

**PRZEWODNIK W ZAKRESIE PROMOCJI  
PROJEKTÓW FINANSOWANYCH W RAMACH  
PROGRAMU OPERACYJNEGO INNOWACYJNA  
GOSPODARKA, 2007 – 2013  
DLA BENEFICJENTÓW I INSTYTUCJI  
ZAANGAŻOWANYCH WE WDRAŻANIE  
PROGRAMU**

Warszawa, grudzień 2008



**INNOWACYJNA GOSPODARKA**  
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



MINISTERSTWO  
ROZWOJU  
REGIONALNEGO

UNIA EUROPEJSKA  
EUROPEJSKI FUNDUSZ  
ROZWOJU REGIONALNEGO



## Spis treści:

1.	Wstęp.....	3
2.	Wykaz stosowanych skrótów i terminów.....	5
3.	Podstawy formalno – prawne działań informacyjno – promocyjnych w latach 2007 - 2013 .....	5
3.1	Uwarunkowania prawne.....	5
3.2	Obowiązki IZ, IP i IP II.....	6
3.3	Obowiązki beneficjentów .....	8
4.	W jaki sposób właściwie oznaczyć projekt? .....	10
4.1	Zasady ogólne .....	10
4.2	Znakowanie projektów .....	11
4.2.1	Na poziomie beneficjenta.....	11
4.2.2	Na poziomie IZ, IP i IP II .....	13
5.	Narzędzia informacji i promocji .....	16
5.1	Na poziomie beneficjentów .....	17
5.2	Na poziomie IZ, IP, IP II .....	18
5.3	Przykłady oznakowania projektu za pomocą wybranych narzędzi promocji ..	23
5.3.1	Naklejki/plakietki informacyjne .....	23
5.3.2	Tablice informacyjne i pamiątkowe .....	24
5.3.3	Strona internetowa.....	29
5.3.4	Spotkania informacyjne.....	30
5.3.5	Publikacje, gadżety, spoty radiowe i telewizyjne.....	30
6.	Koszty promocji projektu.....	35
7.	Spis załączników:.....	37
Załącznik nr 1	Logotyp PO IG – czyli podstawowy znak graficzny .....	37
Załącznik nr 2	Kolorystyka głównego znaku graficznego i znaku PO IG .....	38
Załącznik nr 3	Logo PO IG - warianty znaku graficznego.....	41
Załącznik nr 4	Pole znaku graficznego.....	43
Załącznik nr 5	Zestawienie znaku z innymi logo .....	44
Załącznik nr 6	Logo Unii Europejskiej – budowa, kolorystyka, warianty, zestawienie i zasady stosowania znaku graficznego.....	46

## 1. Wstęp

### *Drogi beneficjencie*

Przewodnik w zakresie promocji projektów finansowanych z Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka 2007 – 2013 (PO IG) to dokument o charakterze informacyjnym, który ma na celu przybliżenie i uporządkowanie informacji na temat działań informacyjnych i promocyjnych przede wszystkim dla beneficjentów, ale także dla wszystkich instytucji uczestniczących w systemie zarządzania PO IG.

Przewodnik bazuje na dokumentach wspólnotowych dotyczących bezpośrednio działań informacyjno – promocyjnych, ale także pośrednio dotyczących tej tematyki, oraz dokumentach i strategiach krajowych, dotyczących Narodowych Strategicznych Ram Odniesienia oraz PO IG.

Beneficjenci projektu unijnego realizowanego w ramach PO IG muszą pamiętać o wielu różnych obowiązkach w zakresie szeregu aspektów zarządzania projektem i jego wdrożenia. Jednym z takich istotnych aspektów jest właśnie właściwa informacja i promocja projektu „unijnego” przez beneficjenta realizującego ten projekt lub działania, priorytetu czy całego Programu przez odpowiednią instytucję.

Z tego względu, obok prawnych rozwiązań unijnych, które nakładają na uczestników systemu realizacji PO IG określone obowiązki promocyjne i informacyjne, istnieje szereg dokumentów krajowych. Są to: Wytyczne w zakresie informacji i promocji, Strategia komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013, Plan komunikacji PO IG oraz Roczny plan działań informacyjno – promocyjnych, które generalnie adresowane są do instytucji, odpowiedzialnych za wdrażanie poszczególnych działań/priorytetów, ale także pośrednio do beneficjentów.

