

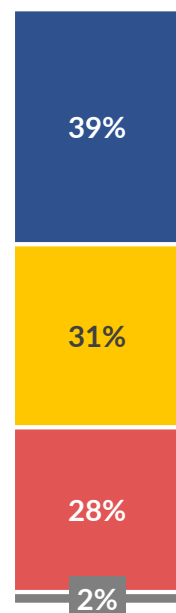
Krajowy Plan Odbudowy i Zwiększania Odporności

Działania informacyjno i promocyjne – zalecenia dla OOW

17 czerwca 2025 r.

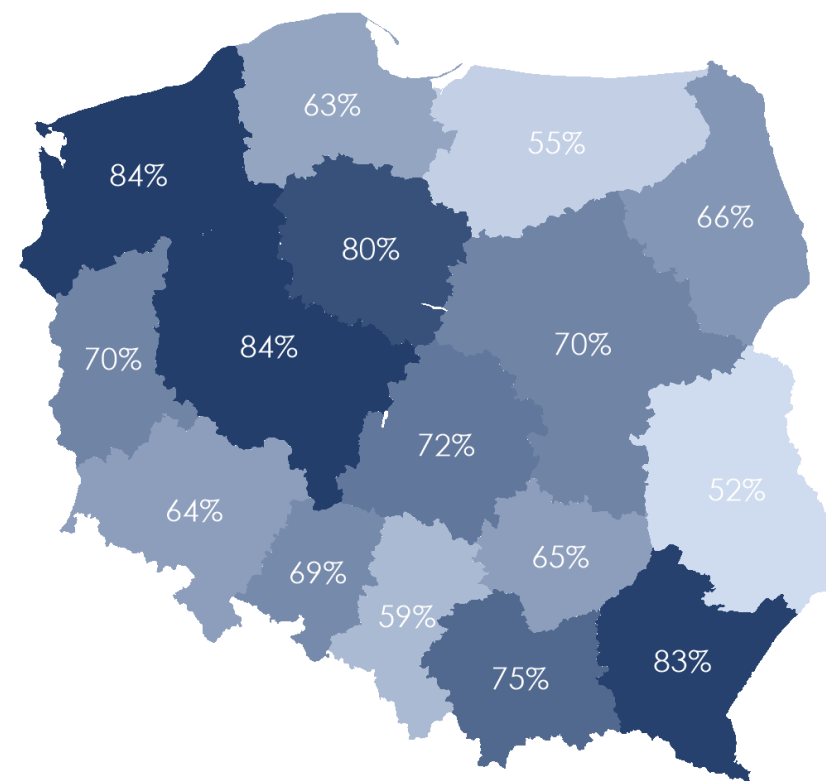
Dział Promocji i Komunikacji Agencji Badań Medycznych
we współpracy z
Departamentem Edukacji i Promocji Zdrowia
w Ministerstwie Zdrowia

Postrzeganie KPO w społeczeństwie



Czy słyszał Pan/słyszała Pani o Krajowym Planie Odbudowy (KPO)?

- Tak, słyszałem(a)m i wiem, na czym polega
- Tak, słyszałem(a)m, ale nie wiem, na czym polega
- Nie słyszałem(a)m
- Trudno powiedzieć



Źródło: Ogólnopolskie badanie rozpoznawalności i wiedzy o Funduszach Europejskich w społeczeństwie polskim CAPI, 19 sierpień – 04 października 2024 r., n=6167. Odpowiadający: znający pojęcie Fundusze Europejskie przynajmniej z nazwy.

