

Komunikacja i promocja

A2.5.1: Program wspierania działalności podmiotów sektora kultury i przemysłów kreatywnych na rzecz stymulowania ich rozwoju, realizowany w ramach Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności (KPO)

Strategia promocji i informacji KPO

Księga Identyfikacji Wizualnej KPO

<https://www.kpo.gov.pl/strony/o-kpo/dla-instytucji/dokumenty/strategia-promocji-i-informacji-kpo>

Zadania Jednostki Wspierającej (JW), czyli NIMiT:

- przekazać odbiorcom wsparcia zasady wypełniania obowiązków komunikacyjnych w zakresie przedsięwzięć KPO oraz informacje niezbędne do realizacji przedsięwzięcia w tym wypełniania tych obowiązków;
- zobowiązać odbiorców wsparcia do stosowania ww. zasad wypełniania obowiązków komunikacyjnych w zakresie przedsięwzięć;
- dbać o prawidłowe wypełnianie obowiązków komunikacyjnych przez odbiorców wsparcia.

Obowiązki komunikacyjne i zadania ostatecznych odbiorców wsparcia (OOW):

- eksponować źródło finansowania przedsięwzięcia m.in. przez właściwe oznaczanie przedsięwzięcia oraz związanych z nim materiałów, dokumentów, produktów i innych efektów realizacji i promocji przedsięwzięcia zgodnie z przekazanymi zasadami, w tym także:
- ✓ wszelkie działania informacyjne i promocyjne na temat przedsięwzięć KPO m. in. ulotki, broszury, publikacje, noty prasowe, konferencje prasowe, robocze spotkania z prasą, strony internetowe, newslettery, mailing, materiały audiowizualne, spotkania, konferencje, wystąpienia publiczne itp., dokumentację dotyczącą KPO i przedsięwzięć,
- ✓ miejsce realizacji przedsięwzięcia,
- ✓ wszystkie inne produkty będące wynikiem realizowanego przedsięwzięcia zarówno w formie materialnej, jak i niematerialnej;

Obowiązki komunikacyjne i zadania ostatecznych odbiorców wsparcia (OOW):

- umieścić opis realizowanego przedsięwzięcia na swojej stronie internetowej i na profilach w mediach społecznościowych;
- umieścić w miejscu realizacji przedsięwzięcia plakaty lub tablice informacyjne z właściwym oznaczeniem przedsięwzięcia;
- dostarczać ukierunkowane informacje o przedsięwzięciu różnym grupom odbiorców, w tym mediom i opinii publicznej przez działania PR, współpracę z mediami, instytucjami zaangażowanymi, partnerami społecznymi i gospodarczymi.

Obowiązki komunikacyjne i zadania ostatecznych odbiorców wsparcia (OOW):

Ostateczni odbiorcy wsparcia mogą także realizować dodatkowe działania informacyjno-promocyjne, jeśli przyczyniają się one do zwiększenia efektywności realizowanych przedsięwzięć i zwiększania świadomości na temat wsparcia płynącego z KPO.

Działania informacyjne i promocyjne w ramach przedsięwzięcia mogą być finansowane ze środków KPO.

Zasady wizualizacji i ekspozycji źródła finansowania KPO

Obowiązkiem wszystkich instytucji i podmiotów realizujących KPO, zaangażowanych w reformy lub inwestycje, a także ostatecznych odbiorców wsparcia KPO jest stosowanie oznaczenia, które wskazuje na źródło pochodzenia środków.

Podstawowym oznaczeniem dla KPO w wersji pełnokolorowej są **3 znaki występujące wspólnie**. Zestawienie znaków **KPO, barw RP i NextGenerationEU** zawsze występuje w wersji pełnokolorowej.

W przypadku zastosowania wersji achromatycznej nie umieszcza się znaku barw RP.

Materiały komunikacyjne muszą jednoznacznie wskazywać, że KPO i Unia Europejska współfinansuje nie tylko powstanie i emisję materiału komunikacyjnego, ale przede wszystkim temat materiału komunikacyjnego (tj. reformę, inwestycję, przedsięwzięcie, grupę przedsięwzięć itp.), którego ten materiał dotyczy.