Beneficjenci projektów unijnych dowiadują się o swych obowiązkach w zakresie informacji i promocji najczęściej z umowy o dofinansowanie projektu.

Dlatego też, przygotowując niniejszy przewodnik chcieliśmy dać wszystkim potencjalnym i faktycznym beneficjentom „kompilację wiedzy” na temat informacji i promocji projektów, dzięki której sprawy te będą bardziej zrozumiałe i w łatwiejszy sposób realizowane.

Zalecenia zawarte w tym dokumencie mają zastosowanie w stosunku do projektów realizowanych w ramach PO IG, jak również wszystkich działań towarzyszących, mających za zadanie informowanie o projekcie. Obowiązek informowania o współfinansowaniu projektu ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego dotyczy wszystkich operacji (tj. pojedynczego projektu lub grupy projektów) realizowanych w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka. Obowiązek ten ciąży na beneficjentach projektów niezależnie od trybu ich wyboru, tj. projektów konkursowych, systemowych i indywidualnych, a także wszelkich działań realizowanych w ramach Pomocy Technicznej Programu.

Główną zasadą prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych, którą kierują się wszystkie instytucje w latach 2007 – 2013 uczestniczące we wdrażaniu programów operacyjnych, jest wspólny system identyfikacji wizualnej. Polega on na stosowaniu wymaganych przepisami unijnymi oznaczeń wizualnych projektów realizowanych w ramach Programu Operacyjnego, co zostało szerzej zaprezentowane w kolejnych rozdziałach. Ponadto IZ opracowała zestaw praktycznych zaleceń, mających na celu

podniesienie jakości i skuteczności prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych oraz wzmocnienie komunikatu na temat dostępnego wsparcia z Funduszy Europejskich oraz jego efektów. Zalecenia te nie stanowią dla indywidualnych beneficjentów projektu obowiązku (to wynika z zapisów umowy o dofinansowanie projektu), lecz są dla nich wskazówką co do możliwych sposobów promowania projektu w zgodzie z przepisami Unii Europejskiej.

Niniejszy przewodnik składa się z części ogólnej oraz uzupełnienia (dodatku) który znajduje się w załącznikach zawierających szczegółowe wytyczne w zakresie graficznego znakowania, przydatne w szczególności specjalistom w zakresie grafiki, którzy z pewnością będą brali udział w pracach nad tworzeniem dla beneficjentów szeregu materiałów służących znakowaniu produktów projektu.

Jeżeli informacje zawarte w przewodniku należy uzupełnić bądź określonych informacji w nim brakuje, prosimy napisz do nas: [po-ig@mrr.gov.pl](mailto:po-ig@mrr.gov.pl).

*Departament Zarządzania Programami Konkurencyjności i Innowacyjności  
Ministerstwo Rozwoju Regionalnego*

## 2. Wykaz stosowanych skrótów i terminów

UE	Unia Europejska
EFRR	Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego
PO IG	Program Operacyjny Innowacyjna Gospodarka, 2007 – 2013
IZ	Instytucja Zarządzająca
IP	Instytucja Pośrednicząca
IP II (IW)	Instytucja Pośrednicząca II stopnia (Instytucja Wdrażająca)

## 3. Podstawy formalno – prawne działań informacyjno – promocyjnych w latach 2007 - 2013

### 3.1 Uwarunkowania prawne

Wszelkie działania w zakresie promocji i informacji w Programie powinny być prowadzone zgodnie z przepisami unijnymi oraz krajowymi. Poniżej wymieniono podstawowe akty prawne określające obowiązki informacyjno – promocyjne instytucji zaangażowanych w działania współfinansowane z funduszy unijnych oraz wskazano dokumenty, które precyzują zasady prowadzenia tych działań w ramach PO IG.

Rozporządzenie ogólne - Rozporządzenie Rady (WE) nr 1083/2006 z dnia 11 lipca 2006 r. ustanawiające ogólne przepisy dotyczące Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego, Europejskiego Funduszu Społecznego oraz Funduszu Spójności i uchylające rozporządzenie (WE) nr 1260/1999 (Dz. Urz. WE L210 z 31.07.2006). Rozporządzenie określa obowiązek prowadzenia działań informacyjnych i promocyjnych państwa członkowskiego oraz instytucji zarządzających programami operacyjnym.