Postrzeganie KPO w społeczeństwie

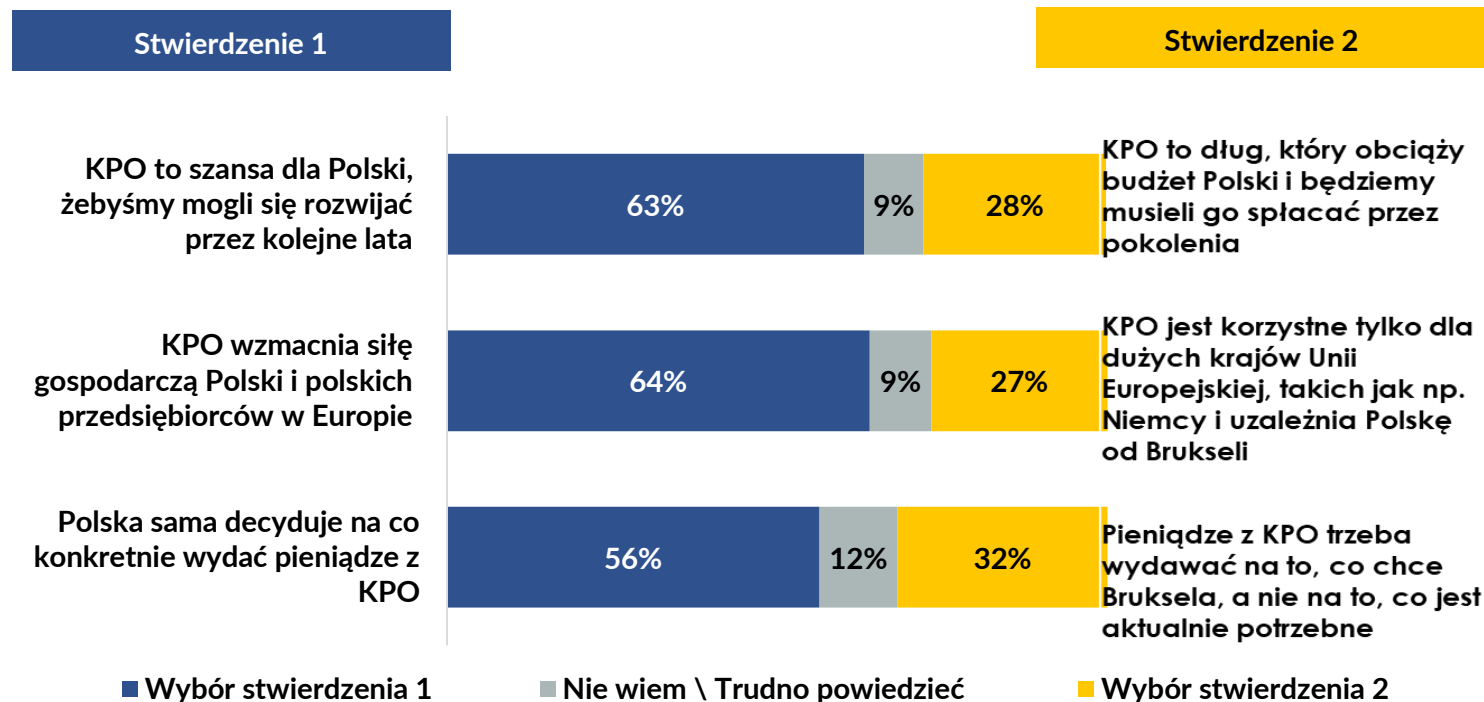
Które z wymienionych obszarów powinny być Pana/Pani zdaniem w szczególności sfinansowane z KPO?

Polacy uważają, że ze środków KPO powinna zostać finansowana przede wszystkim służba zdrowia



Postrzeganie KPO w społeczeństwie

Z którym stwierdzeniem zgadza się Pan/i w większym stopniu?



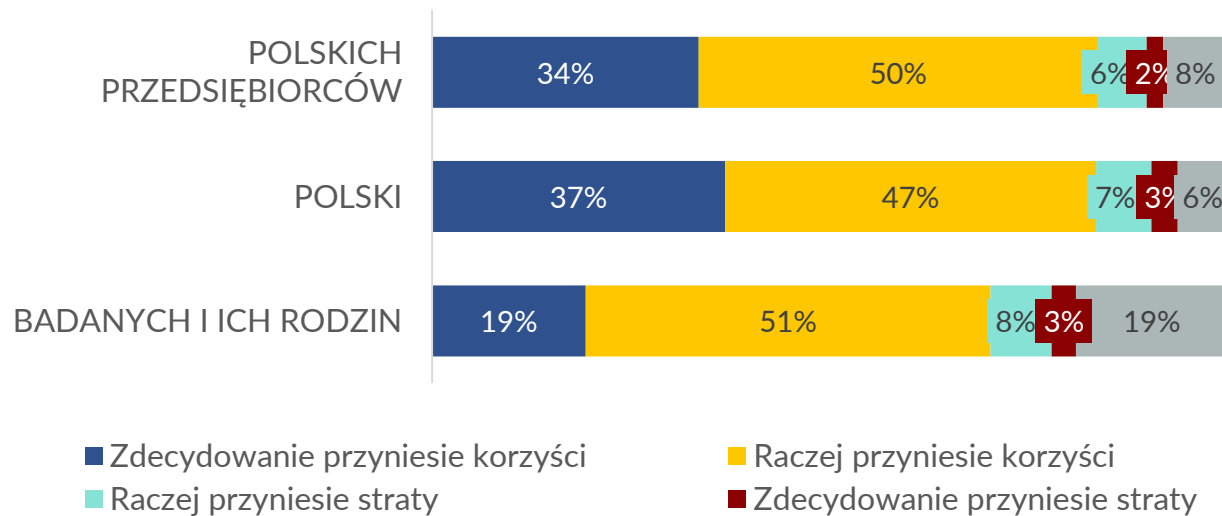
Według większości Polaków KPO jest przede wszystkim szansą na rozwój i wzmocnienie gospodarki