Formułka opisowa zamiast logotypów np. w treści postów lub na dokumentach:
„Sfinansowane przez Unię Europejską NextGenerationEU”

Szczegółową charakterystykę identyfikacji wizualnej KPO i zasady stosowania oznaczeń oraz m.in. wzory plakatu i tablicy zawiera: Księga Identyfikacji Wizualnej Krajowego Planu Odbudowy.

Zadania koordynatorki ds. komunikacji KPO:

- Konsultowanie użycia znaków – materiały graficzne na etapie projektowania (lekkie pdf poglądowe, do 5MB, jpg) drogą mailową
- Kontakt w kwestii współpracy promocyjnej dot. Przedsięwzięć realizowanych przez OOW – np. przekazywanie fotorelacji, udostępnianie informacji w social mediach, oznaczanie/hasztagi
- Konsultacje w zakresie obowiązków sprawozdawczych OOW – jakie materiały dołączyć, w jakiej formie.



KRAJOWY
PLAN
ODBUDOWY

KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

Aby zachować właściwy standard oznaczeń, należy:

- stosować znaki w wersjach przedstawionych w Księdze wizualizacji KPO,
- zapoznać się z zasadami stosowania znaków i z nimi sprawdzać zgodność powstających projektów graficznych czy wizualizacji,
- korzystać z gotowych wersji elektronicznych znaków umieszczonych na Portalu Funduszy Europejskich: www.funduszeuropejskie.gov.pl/kpo oraz na stronie KPO na Portalu gov.pl.

Znak KPO, barwy RP oraz znak NGEU muszą być zawsze umieszczone w widocznym miejscu. Umieszczenie oraz wielkość znaków muszą być odpowiednie do rodzaju i skali materiału, przedmiotu lub dokumentu.

Znaki i napisy muszą być czytelne dla odbiorcy i wyraźnie widoczne. Nie mogą być też umieszczane np. na wewnętrznej, niewidocznej stronie materiałów lub przedmiotów. Jeśli materiał lub przedmiot jest tak mały, że nie można na nim zastosować czytelnych znaków KPO, NGEU i barw RP nie można go używać do celów promocyjnych.

ZASADY DOSTĘPNOŚCI

Pamiętaj o zapewnieniu i zachowaniu zasad dostępności przygotowywanych publikacji i materiałów. Jeśli tworzysz elektroniczne broszury, ulotki itp. to rób je zgodnie ze standardami dostępności m.in.:

- stosuj czcionkę bezszeryfową, minimum 12 pkt
- interlinię: 1,15 – 1,5
- wyrównuj tekst do lewej
- między tekstem a tłem powinien być zachowany odpowiedni kontrast (minimalny stosunek to 4,5:1), taki sam kontrast powinien być zachowany w infografikach
- nie zapomnij o tekstach alternatywnych do zdjęć, grafik i wykresów – dzięki temu czytnik ekranu osób niewidomych i niedowidzących przeczyta to co jest na obrazie
- poproś wykonawcę albo sam zrób raport dostępności dokumentu np. w Adobe Acrobat Pro
- możesz też sprawdzić publikację czytnikiem ekranu np. darmowym NVDA.

ZNAK KRAJOWEGO PLANU ODBUDOWY

Znak Krajowego Planu Odbudowy stanowią łącznie:

- znak graficzny (sygnet) oraz
- logotyp (czyli graficzna forma nazwy „Krajowy Plan Odbudowy”).

W logotypie zastosowano font z rodziny Lato, w odmianie Bold.

ZNAK KPO



SYGNET

**KRAJOWY
PLAN
ODBUDOWY**

LOGOTYP



OBOWIĄZKOWY WZÓR PLAKATÓW A3/POZIOM

Podmioty, które nie mają obowiązku stawiania tablic informacyjnych muszą umieścić w miejscu realizacji przedsięwzięcia co najmniej jeden plakat informacyjny.

Uwaga! Wzory plakatów są obowiązkowe, tzn. poza uzupełnianiem treści we wskazanych polach, nie można ich modyfikować, dodawać innych znaków, informacji itp.

Plakat w formacie A3 lub podobnej wielkości elektroniczny wyświetlacz (zgodnie ze wzorami) identyfikujący przedsięwzięcie musi być umieszczony w widocznym miejscu w trakcie realizacji zadań ze wsparciem z KPO.

