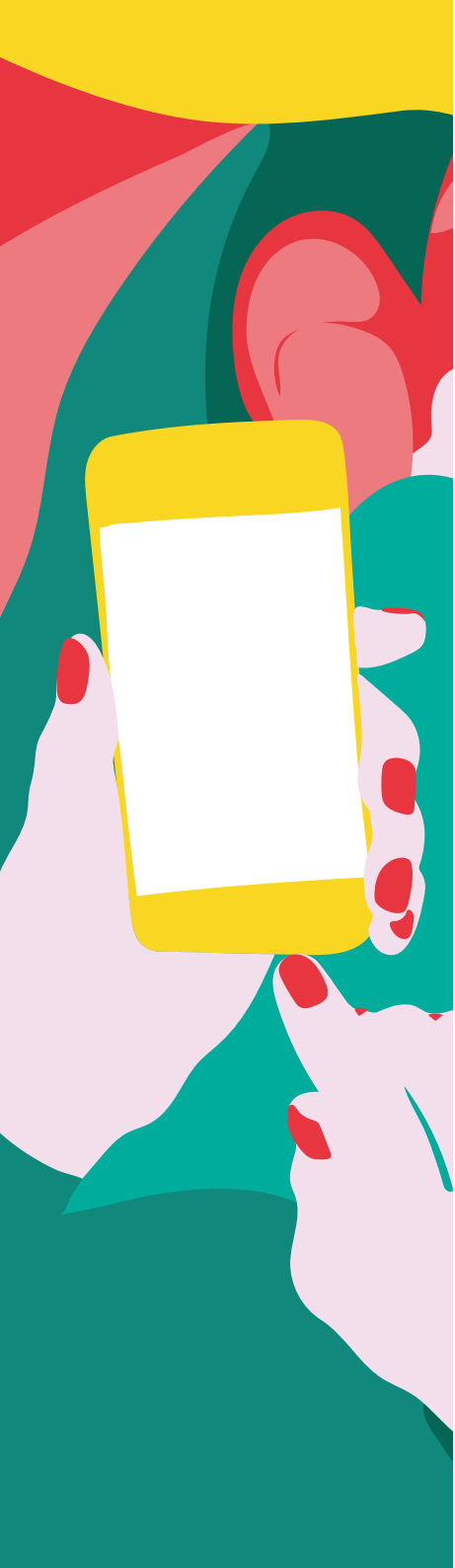
Komisja Europejska

INFORMOWANIE O POLITYCE SPÓJNOŚCI W LATACH 2021–2027

Polityka regionalna i miejska



INDEKS

1. INFORMOWANIE O POLITYCE SPÓJNOŚCI PRZYNOSI KORZYŚCI WSZYSTKIM ZAINTERESOWANYM 4

2. NOWOŚCI W PRZEPISACH NA LATA 2021–2027 5

3. OBOWIĄZKI PAŃSTW CZŁONKOWSKICH 8
3.1 Jak najlepiej zorganizować portal krajowy? 8
3.2 Zapewnianie widoczności działań o znaczeniu strategicznym przez państwa członkowskie 13

4. KRAJOWY KOORDYNATOR DS. KOMUNIKACJI I SPECJALIŚCI DS. KOMUNIKACJI 14
4.1 Rola krajowego koordynatora ds. komunikacji i specjalisty ds. komunikacji 14
4.2 Kontakt koordynatora ds. komunikacji z organami określonymi w artykule 48 oraz zaangażowanie innych interesariuszy 16
4.3 Założenia sieci specjalistów ds. komunikacji 16

5. OBOWIĄZKI INSTYTUCJI ZARZĄDZAJĄCYCH 17
5.1 Jak powinna wyglądać strona internetowa programu? 18
5.2 Jakie informacje powinna zawierać strona internetowa programu? 19
5.3 W jaki sposób instytucje zarządzające mogą najlepiej spełnić wymóg wcześniejszego publikowania informacji o planowanych naborach? 22
5.4 W jaki sposób należy sporządzić listę operacji? 24

6. OBOWIĄZKI BENEFICJENTÓW 25
6.1 W jaki sposób beneficjent może zamieścić informację o wsparciu z UE na kontach w mediach społecznościowych? 27
6.2 Na jak długo należy pozostawić tablice informacyjne lub pamiątkowe? 27
6.3 Jakie dodatkowe obowiązki dotyczą projektów strategicznych? 28
6.4 W jaki sposób państwa członkowskie ustalają zakres pomniejszenia wsparcia? 28
6.5 Jakie jest uzasadnienie nowych przepisów dotyczących promocji instrumentów finansowych? 28

7. KONTAKT Z OBYWATELAMI 29

1. INFORMOWANIE O POLITYCE SPÓJNOŚCI PRZYNOSI KORZYŚCI WSZYSTKIM ZAINTERESOWANYM

W ostatnich latach zwiększanie widoczności polityki spójności stało sie jednym z priorytetów. Każdego roku środki z funduszy spójności wspierają tysiące projektów w całej Europie, co odgrywa ważną rolę w budowaniu europejskiej tożsamości i jest najbardziej namacalnym wyrazem europejskiej solidarności. Skuteczniejsze informowanie o tych działaniach mogłoby przyczynić się do zwiększenia świadomości na temat korzyści, jakie uczestnictwo we Wspólnotowym projekcie przynosi swoim mieszkańcom. Mogłoby to także poprawić publiczny wizerunek Unii. Wyniki wielu badań naukowych potwierdziły, że polityka spójności ma pozytywny wpływ na podejście obywateli do projektu europejskiego.

Mając to na uwadze, państwa członkowskie i Komisja Europejska zobowiązały się do zwiększenia wysiłków w zakresie informowania o funduszach spójności, w tym poprzez ściślejszą współpracę. W swoich konkluzjach z dnia 25 kwietnia 2017 roku Rada Europejska wezwała wszystkie zaangażowane organy państw członkowskich do większego zaangażowania w informowanie na „szeroką skalę i w sposób systematyczny" o możliwościach, rezultatach i skali oddziaływania polityki spójności, co stanowi zarazem ich obowiązek, jak i szansę.

Tym pierwszym jest ze względu na fakt, że państwa członkowskie są współodpowiedzialne za opracowanie unijnych polityk, a w większości przypadków również za ich realizację, w związku z czym powinny wspólnie zwiększać swój wkład w podnoszenie widoczności unijnych celów. Komunikacja oraz promowanie działań Wspólnoty stanowią wspólną odpowiedzialność, ponoszoną kolektywnie przez instytucje europejskie, krajowe, regionalne i lokalne, zwłaszcza w zakresie polityki spójności, w przypadku której stosuje się zasadę zarządzania dzielonego.

Z drugiej strony jest to szansa, ponieważ zwiększanie widoczności osiągnięć w zakresie projektów wspartych z unijnego budżetu stanowi korzyść z punktu widzenia reputacji instytucji krajowych i lokalnych odpowiedzialnych za realizację programów.

Tą właśnie filozofią powinniśmy, naszym zdaniem, kierować się realizując działania komunikacyjne dotyczące kolejnej edycji funduszy spójności. Przekazywanie informacji na temat działań Unii Europejskiej oraz ich wartości dodanej winno stanowić nie tylko dodatek do promowania roli odgrywanej przez instytucje zarządzające w państwach członkowskich Wspólnoty. Informowanie ogółu społeczeństwa o wsparciu z budżetu UE stanowi kluczowy element zarządzania programami w celu zapewnienia przejrzystości, ale również w celu zapewnienia obywatelom dostępu do rzetelnej wiedzy.

Jednocześnie niezwykle ważne jest uświadamianie beneficjentom prawdziwej wartości dodanej wynikającej z możliwie szerokiego informowania o realizowanych przez nich projektach. Zwiększanie widoczności projektu może przełożyć się na szereg korzyści, na przykład umożliwić beneficjentowi dotarcie do potencjalnych partnerów i nawiązanie współpracy bądź przyciągnąć kapitał prywatnych inwestorów.

W związku z tym przekazywanie informacji na temat Unii Europejskiej nie jest przykrym obowiązkiem, lecz stanowi źródło korzyści dla wszystkich zainteresowanych stron.
Przepisy dotyczące działań komunikacyjnych związanych z polityką spójności zmieniały się podczas kolejnych okresów programowania, zaczynając od mało ambitnego wymogu informacyjnego, a kończąc na bardziej szczegółowych obowiązkach dotyczących promocji i przejrzystości. Okres programowania 2014–2020 stanowił czas ważnych zmian – w tym czasie działania komunikacyjne zostały uznane za strategiczną funkcję programów. Nowe przepisy na lata 2021–2027 kontynuują

to podejście i dążą do osiągnięcia równowagi pomiędzy wzmocnieniem obowiązków państw członkowskich, instytucji zarządzających i beneficjentów oraz zmniejszeniem nałożonych na nich obciążeń regulacyjnych.