Źródło: Ogólnopolskie badanie rozpoznawalności i wiedzy o Funduszach Europejskich w społeczeństwie polskim CAPI, 19 sierpień – 04 października 2024 r., n=6167. Odpowiadający: znający pojęcie Fundusze Europejskie przynajmniej z nazwy.

Postrzeganie KPO w społeczeństwie

Czy Pana/i zdaniem środki z KPO przyniosą korzyści, czy też straty?

KORZYŚCI I STRATY WYNIKAJĄCE Z KPO DLA:



Im bliżej życia prywatnego, tym większa niepewność korzyści, jakie mogą przynieść środki z KPO

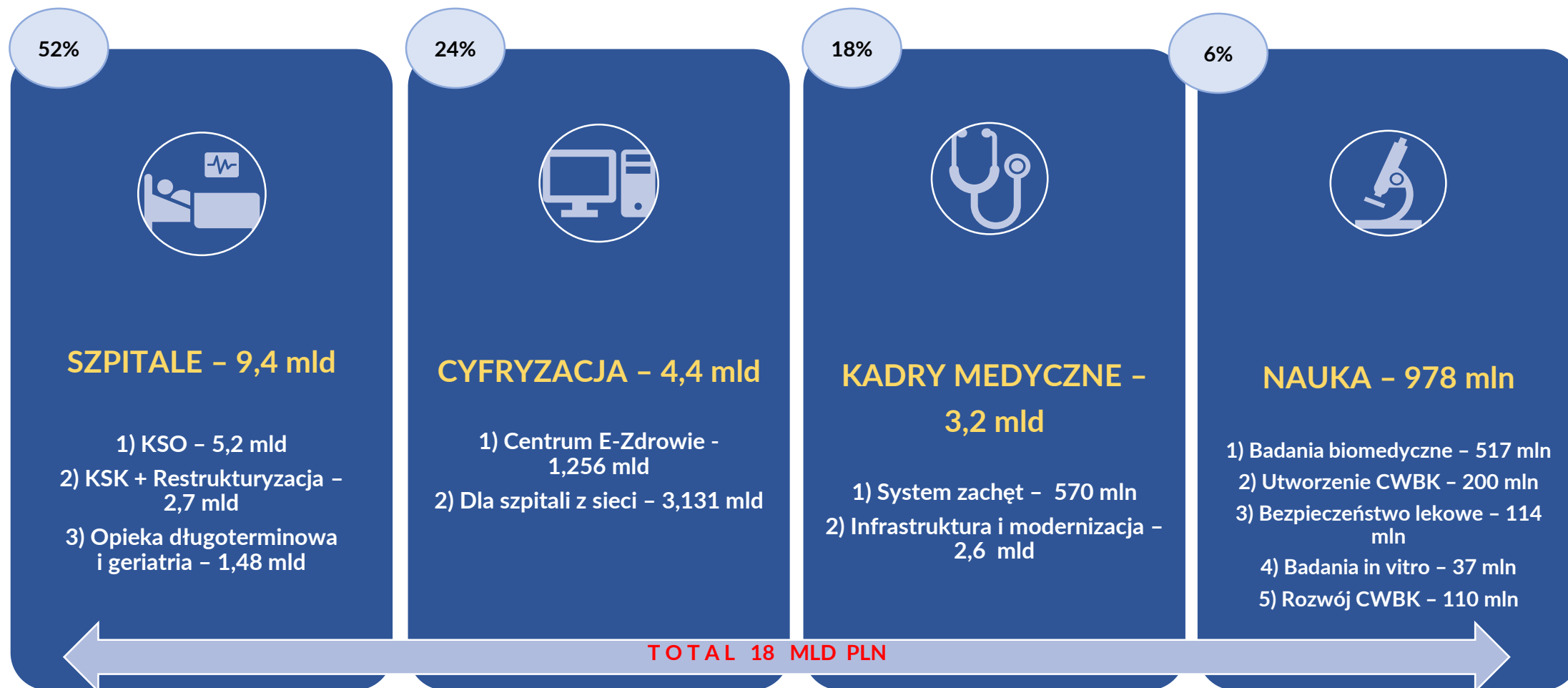
Źródło: Ogólnopolskie badanie rozpoznawalności i wiedzy o Funduszach Europejskich w społeczeństwie polskim CAPI, 19 sierpień – 04 października 2024 r., n=6167. Odpowiadający: znający pojęcie Fundusze Europejskie przynajmniej z nazwy.



**KRAJOWY
PLAN ODBUDOWY**
**REFORMY
I INWESTYCJE
DLA ZDROWIA**

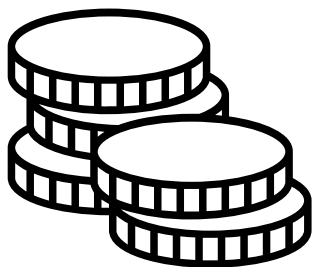


Podział środków KPO w Ministerstwie Zdrowia

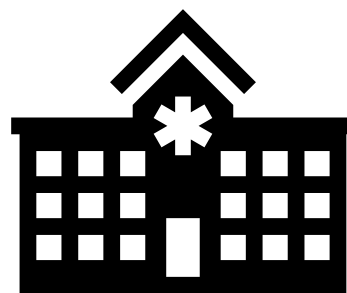
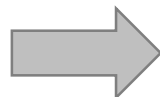


Cel komunikacji działań KPO

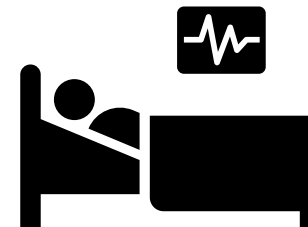
- zwiększenie świadomości pacjentów na temat reform i inwestycji realizowanych w obszarze ochrony zdrowia ze środków KPO dla poprawy jakości, dostępności i bezpieczeństwa usług medycznych,
- budowanie zaufania pacjentów do procesu odbudowy systemu zdrowotnego, co przyczyni się do lepszej opieki i wsparcia w zakresie profilaktyki i leczenia pacjentów.



Alokacja środków



Efekty reform i inwestycji



Korzyści dla pacjentów

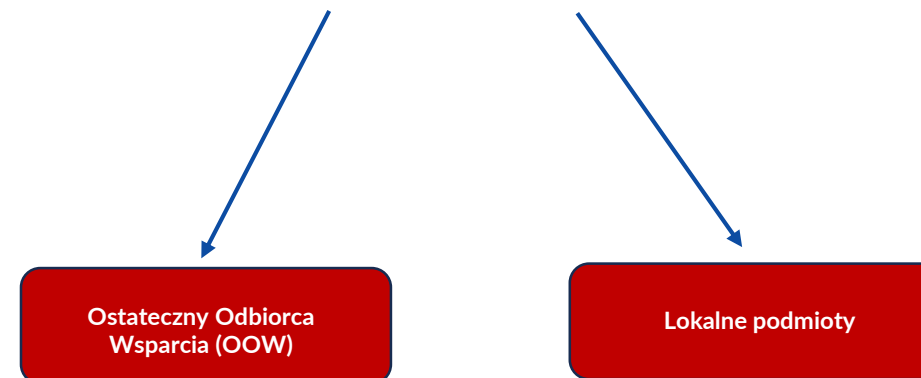
Komunikacja działań KPO

na poziomie ogólnopolskim



- ogólnopolska kampania promocyjna w mediach,
- strona internetowa Funduszy Europejskich, podstrona KPO na stronie Ministerstwa Zdrowia oraz Agencji Badań Medycznych
- informacja i promocja w mediach społecznościowych Ministerstwa Zdrowia oraz Agencji Badań Medycznych

na poziomie lokalnym



- działania informacyjno-promocyjne OOW w ramach realizacji umowy,
- wsparcie informacyjno-promocyjne w lokalnych środkach przekazu w miarę posiadanych możliwości.