Rozporządzenie wykonawcze - Rozporządzenie Komisji (WE) nr 1828/2006 ustanawiające szczegółowe zasady wykonania rozporządzenia Rady (WE) nr 1083/2006. Rozporządzenie to daje bardzo konkretne wytyczne, określa obowiązki w zakresie informacji i promocji instytucji zarządzających programami w odniesieniu do trzech najważniejszych grup docelowych: potencjalnych beneficjentów, beneficjentów oraz opinii społecznej. Rozporządzenie określa również obowiązki spoczywające na każdym beneficjencie, który realizuje projekty z udziałem środków unijnych.

Ustawa z dnia 6 grudnia 2006 r. o zasadach prowadzenia polityki rozwoju - określa podmioty prowadzące politykę rozwoju, tryb współpracy między nimi, podstawowe instrumenty służące realizacji tej polityki oraz wskazuje źródła ich finansowania. Regulacja jest niezbędna m.in. do realizacji programów operacyjnych, które są współfinansowane ze środków Unii Europejskiej w perspektywie finansowej 2007-2013. Wskazuje ona również na obowiązek zapewnienia właściwej promocji i informowania o programie operacyjnym.

Wytyczne w zakresie informacji i promocji – wytyczne przyjęte przez Ministra Rozwoju Regionalnego w dniu 13 sierpnia 2007 r., obowiązujące od 5 października 2007 roku. Określają podstawowe zasady prowadzenia i koordynowania działań informacyjnych i promocyjnych.

Strategia komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007-2013, która ustala podstawowe zasady prowadzenia

działań informacyjnych i promocyjnych na potrzeby m.in. krajowych i regionalnych programów operacyjnych.

Plan komunikacji PO IG, 2007 – 2013 - dokument przygotowywany przez Instytucję Zarządzającą przy współpracy z Instytucjami Pośredniczącymi i Pośredniczącymi II stopnia. Celem Planu komunikacji jest efektywne prowadzenie działań informacyjno-promocyjnych i szkoleniowych przyczyniających się do stworzenia pozytywnego obrazu Funduszy Europejskich dla jednostek naukowych, przedsiębiorców, administracji oraz skutecznego poinformowania potencjalnych beneficjentów o dostępnym wsparciu i jego przeznaczeniu.

Wyżej wymienione dokumenty stanowią ramy formalno – prawne regulujące zasady prowadzenia działań informacyjno – promocyjnych przez IZ, IP i IP II, skierowanych do ogółu społeczeństwa, beneficjentów oraz potencjalnych beneficjentów Programu.

Wszystkie wspomniane wyżej dokumenty dostępne są do pobrania ze stron internetowych Ministerstwa Rozwoju Regionalnego:

- Akty prawne (ustawa i rozporządzenia) na stronie <http://www.mrr.gov.pl> pod zakładką *Fundusze UE dokumenty*
- Wytyczne oraz Strategia komunikacji na stronie internetowej <http://www.funduszeuropejskie.gov.pl>, w zakładce *Promocja i szkolenia*
- Plan komunikacji PO IG na stronie <http://www.poig.gov.pl> pod zakładką *Informacja i promocja*

### **3.2 Obowiązki IZ, IP i IP II**

Obowiązki instytucji zaangażowanych w zarządzanie PO IG i jego wdrażanie wynikają ze wszystkich wyżej wskazanych aktów prawnych oraz dokumentów, które precyzują w sposób bardziej szczegółowy zapisy dotyczące obowiązku promowania Programu i informowania o nim przez te instytucje.

Celem tych działań jest przede wszystkim podniesienie poziomu świadomości i wiedzy społeczeństwa na temat PO IG, jak również odpowiednie przygotowanie, pod względem merytorycznym i formalnym, beneficjentów do korzystania ze wsparcia oferowanego w ramach PO IG.

