urząd Marszałkowski Województwa Pomorskiego

ul. Augustyńskiego 1, 80-819 Gdańsk

e-mail: dpr@pomorskie.eu



Fundusze Europejskie
dla Pomorza



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



URZĄD MARSZAŁKOWSKI
WOJEWÓDZTWA POMORSKIEGO