



Fundusze Europejskie

Strategia komunikacji programu Fundusze Europejskie na Rozwój Cyfrowy 2021-2027

Komitet Monitorujący FERC, 5 grudnia 2023 r.



Fundusze
Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską





Fundusze Europejskie

Strategia komunikacji Funduszy Europejskich 2021-2027



Fundusze
Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Strategia komunikacji Funduszy Europejskich – czym i dla kogo jest





Jakie programy obejmuje strategia horyzontalna

7

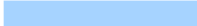
programów
krajowych

16

programów
regionalnych

5

programów: Interreg*, FE na Pomoc
Żywnościową * FE na Migracje,
Granice, Bezpieczeństwo *
(w ograniczonym zakresie)

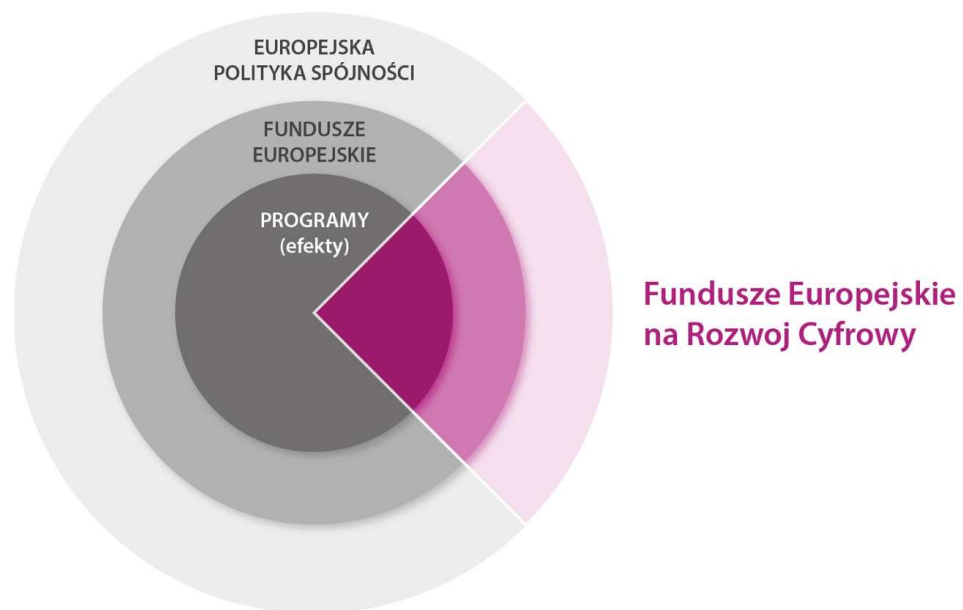


Strategia horyzontalna vs. strategia komunikacji FERC



Jak oddziałuje komunikacja FERC

Warstwy komunikacji FE



Fundusze Europejskie –
marka parasolowa

- Rozszerza znaczenie marki FE - spójność przekazu przez konstrukcję nazwy programu
- Kształtuje postawę odbiorców wobec FE oraz mieszkańców i mieszanek wobec europejskiej polityki spójności
- Poszerza i pogłębia wiedzę społeczeństwa na temat celów, a także korzyści z realizacji polityki spójności
- Efekty programu FERC, wpływają na postrzeganie FE, a tym samym odzwierciedlają cele europejskiej polityki spójności

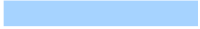


Co nowego w komunikacji FE (1/2)

Przekaz

- Podkreślenie wymiaru europejskiego i europejskiej wartości dodanej
- Spójne nazwy programów/serwisów internetowych/profilu w mediach społecznościowych samodzielnie komunikują o wsparciu z UE
- Obowiązek używania pełnej nazwy programu w komunikacji (tam gdzie to możliwe)
- Odwołanie do zasady transparentności wydatkowania środków z budżetu unijnego

Współpraca

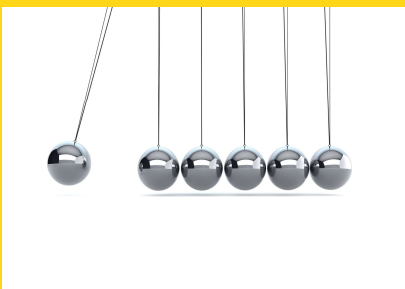
- Powołanie Krajowego Koordynatora ds. Komunikacji
 - Bliższa współpraca wszystkich instytucji systemu z przedstawicielami KE
- 

Co nowego w komunikacji FE (2/2)

Zasady komunikacji

- Obowiązkowa **Zasada równego dostępu i dostępnego przekazu**
 - stosowanie w komunikacji programu i w działaniach edukacyjnych zasad równościowych: równości szans i niedyskryminacji, w tym dostępności dla osób z niepełnosprawnościami oraz równości kobiet i mężczyzn
 - branie pod uwagę przesłanek dyskryminacyjnych wynikających z *Karty Praw Podstawowych* (KPP)
 - stosowanie narzędzi, które umożliwiają odbiór przekazu przez wszystkie osoby; sam przekaz powinien być również dostępny dla osób z różnymi ograniczeniami sprawności
- Obowiązkowa **Zielona zasada**
 - ekologiczne podejście do komunikacji – w zgodzie z postulatami Europejskiego Zielonego Ładu oraz zasadami zrównoważonego rozwoju