Ramy prawne określają minimalne wymogi dotyczące komunikacji związanej z programami i projektami realizowanymi w ramach polityki spójności, jednak w ostatecznym rozrachunku to od rzeczywistego zaangażowania, profesjonalizmu oraz doświadczenia zaangażowanych władz i promotorów projektów zależy sukces lub porażka tych działań. W praktyce może oznaczać to między innymi wyjście daleko poza ramy przepisów regulacyjnych – innymi słowy komunikacja nie powinna być traktowana jako kolejne wymaganie na liście, które należy odhaczyć, ponieważ wymagają tego regulacje, a zamiast tego powinna stanowić kluczowy aspekt i jeden z głównych obszarów zainteresowania realizatorów programów i projektów.

Niniejsza broszura opisuje najlepsze sposoby informowania o funduszach spójności w oparciu o przepisy dotyczące okresu programowania 2021–2027.

2. NOWOŚCI W PRZEPISACH NA LATA 2021–2027

2021-2027	2014-2020
STRATEGIA KOMUNIKACJI	
Instytucje zarządzające określą planowane podejście do komunikacji w przeznaczonej na ten cel części programu.	Strategia komunikacji stanowi odrębny dokument będący dodatkiem do programu i nie podlega formalnej ocenie przez Komisję Europejską.
OBOWIĄZKI PAŃSTW CZŁONKOWSKICH	
Państwa członkowskie zapewniają szczególną widoczność działaniom o znaczeniu strategicznym.	
SYMBOL UE	
Symbol Unii Europejskiej powinien być umieszczony w widocznym miejscu na wszystkich materiałach informacyjnych wraz z opublikowanym w całości sformułowaniem „Finansowane przez Unię Europejską” lub „Dofinansowane przez Unię Europejską”. Sformułowanie to nie powinno odnosić się do żadnego konkretnego funduszu. Symbolu Unii Europejskiej nie należy łączyć z żadnymi innymi elementami identyfikacji wizualnej lub logo wskazującymi na wsparcie ze strony UE.	Symbolowi UE powinna towarzyszyć nazwa „Unia Europejska” zapisana w całości, a także informacja dotycząca konkretnego funduszu.

SPECJALIŚCI DS. KOMUNIKACJI ORAZ SIECI KONTAKTÓW	
Poszczególne państwa członkowskie wyznaczają jednego krajowego koordynatora ds. komunikacji, zajmującego się wszystkimi funduszami i programami. Rolą koordynatora ds. komunikacji jest koordynacja działań w zakresie widoczności, przejrzystości i komunikacji w związku z funduszami i programami.	Państwa członkowskie mogą wyznaczać krajowych specjalistów ds. komunikacji zajmujących się poszczególnymi funduszami.
Komisja prowadzi pojedynczą sieć zrzeszającą koordynatorów ds. komunikacji oraz specjalistów ds. komunikacji poszczególnych programów.	Komisja Europejska może tworzyć różne sieci, na przykład dotyczące poszczególnych funduszy, skupiające specjalistów ds. komunikacji z poszczególnych krajów i programów, by w ten sposób zapewnić płynny obieg informacji.
OBOWIĄZKI INSTYTUCJI ZARZĄDZAJĄCYCH	
Instytucje zarządzające powinny stworzyć stronę internetową zawierającą informacje dotyczące programu i uruchomić ją w ciągu sześciu miesięcy od dnia jego zatwierdzenia.	Przepisy zawierają jedynie domyślny obowiązek wskazujący, że poszczególne programy powinny posiadać stronę internetową. Wykaz operacji musi być aktualizowany co sześć miesięcy.
Instytucje zarządzające są odpowiedzialne za publikację na stronie internetowej programu lub na głównym portalu krajowym zapewniającym, dostęp do wszystkich programów ,harmonogramu planowanych i opublikowanych zaproszeń do składania wniosków. Harmonogram naborów powinien być aktualizowany co najmniej trzy razy w roku. Wykaz operacji musi być aktualizowany raz na cztery miesiące.	

OBOWIĄZKI BENEFICJENTÓW	
W przypadku operacji o znaczeniu strategicznym i operacji, których łączny koszt przekracza 10 000 000 EUR, beneficjenci organizują wydarzenie lub działanie promocyjne angażujące Komisję i instytucję zarządzającą. Jeśli beneficjent nie przestrzega zobowiązań dotyczących widoczności, możliwe jest zastosowanie środków polegających na anulowaniu do 3 % otrzymanego wsparcia. W przypadku realizacji kilku operacji w jednej lokalizacji umieszcza się jedną tablicę informacyjną lub pamiątkową.	
OBOWIĄZKI DOTYCZĄCE SPRAWOZDAWCZOŚCI	
Roczne sprawozdania z wdrażania nie są już wymagane, jednak państwa członkowskie powinny przekazywać Komisji Europejskiej informacje na temat realizacji działań komunikacyjnych i promocyjnych dotyczących programów w celu przygotowania do corocznego spotkania przeglądowego.	Roczne sprawozdania z wdrażania przedłożone w latach 2017 i 2019 powinny zawierać informacje na temat wyników związanych z funduszami działań informacyjnych oraz promocyjnych zrealizowanych w ramach strategii komunikacji.
KOMITETY MONITORUJĄCE (KM)	
Komitety monitorujące „badają realizację działań w zakresie komunikacji i widoczności" projektów. (Wzmocnienie roli KM w procesie nadzorowania realizacji programu, w tym działań dotyczących komunikacji)	Komitety monitorujące „badają strategię komunikacji dotyczącą programu operacyjnego".

3. OBOWIĄZKI PAŃSTW CZŁONKOWSKICH

Artykuł 46

Każde państwo członkowskie zapewnia:
a) widoczność wsparcia we wszystkich działaniach związanych z operacjami wspieranymi z Funduszy, ze szczególnym uwzględnieniem operacji o znaczeniu strategicznym;

b) informowanie obywateli Unii o roli i osiągnięciach Funduszy za pośrednictwem jednego portalu internetowego, który zapewnia dostęp do wszystkich programów, obejmujących dane państwo członkowskie.

Państwa członkowskie są odpowiedzialne za przekazywanie dokładnych i szczegółowych informacji dotyczących finansowania projektów. W celu zapewnienia dostępu do tych informacji powinien powstać jeden portal krajowy.

3.1 Jak najlepiej zorganizować portal krajowy?

Portal krajowy stanowi dla większości potencjalnych użytkowników główne źródło informacji na temat funduszy, w związku z czym powinien zapewniać najwyższy możliwy stopień przejrzystości oraz dostępności, jednocześnie oferując użytkownikom dostęp do aktualnych oraz dokładnych informacji.

Na stronie głównej portalu powinny znaleźć się następujące informacje zamieszczone bezpośrednio lub poprzez odnośniki do wewnętrznych podstron:

- krótki i jasny opis zakresu i celu polityki spójności i funduszy strukturalnych (przykład 1);
- opis osiągnięć ilustrowany zarówno przykładami finansowanych projektów, jak i danymi (przykład 2);
- wykaz programów wraz z bezpośrednimi odnośnikami do ich stron internetowych, a także podstron wewnętrznych lub sekcji, jeśli ich opisy stanowią integralną część portalu krajowego (przykład 3);
- informacje dotyczące realizacji programu bądź programów (przykład 4).

W gestii państw członkowskich leży decyzja o tym, czy portal krajowy powinien zawierać oficjalne podstrony poszczególnych programów, czy też w ramach programów będą powstawały osobne strony internetowe. Najlepiej byłoby, gdyby oferował dostęp do listy działań w ramach programów.