Obowiązek komunikacji działań ze środków KPO dla OOW

Każdy z beneficjentów, który prowadzi przedsięwzięcia finansowane z Funduszy Europejskich, **ma obowiązek informowania opinii publicznej, uczestników i ostatecznych odbiorców o uzyskanym dofinansowaniu.**

Wszystkie działania informacyjne i promocyjne dla przedsięwzięcia muszą być realizowane zgodnie z:

- § 14 umowy o objęcie wsparciem ze środków planu rozwojowego przedsięwzięcia realizowanego w ramach KPO,
- zgodnie z zadeklarowaną we wniosku kwotą na promocję przedsięwzięcia,
- art. 34 ust. 2 rozporządzenia RRF* (Recovery and Resilience Facility) - Instrumentu na rzecz Odbudowy i Zwiększania Odporności,
- Strategią Promocji i Informacji KPO (załącznik do umowy),
- Księgą Identyfikacji Wizualnej KPO (załącznik do umowy).

Komunikacja realizacji przedsięwzięć ze środków Funduszy Europejskich zapewnia transparentność wydatkowania środków publicznych, zwiększa widoczność działań oraz promuje przyszłe efekty i korzyści dla społeczeństwa.

Szczegóły:

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

* Odbiorcy finansowania unijnego podają informacje o pochodzeniu tych środków oraz zapewniają eksponowanie finansowania unijnego, w tym w stosownych przypadkach przez umieszczenie godła Unii i odpowiedniego oświadczenia o finansowaniu w brzmieniu "sfinansowane przez Unię Europejską – Next Generation EU", w szczególności podczas promowania działań i ich rezultatów, poprzez dostarczanie spójnych, skutecznych i proporcjonalnych ukierunkowanych informacji przeznaczonych dla różnych grup odbiorców, w tym dla mediów i opinii publicznej.

Obowiązek komunikacji działań ze środków KPO dla OOW

Od kiedy i do kiedy należy wypełniać obowiązki informacyjne?

Wypełnianie obowiązków informacyjnych należy rozpocząć z momentem uzyskania dofinansowania, tj. podpisania umowy o dofinansowanie lub wydania decyzji o dofinansowaniu, do końca realizacji projektu lub do końca okresu trwałości projektu, który został określony w umowie.

W tym okresie należy wypełniać obowiązki, które zostały zapisane w umowie o dofinansowanie i stosować zasady zgodne ze Strategią Promocji i Informacji oraz Księgą Identyfikacji Wizualnej.

Jak tworzyć treści z informacją o wsparciu ze środków?

- prosty, dopasowany do grupy docelowej język przekazu, bez skomplikowanych zwrotów, specjalistycznych pojęć,
- czytelny i nie budzący wątpliwości przekaz dla odbiorcy, że działania realizowane są przy wsparciu środków KPO,
- odpowiednia wielkość znaków, czcionki tekstu,
- zachowanie właściwych proporcji w grafice projektu.

Prowadzone działania informacyjno-promocyjne dla przedsięwzięcia należy dokumentować.

Informacja i promocja – zalecenia dla OOW

1

Oznaczenie źródła finansowania

Ekspozycja źródła finansowania przedsięwzięcia przez wyraźne, czytelne i odpowiednie co do rodzaju i rozmiaru oznaczenie:

- dokumentacji związanej z realizacją przedsięwzięcia,
- dokumentów i materiałów dla osób i podmiotów uczestniczących w przedsięwzięciu lub działaniach z nim związanych, np. zaświadczeń, zaproszeń, materiałów promocyjnych, szkoleń, list obecności, ankiet, prezentacji multimedialnych, umów, kierowanej do nich korespondencji,
- informacji na temat przedsięwzięcia na stronie internetowej i w mediach społecznościowych, newsletterów, mailingów, wiadomości e-mail,
- broszur, ulotek, plakatów, materiałów audiowizualnych, konferencji, publikacji, materiałów promocyjnych,
- miejsc realizacji przedsięwzięcia,
- produktów, sprzętu, aparatury powstałej lub zakupionej w ramach realizacji przedsięwzięcia,
- innych produktów, powstałych w wyniku realizacji przedsięwzięcia.