Jak koordynujemy komunikację FE



Dokumenty

Strategia horyzontalna
i strategię programowe

Księga Tożsamości
Wizualnej

Zapisy w umowach
o dofinansowanie

Wytyczne dla
instytucji/Podręcznik dla
beneficjentów



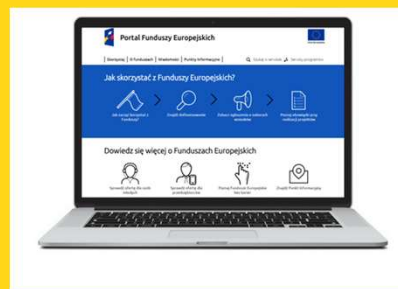
Współpraca

Krajowy koordynator ds.
komunikacji

Grupa INFORM

Grupa sterująca ds.
informacji i promocji FE

Informowanie i udział
przedstawicieli KE
w wydarzeniach dot.
projektów



Horyzontalne narzędzia

Sieć PIFE

Portal FE

Mapa dotacji FE

Profile/konta FE
na mediach
społecznościowych



Wspólne działania

Dni Otwarte Funduszy
Europejskich

Ogólnopolskie kampanie
informacyjne

Jak zmierzmy osiągnąć cele

Aktywizacja do sięgania po FE

Wsparcie w realizacji projektów

Zapewnienie wysokiej świadomości nt. działań rozwojowych w kraju, realizowanych z udziałem FE oraz znaczenia przynależności do UE i roli w kształtowaniu przyszłości Europy

Wspólny system wskaźników

- 7 produktu
 - 2 rezultatu bezpośredniego
 - 6 rezultatu strategicznego
-
- Badania trackingowe – co 2-3 miesiące
 - Badania opinii publicznej – corocznie dla krajowych programów na próbie 1 tys. osób
 - Sprawozdania z realizacji rocznych planów działań informacyjnych i promocyjnych



IZ FERC

Michał Ptaszyński

Zastępca Dyrektora

Departament Rozwoju Cyfrowego

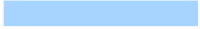


Jakie mamy cele komunikacji programu

Cel strategiczny

- **Wsparcie wykorzystania Funduszy Europejskich** na Rozwój Cyfrowy oraz **podnoszenie świadomości znaczenia Funduszy Europejskich i roli Unii Europejskiej w rozwoju kraju.**

Cele szczegółowe

- Zapewnienie wysokiej świadomości **ogółu społeczeństwa** o celach, podejmowanych działaniach oraz oczekiwanych i faktycznych efektach programu oraz pokazanie otrzymanego wsparcia z Unii Europejskiej
 - Aktywizacja **potencjalnych beneficjentów** do sięgania po środki z FERC
 - Wsparcie **beneficjentów** FERC w realizacji projektów
- 



Do kogo mówimy – grupy docelowe programu



Jaki mamy przekaz programu

**Przekaz programu FERC
wyróżnia go na tle innych
programów Funduszy
Europejskich**



**Stanowi esencję tego, czym
jest program i co przede
wszystkim powinno być
komunikowane**

**Pomaga odróżnić programy od
siebie, tak aby zakresy
komunikowanych treści nie
pokrywały się ze sobą**

FERC wspiera cyfrowy rozwój kraju poprzez:

- szeroki dostęp do ultra-szybkiego Internetu,
- efektywne i przyjazne użytkownikom zaawansowane e-usługi publiczne,
- skuteczne działanie krajowego systemu cyberbezpieczeństwa,
- dostęp do danych o znaczącym potencjale do dalszego ich wykorzystywania,
- rozwój współpracy międzysektorowej na rzecz cyfrowych rozwiązań wyzwań społeczno-gospodarczych
- wsparcie rozwoju umiejętności cyfrowych kadr/pracowników zaangażowanych we wdrażanie cyfrowych procesów i usług.

Najważniejsze rekomendacje dla komunikacji programu

- efektywne docieranie z ofertą szkoleń do potencjalnych beneficjentów (widoczność oferty)
- formułowanie oczekiwań zrozumiałym językiem i terminologią
- rozumienie procesów po stronie potencjalnych beneficjentów i beneficjentów
- personalizacja komunikacji kierowanej do potencjalnych beneficjentów i beneficjentów
- proaktywne podejście, uprzedzanie kolejnych kroków, przewidywanie i informowanie beneficjentów
- informowanie i wyjaśnianie powodów decyzji, istnienia określonych wymogów (dialog) przewidywalność i terminowość

Jak chcemy docierać – narzędzia komunikacji programu

priorytetowe
kanały
i narzędzia

- **kampanie w mediach** tradycyjnych (np. telewizja, radio, prasa, Internet, reklama zewnętrzna),
- **media społecznościowe** w zakresie aktywnego prowadzenia profili, jak również kampanii reklamowych,
- **wydarzenia informacyjne** – w szczególności dla projektów o znaczeniu strategicznym,
- **szkolenia** – edukacja w zakresie m.in. prawidłowej realizacji projektów, w tym promocji i komunikacji na temat projektu,
- **serwis internetowy programu i portal Funduszy Europejskich** umożliwiający nieograniczony dostęp do aktualnych informacji o programie oraz realizowanych projektach,
- wykorzystanie referencji i **sieci kontaktów beneficjentów** – np. wysyłka bezpośrednia (np. informatory, newslettery).



Fundusze Europejskie

www.rozwojcyfrowy.gov.pl



Fundusze
Europejskie



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską