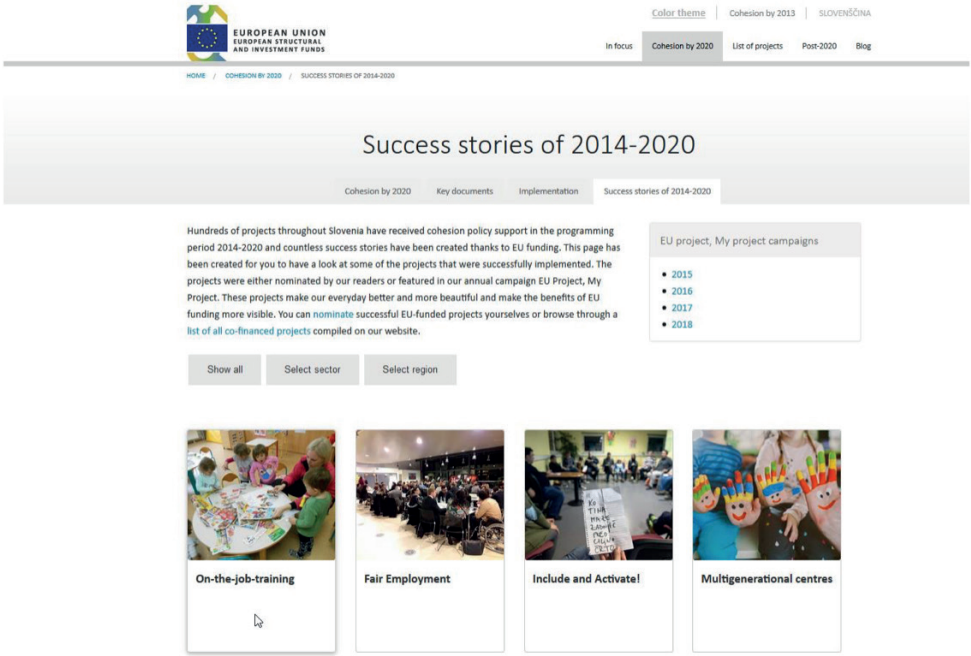
Najlepiej byłoby, gdyby portal krajowy został uruchomiony wraz z rozpoczęciem danego okresu programowania.

Przykład 1: wyjaśnienia dotyczące zakresu oddziaływania polityki spójności

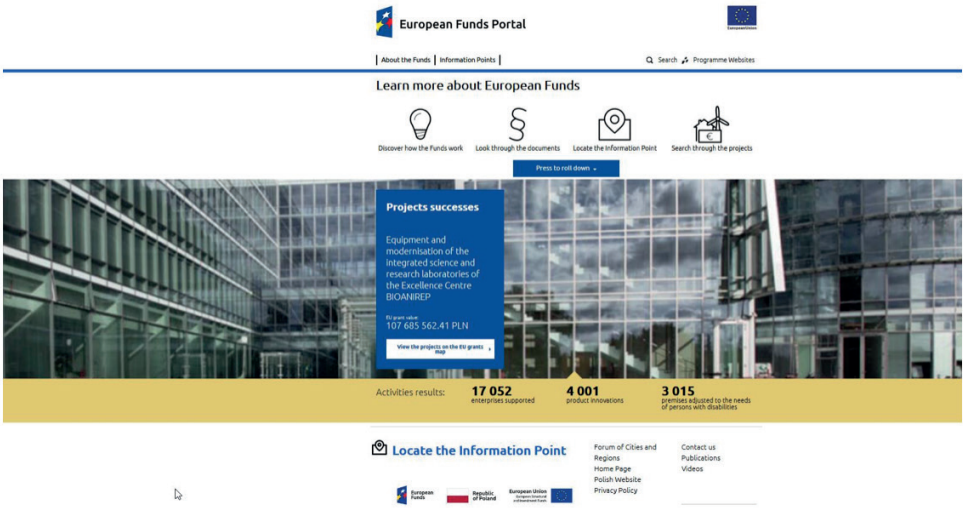
Francuski portal krajowy, lata 2014–2020

Przykład 2: prezentacja osiągnięć

Słoweński portal krajowy, lata 2014–2020

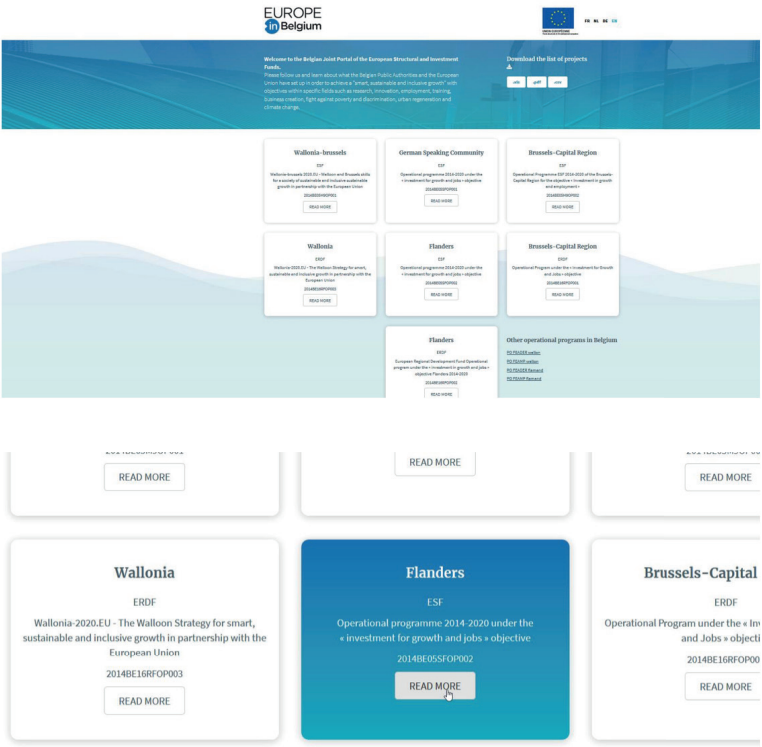


Polski portal krajowy, lata 2014-2020



Przykład 3: zapewnianie dostępu do programów

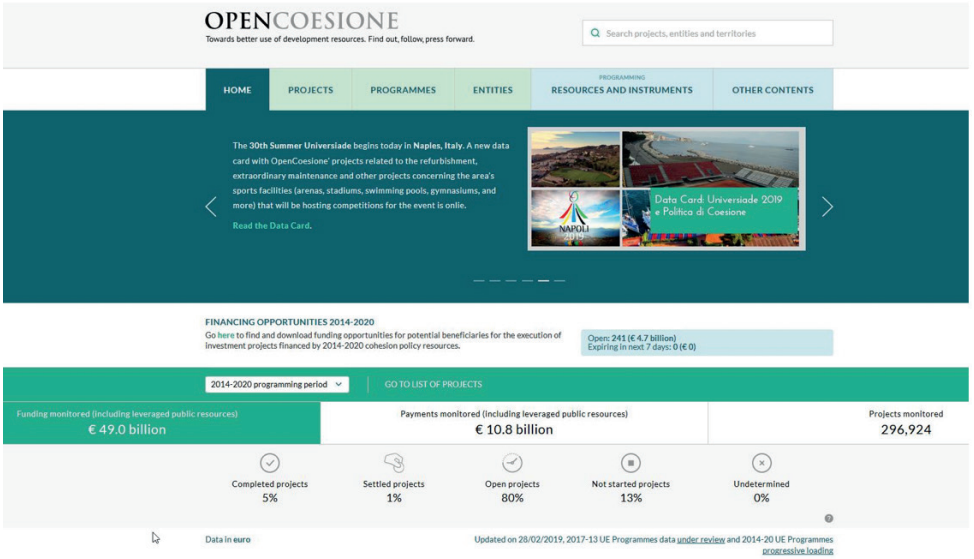
Belgijski portal krajowy, lata 2014–2020



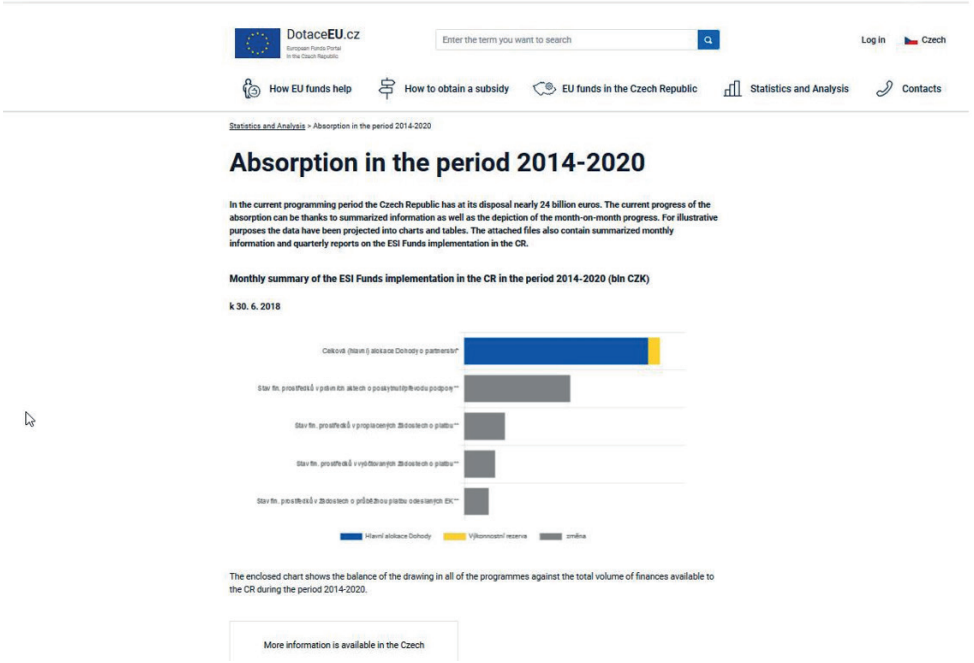
Czeski portal krajowy, lata 2014–2020

Przykład 4: status realizacji projektów

Włoski portal krajowy, lata 2014–2020



Czeski portal krajowy, lata 2014–2020



3.2 Zapewnianie widoczności działań o znaczeniu strategicznym przez państwa członkowskie

Operacje o znaczeniu strategicznym to projekty wnoszące kluczowy wkład w realizację celów programu. Jako takie w zamierzeniu stanowią one najbardziej reprezentatywne projekty związane z poszczególnymi programami i realizują ich założenia.