W przypadku większego rozmiaru plakatu fonty oraz pozostałe elementy należy skalować proporcjonalnie.

Znaki KPO oraz NGEU powinny mieć maksymalną możliwą wielkość, przy zachowaniu zasad wskazanych w Ksiedze.

	x			Sfinansowane przez	
x		KRAJOWY PLAN ODBUDOWY	x	Unię Europejską	
	x			NextGenerationEU	
	x				
		[Nazwa ostatecznego odbiorcy wsparcia do uzupełnienia] realizuje przedsięwzięcie [skrócony tytuł przedsięwzięcia do uzupełnienia]			
x					
		Dofinansowanie z UE: [kwota w PLN do uzupełnienia]			
x					
x					

OBOWIĄZKOWY WZÓR NAKLEJEK

Jednym z obowiązkowych sposobów informowania o uzyskaniu wsparcia z KPO jest umieszczanie naklejek z zestawieniem znaków na sprzęcie, urządzeniach, wyposażeniu, maszynach i środkach transportu itp. powstałych lub zakupionych z przedsięwzięcia dzięki wsparciu z KPO.

Wzór naklejek jest obowiązkowy, tzn. nie można go modyfikować: dodawać innych znaków, informacji itp.

Rozmiar i materiał naklejki powinien być dostosowany do powierzchni na której zostanie umieszczona, tak by znaki były odpowiednio czytelne i wyraźnie widoczne.

Naklejki nie zastępują tablic informacyjnych ani plakatów.

WERSJA PODSTAWOWA



WERSJA MINIMALNA



WERSJA Z DODATKOWYM ELEMENTEM GRAFICZNYM



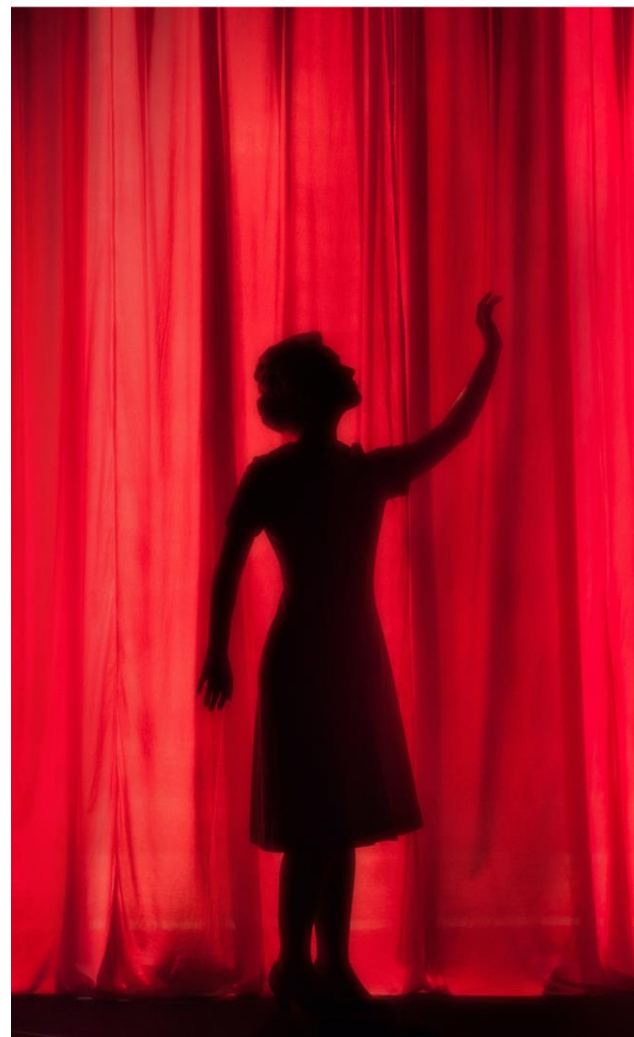
POSTY W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH/ SZABLON

Przykładowe posty w mediach społecznościowych.

Rekomendowane jest użycie w mediach społecznościowych hasztagów:

#KorzyściDlaCiebie
#NextGenerationEU
#FunduszeUE





Koordynatorka ds. komunikacji KPO:

Maja Raczyńska, NIMiT

maja.raczynska@nimit.pl

Tel. 887 597 017