Ekspozycja logotypów na belce zgodnie z Księgą Identyfikacji Wizualnej KPO:

- w odpowiedniej liczbie, kolejności i rodzaju znaków w zależności od materiału informacyjno-promocyjnego,
- z zachowaniem rozmiaru, proporcji, tła i kolorystyki.

Informacja i promocja – zalecenia dla OOW

2

Publikacja informacji na profilach internetowych strona internetowa i media społecznościowe

Podanie na profilach internetowych do publicznej wiadomości informacji o:

- złożeniu wniosku w naborze Ministerstwa Zdrowia i uzyskanej dla planowanego przedsięwzięcia rekomendacji do wsparcia ze środków KPO,
- kwocie planowanego dofinansowania,
- szczegółach planowanego przedsięwzięcia,
- korzyściach dla ostatecznego odbiorcy.

Regularna aktualizacja treści na temat postępów w realizacji przedsięwzięcia w formie opisów, zdjęć, krótkich filmików, np.:

- podpisanie umowy na dofinansowanie,
- kroki milowe w realizacji przedsięwzięcia,
- zakup sprzętu,
- konferencje i wydarzenia związane z przedsięwzięciem,
- spodziewane efekty i korzyści dla pacjentów i innych ostatecznych odbiorców.

Informacja i promocja – zalecenia dla OOW

3

Tablice, plakaty i naklejki w miejscu realizacji przedsięwzięcia

Umieszczenie tablic, plakatów i naklejek informujących o realizacji przedsięwzięcia:

- w miejscu widocznym dla pacjentów,
- w liczbie, rozmiarze i oznaczeniu odpowiednim do rodzaju inwestycji, zgodnym z Księgą Identyfikacji Wizualnej KPO.

Monitorowanie stanu tablic, plakatów i naklejek:

- dbanie o ich widoczność i czytelność,
- w przypadku wystąpienia uszkodzeń, naprawa lub wymiana.

Informacja i promocja – zalecenia dla OOW

4

Współpraca z lokalnymi władzami, mediami i organizacjami

Przekazanie pisemnej, spójnej informacji o realizacji przedsięwzięcia dla różnych grup odbiorców:

- lokalnych władz samorządowych,
- lokalnych mediów (prasa, radio, telewizja),
- działających w regionie organizacji pozarządowych.

Zaproszenie lokalnych władz, mediów i organizacji pozarządowych do wspólnej promocji przedsięwzięcia:

- z wykorzystaniem lokalnych nośników promocji (np. tablic, słupów ogłoszeniowych),
- wspólnych konferencji,
- wspólnej organizacji wydarzeń dla lokalnej społeczności, związanych z przedsięwzięciem.

Informacja i promocja – zalecenia dla OOW

5

Okresowe podsumowania z realizacji działań promocyjnych

Przekazywanie do Agencji Badań Medycznych, jako jednostki wspierającej realizację inwestycji z KPO:

- okresowych podsumowań z realizacji przedsięwzięcia w formie opisów, zdjęć, filmików,
- informacji na temat planowanych konferencji, wydarzeń, innych przedsięwzięć promocyjnych, min. 14 dni przez ich datą,

Przekazywanie dodatkowych informacji na temat prowadzonych działań informacyjnych na wezwanie Agencji Badań Medycznych lub Ministerstwa Zdrowia.

Informacja i promocja – zalecenia dla OOW

6

Udział w wydarzeniach realizowanych przez Agencję Badań Medycznych oraz Ministerstwo Zdrowia

Udział w wydarzeniach organizowanych przez Agencję Badań Medycznych i Ministerstwo Zdrowia:

- zgodnie co do terminu i zakresu ustalonego wspólnie przez obie strony.

Kontakt:

- adres mailowy: media@abm.gov.pl
- kontakt z wyznaczonym koordynatorem projektu po stronie Agencji Badań Medycznych

Informacja i promocja – zalecenia dla OOW

Zasady prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych dla ostatecznych odbiorców wsparcia (OOW) zgodnie z § 14 umowy o objęcie wsparciem ze środków planu rozwojowego przedsięwzięcia realizowanego w ramach KPO



Dziękujemy za uwagę!