Działania komunikacyjne realizowane przez poszczególne państwa członkowskie, które umożliwiają zwrócenie uwagi na ich znaczenie obejmują:

- specjalne (mini) kampanie promocyjne dotyczące projektu bądź projektów;
- organizację wydarzeń inauguracyjnych;
- promowanie relacji dotyczących projektów w mediach, w szczególności gdy osiągną pewien poziom dojrzałości (poprzez konferencje prasowe, komunikaty prasowe, zapraszanie dziennikarzy lub organizację innych wydarzeń medialnych);
- rozpowszechnianie informacji o projektach za pośrednictwem portalu krajowego lub stron internetowych poszczególnych programów i projektów (na przykład w ramach określonego portalu krajowego działu);
- opracowanie materiałów promocyjnych– również na użytek Komisji Europejskiej.

Takie działania najlepiej realizować w ścisłej współpracy z instytucją zarządzającą odpowiedzialną za dany projekt oraz jego beneficjentem ze względu na to, że tylko wspólne i skoordynowane wysiłki przynoszą większą wartość dodaną niż rozproszone działania.

4. KRAJOWY KOORDYNATOR DS. KOMUNIKACJI I SPECJALIŚCI DS. KOMUNIKACJI

Artykuł 48

1. Każde państwo członkowskie wyznacza koordynatora ds. komunikacji odpowiedzialnego za działania w zakresie widoczności, przejrzystości i komunikacji w związku ze wsparciem z Funduszy, w tym w odniesieniu do programów w ramach celu „Europejska współpraca terytorialna" (Interreg), w przypadku których w danym państwie członkowskim zlokalizowana jest instytucja zarządzająca. Koordynator ds. komunikacji może zostać powołany na poziomie instytucji określonej na podstawie art. 71 ust. 6 i odpowiada on za koordynację działań związanych z komunikacją i widocznością w odniesieniu do wszystkich programów.

Koordynator ds. komunikacji włączy w działania w zakresie widoczności, przejrzystości i komunikacji następujące podmioty:

a) przedstawicielstwa Komisji Europejskiej i biura kontaktowe Parlamentu Europejskiego w państwach członkowskich, a także centra informacyjne Europe Direct i inne stosowne sieci, instytucje edukacyjne i organizacje badawcze;

b) innych odpowiednich partnerów, o których mowa w art. 8 ust. 1.

2. Każda instytucja zarządzająca wyznacza dla każdego programu specjalistę ds. komunikacji. Specjalista ds. komunikacji może być odpowiedzialny za więcej niż jeden program.

3. Komisja utrzymuje sieć zrzeszającą koordynatorów ds. komunikacji, specjalistów ds. komunikacji i przedstawicieli Komisji w celu wymiany informacji na temat działań w zakresie widoczności, przejrzystości i komunikacji.

Nowe przepisy zakładają większą harmonizację działań promocyjnych w ramach projektów dzięki wzmocnieniu koordynacji na szczeblu krajowym oraz wsparciu współpracy pomiędzy wszystkimi zainteresowanymi stronami.

4.1 Rola krajowego koordynatora ds. komunikacji i specjalistów ds. komunikacji projektów

Uzasadnieniem dla powołania krajowego koordynatora ds. komunikacji odpowiedzialnego za zajmowanie się wszystkimi funduszami, obok specjalistów ds. komunikacji zajmujących się poszczególnymi programami, jest zapewnienie silniejszej koordynacji na szczeblu krajowym w ramach wszystkich programów, w tym INTERREG.

Według przepisów krajowy koordynator ds. komunikacji jest odpowiedzialny za zapewnienie lepszej koordynacji oraz integracji działań komunikacyjnych w ramach wszystkich programów. Jednym z najlepszych sposobów realizacji tego założenia jest przyjęcie oraz wykorzystywanie jednolitych materiałów wizualnych, haseł/sloganów oraz komunikatów. Jednocześnie sugerujemy pozostawienie poszczególnym programom swobody pozwalającej na planowanie oraz realizację działań w oparciu o specyfikę programów.

W celu zapewnienia skutecznej koordynacji niezbędne jest stworzenie krajowej sieci kontaktów obejmującej specjalistów ds. komunikacji poszczególnych programów. W miarę możliwości w jej pracach powinni brać udział także przedstawiciele programów rozwoju obszarów wiejskich. Celem sieci jest wymiana wiedzy oraz opracowywanie wspólnych strategii, a jej członkowie powinni spotykać się regularnie, co najmniej dwa razy w roku. Krajowy koordynator może również zapraszać przedstawicieli organów wymienionych w treści punktów a oraz b ustępu 1 artykułu 48 Rozporządzenia, w tym przedstawicielstw Komisji Europejskiej i biur kontaktowych Parlamentu Europejskiego, a także Centrów informacyjnych Europe Direct do regularnego lub okazjonalnego udziału w posiedzeniach sieci krajowych. Osoby zatrudnione na stanowiskach koordynatora ds. komunikacji oraz specjalisty ds. komunikacji poszczególnych programów powinny pracować w pełnym wymiarze godzin. Idealny kandydat to osoba z doświadczeniem w zakresie informowania o osiągnięciach polityki spójności.

Jeśli pozwala na to struktura organizacyjna, krajowi koordynatorzy ds. komunikacji mogą pełnić rolę rzeczników funduszy unijnych w danym kraju.

WAŻNE: Wyznaczenie w odpowiednim czasie koordynatora ds. komunikacji sprzyja procesowi wdrażania spójnych ram komunikacji w zakresie funduszy unijnych. Stosowny koordynator powinien w miarę możliwości zostać wyznaczony wraz z rozpoczęciem okresu programowania. Z tego samego powodu instytucje zarządzające powinny wyznaczyć specjalistów ds. komunikacji niezwłocznie po przyjęciu programu. Sugerujemy również, by jak najszybciej powiadomić Komisję o wyznaczeniu konkretnych osób na dane stanowiska, zapewniając w ten sposób płynną wymianę informacji.

PRZYKŁADY WSPÓLNYCH ELEMENTÓW KOMUNIKACJI W RAMACH PROGRAMÓW

Francja – „L'Europe s'engage en…"

W latach 2014–2020 Francja przyjęła jedno logo oraz slogan („L'Europe s'engage en…""Europa się angażuje w…") dotyczące wszystkich programów realizowanych w kraju w ramach europejskich funduszy strukturalnych i inwestycyjnych, jednocześnie umożliwiając poszczególnym funduszom i regionom dostosowanie ich do swoich własnych potrzeb.

W latach 2014–2020 Polska stosowała jednolity szablon, wspólne elementy wizualne oraz strukturę stron internetowych wszystkich realizowanych programów.

4.2 Kontakt koordynatora ds. komunikacji z organami określonymi w artykule 48 oraz zaangażowanie innych interesariuszy

Instytucje działające na szczeblu krajowym oraz instytucje zarządzające poszczególnymi programami nie powinny zajmować się komunikacją samodzielnie. Współpraca z wieloma organami stanowi klucz do zwiększania zasięgu oraz skuteczności działań związanych z komunikacją i promocją. Zadaniem koordynatorów ds. komunikacji jest określenie najskuteczniejszych metod współpracy z tymi podmiotami w oparciu o specyfikę krajowego systemu lub dotychczasowe praktyki. Ważne jest również określenie charakteru ich udziału w realizacji strategii i planów komunikacji. Równie ważne jest zaangażowanie w miarę możliwości także organów wymienionych w treści artykułu 8 (1), gdyż mogą one istotnie wspomóc działania promocyjne. Idealna byłaby sytuacja, w której przedstawiciele tych organów uczestniczyliby w regularnych spotkaniach.

4.3 Założenia unijnej sieci specjalistów ds. komunikacji

W oparciu o doświadczenia zebrane w ramach poprzednich okresów programowania powstanie sieć, która będzie stanowić platformę wymiany informacji oraz debaty nad wspólnymi wyzwaniami. Po raz pierwszy w historii sieć obejmie wszystkie fundusze podlegające rozporządzeniu ogólnemu.

5. OBOWIĄZKI INSTYTUCJI ZARZĄDZAJĄCYCH

Artykuł 49

1. Instytucja zarządzająca zapewnia, aby w terminie sześciu miesięcy od decyzji zatwierdzającej program powstała strona internetowa udostępniająca informacje o programach, za które instytucja zarządzająca odpowiada; informacje takie dotyczą celów poszczególnych programów, działań realizowanych w ich ramach, dostępnych możliwości finansowania i osiągnięć.

2. Instytucja zarządzająca zapewnia publikację na stronie internetowej, o której mowa w ust. 1, lub na jednym portalu internetowym, o którym mowa w art. 46 lit. b), harmonogramu planowanych naborów wniosków, który jest aktualizowany co najmniej trzy razy w roku i zawiera następujące indykatywne dane dotyczące:
a) obszaru geograficznego, którego dotyczy nabór wniosków;
b) danego celu polityki lub celu szczegółowego;
c) rodzaju kwalifikujących się wnioskodawców;
d) łącznej kwoty wsparcia w ramach naboru wniosków;
e) daty rozpoczęcia i zakończenia procedury naboru wniosków.

3. Instytucja zarządzająca sporządza wykaz operacji wybranych i wspartych z Funduszy, który jest publicznie dostępny na stronie internetowej w co najmniej jednym języku urzędowym instytucji Unii i jest aktualizowany przez instytucję zarządzającą co najmniej raz na cztery miesiące. Każda operacja ma swój niepowtarzalny kod. Wykaz zawiera następujące dane:

a) w przypadku podmiotów prawnych – nazwę beneficjenta i, w przypadku zamówień publicznych, wykonawcy;

b) w przypadku gdy beneficjent jest osobą fizyczną – jego imię i nazwisko;

c) w przypadku operacji EFMRA związanych ze statkiem rybackim – numer identyfikacyjny w rejestrze floty rybackiej UE, o którym mowa w rozporządzeniu wykonawczym Komisji (UE) 2017/218 (47);

d) nazwę operacji;

e) cel operacji i jej oczekiwane lub faktyczne osiągnięcia;

f) datę rozpoczęcia operacji;

g) oczekiwaną lub faktyczną datę ukończenia operacji;
h) łączny koszt operacji;

i) dany fundusz;

j) dany cel szczegółowy;

k) stopę dofinansowania unijnego;

l) oznaczenie lokalizacji lub geolokalizację dla danej operacji i danego państwa;

m) w przypadku operacji mobilnych lub operacji obejmujących kilka lokalizacji – lokalizację beneficjenta, gdy beneficjent jest podmiotem prawnym, lub region na poziomie NUTS 2, gdy beneficjent jest osobą fizyczną;

n) rodzaj interwencji w przypadku operacji zgodnie z art. 73 ust. 2 lit. g).
Dane, o których mowa w akapicie pierwszym lit. b) i c), są usuwane po dwóch latach od dnia pierwotnej publikacji na stronie internetowej.

4. Dane, o których mowa w ust. 2 i 3 niniejszego artykułu, publikowane są na stronie internetowej, o której mowa w ust. 1, lub na jednym portalu internetowym, o którym mowa w art. 46 lit. b) niniejszego rozporządzenia, w formacie otwartym przeznaczonym do odczytu komputerowego, jak określono w art. 5 ust. 1 dyrektywy Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2019/1024 (48), co pozwala na ich sortowanie, przeszukiwanie, tworzenie wyciągów, porównywanie i ponowne wykorzystanie.

5. Zanim nastąpi publikacja zgodnie z niniejszym artykułem, instytucja zarządzająca informuje beneficjentów, że dane zostaną podane do wiadomości publicznej.

6. Instytucja zarządzająca zapewnia, aby materiały związane z komunikacją i widocznością, również na poziomie beneficjentów, były udostępniane na wniosek unijnych instytucji, organów lub jednostek organizacyjnych i aby Unii udzielono nieodpłatnej, niewyłącznej i nieodwołalnej licencji na korzystanie z takich materiałów oraz wszelkich wcześniej istniejących praw wynikających z takiej licencji zgodnie z załącznikiem IX. Nie powinno to pociągać za sobą znacznych dodatkowych kosztów ani znacznych obciążeń administracyjnych dla beneficjentów, ani dla instytucji zarządzającej.

Rozporządzenie rozszerza zakres obowiązków instytucji zarządzających w zakresie zapewnienia przejrzystości oraz widoczności, jednocześnie upraszczając wymogi prawne oraz zmniejszając ich uciążliwość.

5.1 Jak powinna wyglądać strona internetowa programu?

Strona internetowa programu stanowi główne źródło informacji dla potencjalnych beneficjentów i obywateli. Zgodnie z przepisami rozporządzenia strona internetowa powinna zostać uruchomiona najpóźniej w ciągu sześciu miesięcy od dnia zatwierdzenia programu, jednak z punktu widzenia zapewnienia przejrzystości warto zagwarantować, by strona powstała i została uruchomiona możliwie jak najszybciej.

Projekt strony internetowej powinien umożliwiać prostą i bezproblemową nawigację. Niestety, nie istnieje uniwersalne rozwiązanie, jednak w procesie opracowywania strony warto wziąć pod uwagę kilka podstawowych kryteriów, wśród których można wymienić między innymi:

- Zapewnienie łatwej nawigacji dzięki uproszczonym treściom, hierarchii nawigacji oraz responsywności.
- Spełnianie przez stronę internetową kryteriów organizacji W3C dotyczących ułatwień dostępu.
- Umieszczenie na poszczególnych podstronach dokładnych i łatwo rozpoznawalnych tytułów usprawniających nawigację oraz stosownych ikon. Odwiedzający powinni mieć ogólny zarys tego, co mogą znaleźć na danej stronie jeszcze przed kliknięciem odnośnika.
- Optymalizację strony internetowej pod kątem urządzeń mobilnych.

5.2 Jakie informacje powinna zawierać strona internetowa programu?

Zgodnie z postanowieniami rozporządzenia strona główna powinna zapewniać łatwy i bezpośredni dostęp do następujących informacji lub podstron:

- sekcji opisującej w prosty sposób podstawowe informacje na temat programu – jego celów i priorytetów, zakresie geograficznym lub tematycznym, a także całkowitej kwoty przyznanej na jego realizację (przykład 1);
- zaproszenia do składania wniosków (przykład 2);
- sekcji dotyczącej efektów, przedstawiającej dane i przykładowe projekty (przykład 3).

Inne ważne informacje, które należy również opublikować na stronie internetowej obejmują:

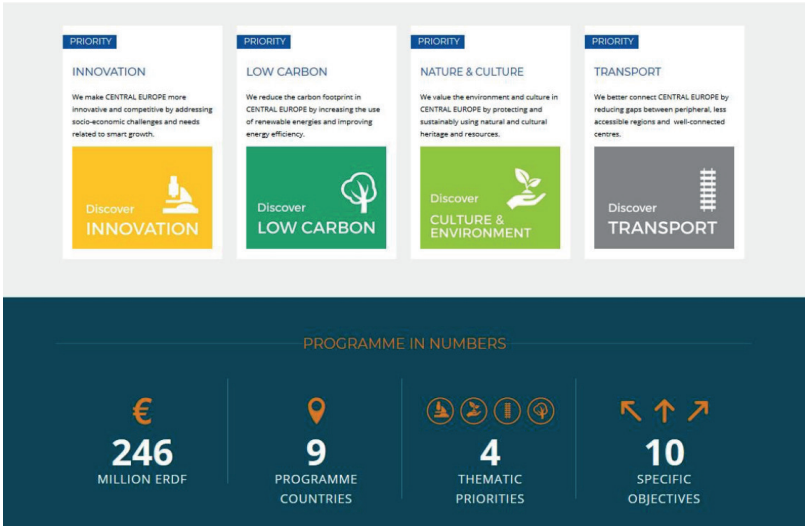
- dane kontaktowe instytucji zarządzającej;
- dokumenty dotyczące programu;
- listę operacji.

Ponadto na stronie głównej należy zamieścić następujące elementy:

- Symbol UE oraz informacja o dofinansowaniu lub finansowaniu, umieszczone w widocznym miejscu zgodnie z wymaganiami technicznymi określonymi w rozporządzeniu. Jednym ze sposobów spełnienia tego wymogu jest umieszczenie wskazanych elementów w obszarze wyświetlania urządzenia cyfrowego w taki sposób, by były widoczne bez konieczności przewijania strony.
- Przyciski udostępniania oraz obserwowania profili programów w mediach społecznościowych, umieszczone w widocznych miejscach.
- Wyszukiwarkę lub menu umożliwiające łatwą nawigację („mapę strony”).

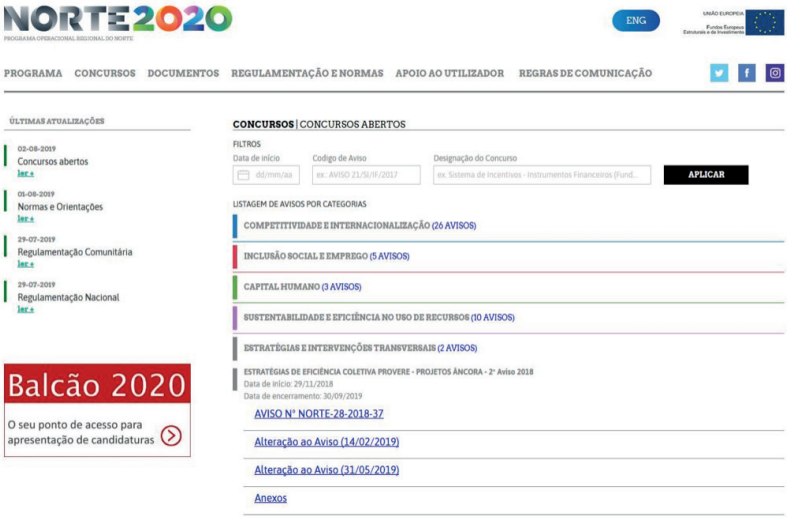
Przykład 1: ogólne informacje na temat programu

Strona internetowa programu Interreg Europa Środkowa 2014–2020

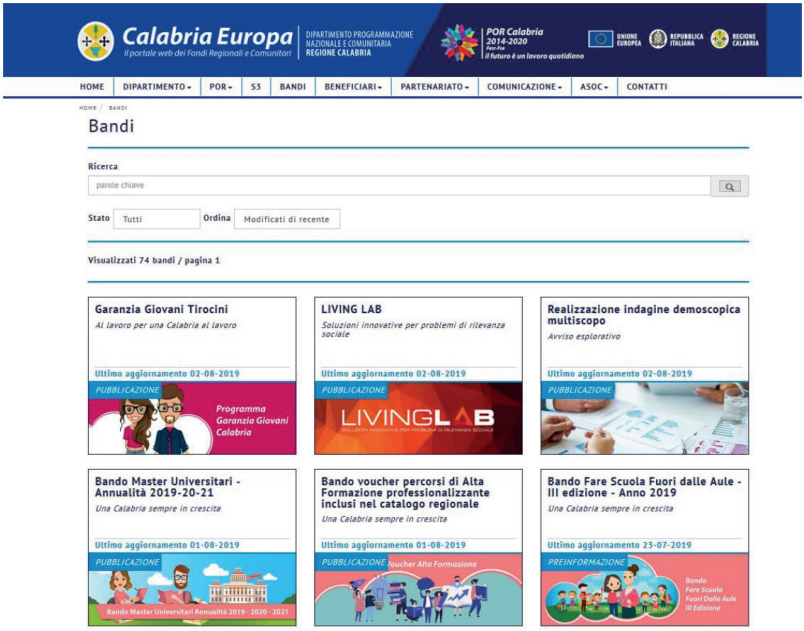


Przykład 2: zaproszenia do składania wniosków

PO Norte 2020, zaproszenia do składania wniosków

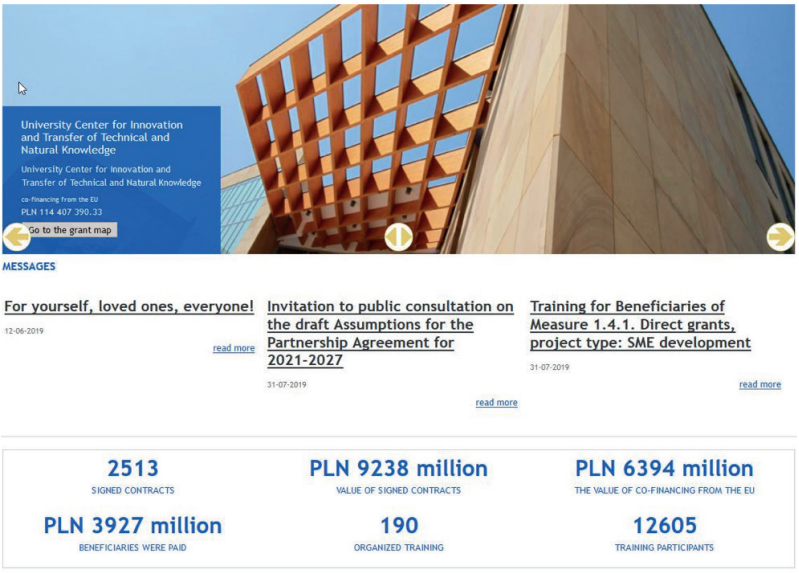


PO Kalabria 2014–2020, zaproszenia do składania wniosków



Przykład 3: informacje o rezultatach

Regionalny Program Operacyjny Województwa Podkarpackiego na lata 2014–2020



5.3 W jaki sposób instytucje zarządzające mogą najlepiej spełnić wymóg wcześniejszego publikowania informacji o planowanych naborach?

Uzasadnieniem tego wymogu jest zwiększenie przejrzystości naborów wniosków o finansowanie, w szczególności w celu umożliwienia szerszego, terminowego i świadomego udziału potencjalnych beneficjentów w programach.
Instytucje zarządzające mogą publikować harmonogram planowanych naborów wniosków w wyznaczonej części strony internetowej wyróżnionej na stronie głównej (np. na wyróżnionym elemencie, w oknie lub w wyznaczonym obszarze strony głównej obejmującym nabory wraz z odnośnikiem przekierowującym do podstrony z dodatkowymi informacjami).

Instytucje zarządzające powinny dążyć do publikowania tego rodzaju informacji w prostym i zrozumiałym języku.

Zgodnie z rozporządzeniem w harmonogramie planowanych naborów wniosków, który powinien być aktualizowany co najmniej trzy razy w roku, należy uwzględnić następujące informacje dotyczące poszczególnych naborów:
- obszar geograficzny, którego dotyczy nabór wniosków;
- cel polityki lub cel szczegółowy;
- rodzaj kwalifikujących się wnioskodawców;
- łączna kwota wsparcia w ramach naboru wniosków;
- data rozpoczęcia i zakończenia naboru wniosków.

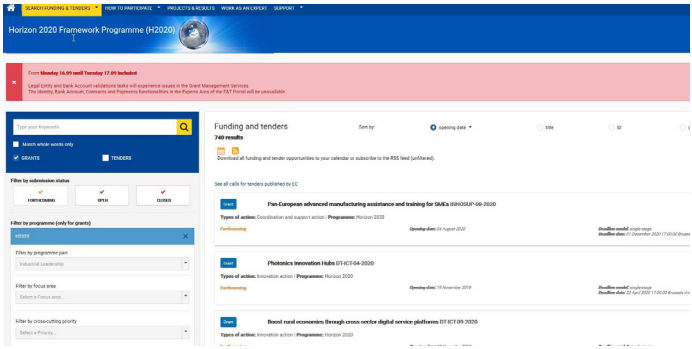
Dopuszczalne jest również umieszczenie na stronie dodatkowych użytecznych informacji dotyczących między innymi rodzajów wspieranych projektów, kwalifikujących się wydatków i procedur składania wniosków.

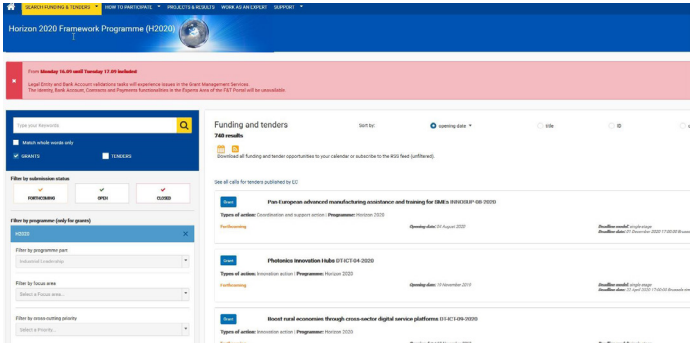
Przykład: informowanie o naborach do składania wniosków

Fińskie Ministerstwo Spraw Wewnętrznych, Fundusze Spraw Wewnętrznych

- **6 miesięcy wcześniej:** artykuł informacyjny obejmujący podstawowe informacje na temat naboru (+ tweet)
- **2–3 miesiące wcześniej:** artykuł informacyjny zawierający bardziej szczegółowe informacje
- **Miesiąc wcześniej:** artykuł informacyjny dotyczący pomocy w składaniu wniosków (45-minutowe indywidualne spotkania ze składającymi wnioski, ostatnie pytania dotyczące składania wniosków itd.)
- **W dniu rozpoczęcia składania wniosków:** komunikat prasowy, informacja na stronie internetowej oraz na stronie internetowej Ministerstwa, publikacja reklam w największych gazetach
- **W dniu zakończenia przyjmowania wniosków:** informacja dotycząca otrzymanych wniosków oraz lista zgłoszeń, wiadomość e-mail wysłana do komitetów monitorujących
- **Gotowe decyzje o przyznaniu finansowania:** komunikat prasowy dotyczący finansowanych projektów wraz z odnośnikiem do zaktualizowanych list projektów na stronie internetowej, wiadomość e-mail wysłana do komitetów monitorujących

Przykład: program prac „Horyzont 2020” (portal dla uczestników z UE)





Przykład: wstępna publikacja informacji o planowanych naborach wniosków

Strona internetowa PO Kalabria 2014–2020 (podsumowanie nadchodzącego naboru)

5.4 W jaki sposób należy sporządzić listę operacji?

Lista operacji powinna być łatwo dostępna ze strony głównej. Powinna zostać udostępniona w formacie przeznaczonym do odczytu komputerowego (*.CSV, *.XLS) i aktualizowana raz na cztery miesiące. Kolejność nagłówków w pliku powinna odpowiadać kolejności wymienionej w rozporządzeniu, a w miarę możliwości powinny być one dostępne w języku angielskim lub francuskim.

6. OBOWIĄZKI BENEFICJENTÓW

Artykuł 50

1. Beneficjenci i podmioty wdrażające instrumenty finansowe podają informację o wsparciu operacji z Funduszy, w tym o zasobach ponownie wykorzystanych zgodnie z art. 62, poprzez:

a) zamieszczenie na oficjalnej stronie internetowej beneficjenta, jeżeli taka strona istnieje, lub na jego stronach mediów społecznościowych, krótkiego – stosownie do poziomu wsparcia – opisu operacji, w tym jej celów i rezultatów, z podkreśleniem faktu otrzymania wsparcia finansowego z Unii;

b) zamieszczenie w widoczny sposób informacji z podkreśleniem faktu otrzymania wsparcia z Unii w dokumentach i materiałach związanych z komunikacją dotyczących wdrażania operacji, przeznaczonych dla opinii publicznej lub uczestników;

c) umieszczenie trwałych tablic informacyjnych lub tablic pamiątkowych w sposób wyraźnie widoczny dla społeczeństwa, które przedstawiają symbol Unii zgodnie z parametrami technicznymi określonymi w załączniku IX, niezwłocznie po rozpoczęciu fizycznej realizacji operacji obejmujących inwestycje rzeczowe lub zainstalowaniu zakupionego sprzętu, w odniesieniu do:

(i) wspieranych z EFRR i Funduszu Spójności operacji, których łączny koszt przekracza 500 000 EUR;
(ii) wspieranych z EFS+, FST, EFMRA, FAMI, FBW lub IZGW operacji, których łączny koszt przekracza 100 000 EUR;

d) w przypadku operacji niewchodzących w zakres lit. c) – umieszczenie w miejscu dobrze widocznym dla ogółu co najmniej jednego plakatu o wymiarze minimum A3 lub podobnej wielkości elektronicznego wyświetlacza, na których znajdą się informacje o operacji z podkreśleniem faktu otrzymania wsparcia z Funduszy; w przypadku gdy beneficjent jest osobą fizyczną, zapewnia on w miarę możliwości dostępność stosownych informacji, z podkreśleniem faktu otrzymania wsparcia z Funduszy, w miejscu widocznym dla ogółu lub za pośrednictwem elektronicznego wyświetlacza.

e) w przypadku operacji o znaczeniu strategicznym i operacji, których łączny koszt przekracza 10 000 000 EUR, zorganizowanie wydarzenia informacyjnego lub działań komunikacyjnych, stosownie do sytuacji, oraz włączenie w te działania Komisji i odpowiedzialnej instytucji zarządzającej w odpowiednim terminie.
Wymóg określony w lit. d) akapitu pierwszego nie ma zastosowania w przypadku

gdy beneficjent EFS+ jest osobą fizyczną lub w przypadku operacji wspieranych w ramach celu szczegółowego określonego w art. 4 ust. 1 lit. m) rozporządzenia w sprawie EFS+.
Na zasadzie odstępstwa od akapitu pierwszego lit. c) i d), w przypadku operacji wspieranych z FAMI, FBW i IZGW w dokumencie określającym warunki wsparcia można ustanowić szczególne wymogi dotyczące umieszczania w miejscach publicznych informacji na temat wsparcia z Funduszy, gdy jest to uzasadnione względami bezpieczeństwa i porządku publicznego zgodnie z art. 69 ust. 5.

2. W przypadku funduszy małych projektów beneficjent przestrzega obowiązków wynikających z art. 36 ust. 5 rozporządzenia Interreg.
W przypadku instrumentów finansowych beneficjent zapewnia – za pomocą warunków umownych – przestrzeganie przez ostatecznych odbiorców wymogów określonych w ust. 1 lit. c).

3. W przypadku gdy beneficjent nie wypełnia swoich obowiązków wynikających z art. 47 lub ust. 1 i 2 niniejszego artykułu i w przypadku gdy nie zostały podjęte działania zaradcze, instytucja zarządzająca stosuje środki, uwzględniając zasadę proporcjonalności, polegające na anulowaniu do 3 % wsparcia z Funduszy na daną operację.

Nowe przepisy upraszczają oraz ujednolicają obejmujące beneficjentów wymogi w zakresie informowania na temat projektów.

Instytucje zarządzające opracowały z myślą o beneficjentach szeroki wachlarz wytycznych oraz materiałów ułatwiających skuteczne promowanie projektów oraz ich finansowania ze środków UE. Zgodnie z zasadą zarządzania dzielonego instytucje te są najlepiej przygotowane do kierowania i wspierania beneficjentów w działaniach komunikacyjnych i promocyjnych.

Poniżej można znaleźć kilka praktycznych wskazówek opartych przede wszystkim na pytaniach i informacjach zwrotnych zgromadzonych dzięki sieci INFORM.

6.1 W jaki sposób beneficjent może zamieścić informację o wsparciu z UE na kontach w mediach społecznościowych?

Wsparcie z funduszy unijnych może zostać opisane w widocznym miejscu w opisie profilu beneficjenta w mediach społecznościowych. Informacje wymienione w artykule 50, ustępie 1, lit. a) rozporządzenia ogólnego można umieścić w opisie profilu w taki sposób, by były zawsze widoczne. Posty służące do regularnego informowania o działaniach oraz ich wynikach mogą również obejmować osobiste historie prawdziwych użytkowników końcowych korzystających z wyników projektu.

6.2 Na jak długo należy pozostawić tablice informacyjne lub pamiątkowe?

Zgodnie z art. 50 ust. 1 lit. c) i d) rozporządzenia ogólnego na miejscu operacji należy umieścić trwałe tablice informacyjne lub pamiątkowe natychmiast po rozpoczęciu fizycznej realizacji operacji. Instytucje zarządzające mogą pomóc beneficjentom w wyborze najbardziej odpowiedniego formatu, zapewniając im wystarczającą elastyczność w zakresie rozmiarów i materiałów, które mogą zostać wykorzystane.

Stosowne tablice informacyjne lub pamiątkowe powinny zostać pozostawione na stałe w miejscu realizacji operacji.

Często występującym problemem jest realizacja obowiązku umieszczenia stałych materiałów informacyjnych zgodnie z rygorystycznymi zasadami rekonstrukcji historycznej. Opracowanie prostego i łatwego do dostosowania szablonu oraz unikanie wymogów dotyczących materiałów, a także najmniejsze możliwe ograniczenia dotyczące rozmiarów pomagają beneficjentom i zmniejszają zapotrzebowanie na indywidualne konsultacje.

6.3 Jakie dodatkowe obowiązki dotyczą projektów strategicznych?

Należy zorganizować co najmniej jedno wydarzenie lub działanie, w ramach którego wsparcie z UE będzie wyraźnie zaznaczone i podkreślone. W sytuacji, gdy organizowane jest tylko jedno takie wydarzenie lub działanie, w miarę możliwości powinna być to inauguracja projektu. Instytucja zarządzająca i Komisja powinny zostać powiadomione w odpowiednim czasie, na przykład z trzymiesięcznym wyprzedzeniem, co pozwoli im na wzięcie udziału w wydarzeniu. Wydarzenie lub działanie powinno być dostępne dla mediów, a potencjalni użytkownicy końcowi powinni zostać zaproszeni do zapoznania się z rezultatami. Tego rodzaju działania mogą ponadto obejmować na przykład dzień otwarty w trakcie realizacji projektu.

6.4 W jaki sposób państwa członkowskie ustalają zakres pomniejszenia wsparcia?

Decyzja dotycząca najbardziej stosownego i najskuteczniejszego sposobu realizacji tego przepisu leży w gestii poszczególnych państw członkowskich. Zakres powinien być ustalony proporcjonalne do wielkości projektu i skali stwierdzonych naruszeń obowiązków.

6.5 Jakie jest uzasadnienie nowych przepisów dotyczących promocji instrumentów finansowych?

W poprzednich okresach programowania udział środków z funduszy spójności przekazywanych za pośrednictwem instrumentów finansowych stale wzrastał. Rozporządzenie na lata 2021–2027 wprowadza uproszczone przepisy mające na celu dalsze rozszerzenie ich stosowania, jednocześnie wzmacniając przy tym przepisy dotyczące widoczności związane z instrumentami finansowymi. Organy wdrażające instrumenty finansowe mają prawny obowiązek informowania o wsparciu z funduszy. Z kolei na odbiorcach końcowych ciążą te same obowiązki dotyczące informacji, które obejmują również beneficjentów dotacji. W związku z tym ważne jest, by instytucje zarządzające zwracały również szczególną uwagę na widoczność oraz promocję instrumentów finansowych. Najlepszym sposobem na osiągnięcie tego celu może być wprowadzenie doraźnych środków komunikacji wykorzystujących komunikaty dostosowane do indywidualnych potrzeb, skierowane do potencjalnych beneficjentów tego rodzaju instrumentów. Wyniki dotyczące instrumentów finansowych również powinny być przekazywane i publikowane w odpowiednio widoczny sposób. Instytucje zarządzające powinny zachęcać organy wdrażające do intensyfikacji wysiłków związanych z komunikacją i promocją, a także w miarę możliwości zaoferować im swoje wsparcie. Warto jednocześnie pamiętać o tym, że instrumenty finansowe wymagają szczególnego podejścia do komunikacji, innego niż dotacje.

7. KONTAKT Z OBYWATELAMI

Stały kontakt z obywatelami stanowi nieodzowny element wzmacniania tożsamości europejskiej i demokracji, a także budowania wspólnego poczucia odpowiedzialności za projekt Zjednoczonej Europy. Z tego powodu przedstawicieli Komisji zachęca się do udziału w dialogu z mieszkańcami całej Unii Europejskiej.

Zaangażowanie obywatelskie nie może być jednostronne – wymaga pracy i działania z obu stron. Rozmowy i dyskusje stanowią okazję do przedstawienia działań Komisji Europejskiej, a także – przede wszystkim – do wysłuchania pomysłów i oczekiwań obywateli.

Inicjatywy mające na celu wspieranie szczerej rozmowy i debaty z mieszkańcami Wspólnoty, a także zapewnianie ich aktywnego uczestnictwa w całym cyklu polityki mogą stanowić niezwykle skuteczne narzędzia zwiększające świadomość na temat polityk oraz wzbudzające poczucie odpowiedzialności wśród ludności.

Poniżej znajduje się kilka przykładów inicjatyw opracowanych przez Komisję Europejską, które władze krajowe i regionalne mogą podjąć lub dostosować do lokalnego kontekstu.

At the School of Open Cohesion

At the School of Open Cohesion (ASOC) [„Szkoła otwartej spójności"] to wyzwanie edukacyjne i masowy otwarty kurs internetowy przeznaczony dla uczniów szkół średnich, promujący zaangażowanie uczniów w monitorowanie skuteczności inwestycji w ramach polityki spójności Unii Europejskiej dzięki wykorzystaniu otwartych danych publicznych. Celem inicjatywy jest również promowanie kultury aktywnej postawy obywatelskiej, odpowiedzialności instytucji publicznych i podnoszenie świadomości na temat polityki spójności wśród młodzieży. Wyzwaniu edukacyjnemu towarzyszy konkurs – uczestniczący w nim uczniowie tworzą produkty komunikacyjne ilustrujące wyniki swojej pracy, konkurując przy tym z rówieśnikami na szczeblu krajowym i europejskim.
At the School of Open Cohesion

#EUinmyregion

To ogólnounijna kampania mająca na celu zachęcanie obywateli do poznawania projektów europejskich, realizowanych w pobliżu ich miejsca zamieszkania.
Europa w moim regionie / Dni otwarte projektów unijnych

#EUinmyregion/Kampanie regionalne

Regiony z całej Europy współpracują z Komisją nad stworzeniem serii kampanii regionalnych w ultralokalnym klimacie i z uśmiechem!
Europa w moim regionie / Kampanie regionalne

REGIOSTARS

Od 2008 roku Komisja Europejska przyznaje nagrody REGIOSTARS projektom finansowanym z unijnych funduszy, które wyróżniają się wysokim poziomem doskonałości i proponują nowe podejścia do rozwoju regionalnego. Zakwalifikowane projekty zajmują centralne miejsce w unijnych działaniach komunikacyjnych, aby dzięki temu mogły stać się inspiracją dla pozostałych regionów i promotorów projektów z całej Europy. Nagrody REGIOSTARS przyznawane są projektom w pięciu kategoriach tematycznych (inteligentny, trwały, sprzyjający włączeniu społecznemu wzrost gospodarczy, rozwój obszarów miejskich i temat roku).
Dodatkowe informacje na temat tegorocznego konkursu.

Smart Regions

We współpracy z Euronews, ekipa programu Smart Regions odwiedza miasta i miasteczka w całej Europie, gdzie projekty realizowane w ramach polityki spójności zmniejszają różnice między regionami i przynoszą realne oraz wymierne korzyści społecznościom w całej Wspólnocie.
Smart Regions

Baza danych projektów

Setki tysięcy projektów w całej Unii Europejskiej skorzystały z inwestycji w ramach programów unijnej polityki regionalnej na przestrzeni ostatnich lat. Baza danych zawiera informacje dotyczące różnorodnych projektów, które otrzymały wsparcie w ramach dotychczasowych programów.
Baza danych projektów

Otwarta platforma danych na temat EFSI

Otwarta platforma danych na temat EFSI pozwala wszystkim zainteresowanym sprawdzić postępy w realizacji inwestycji na szczeblu unijnym na podstawie tematu, kraju lub funduszu. Zestawy danych można wizualizować, umieszczać na innych stronach internetowych lub pobierać do analizy.
Otwarta platforma danych na temat EFSI

Europejski Tydzień Regionów i Miast

Europejski Tydzień Regionów i Miast to doroczne czterodniowe wydarzenie, podczas którego regiony i miasta mają możliwość zaprezentowania swojego potencjału do zwiększania wzrostu gospodarczego i zatrudnienia w celu realizacji unijnej polityki spójności. Mogą także pokazać, jak duże znaczenie ma szczebel lokalny i regionalny dla dobrego sprawowania rządów w Europie.
Europejski Tydzień Regionów i Miast

Sukcesy EFMRA

Kampania „Sukcesy EFMRA” przedstawia pozytywne oddziaływania środków przekazywanych przez EFMRA. Jej celem jest zwiększenie świadomości wśród społeczeństwa oraz zdobycie poparcia dla działalności EFMRA wśród szerszego grona odbiorców, a także zachęcanie społeczności przybrzeżnych, przedsiębiorców i naukowców do korzystania z unijnego wsparcia w ramach ich projektów.
Strona internetowa polityki morskiej i rybołówstwa

#EUinmyregion

ec.europa.eu/inforegio

EUinmyregion