Instytucja Zarządzająca PO IG pełni funkcję koordynatora w zakresie działań promocyjno-informacyjnych i szkoleniowych, delegując, zgodnie z art. 27 ust.1, pkt 8 Ustawy o zasadach prowadzenia polityki rozwoju, część zadań do IP i IP II (IW). Zakres odpowiedzialności IZ obejmuje w szczególności:

1. realizację działań informacyjnych i promocyjnych na poziomie Programu, adresowanych przede wszystkim do ogółu społeczeństwa w oparciu o Plan komunikacji PO IG i roczny plan działań, w tym przeprowadzenie kampanii promocyjno-informacyjnej poświęconej uruchomieniu Programu w ramach ogólnej promocji PO IG,
2. monitorowanie i kontrolę wypełniania obowiązków informacyjnych i promocyjnych przez IP i IP II (IW),
3. zapewnienie szerokiego dostępu do aktualnych informacji na temat postępu wdrażania Programu, udostępniając je co najmniej na stronie internetowej poświęconej PO IG,

4. zapewnienie publikacji materiałów dotyczących PO IG, w szczególności Programu Operacyjnego, uszczegółowienia Programu, sprawozdań z realizacji PO IG i raportów (w ramach sprawozdań w zakresie postępów z wdrażania Programu) z realizacji działań informacyjno-promocyjnych, wytycznych dla beneficjentów, folderów, ulotek,
5. zapewnienie dystrybucji w/w materiałów drukowanych, przede wszystkim do punktów informacyjnych,
6. organizację spotkań informacyjnych dla IP i IP II (IW), konferencji (także ogólnopolskich) i konsultacji dotyczących PO IG.

Instytucje Pośredniczące i Instytucje Pośredniczące II stopnia prowadzą działania informacyjne adresowane bezpośrednio do beneficjentów PO IG. Instytucje realizujące projekty systemowe lub indywidualne projekty kluczowe w ramach PO IG są zobowiązane informować społeczeństwo i potencjalnych odbiorców ostatecznej pomocy o swoich działaniach, m.in. poprzez przekazanie informacji na stronie internetowej i dystrybucję materiałów informacyjnych.

Zakres odpowiedzialności IP i IP II (IW) obejmuje w szczególności:

1. realizację działań informacyjnych i promocyjnych na poziomie osi priorytetowych,
2. zapewnienie pakietu informacji beneficjentom na temat:
  - kategorii działań, w ramach których mogą ubiegać się o wsparcie,
  - warunków, jakie muszą spełnić, by kwalifikować się do wsparcia unijnego,
  - kryteriów wyboru projektów,
  - procedur związanych z przygotowaniem, oceną i wyborem projektów oraz ich kontrolą,
  - punktów informacyjnych, udzielających informacji na temat Programu,
3. opracowanie i dystrybucję publikacji skierowanych bezpośrednio do beneficjentów PO IG, w szczególności wzory wniosków i inne dokumenty niezbędne do ubiegania się o środki w ramach poszczególnych działań i priorytetów, podręczniki dla wnioskodawców oraz broszury informacyjne, informatory, ulotki, płyty CD, itp.,
4. opracowanie i dystrybucję materiałów promocyjnych na potrzeby realizacji działań informacyjnych,
5. prowadzenie strony/zakładki internetowej w ramach własnego portalu, na którym udostępniane są informacje dotyczące priorytetów/działania,
6. aktywne uczestnictwo w konferencjach i spotkaniach organizowanych przez IZ, m.in. poprzez zapewnienie prelegentów w zakresie realizowanych priorytetów/działania,
7. realizację własnych kampanii informacyjno – promocyjnych, promujących priorytety/działania PO IG,
8. uczestnictwo w targach branżowych, jako kluczowy wystawca i organizator szeregu prezentacji i modułów tematycznych,
9. monitorowanie i kontrolowanie beneficjentów pod kątem wypełniania przez nich obowiązków związanych z informacją i promocją projektu.

### 3.3 Obowiązki beneficjentów

Obowiązki beneficjentów wynikają przede wszystkim z *artykułów 8 i 9 Rozporządzenia wykonawczego Komisji Europejskiej*. Zgodnie z nimi beneficjenci mają obowiązek:

- informowania opinii publicznej o pomocy otrzymanej z funduszy unijnych;
- umieszczania w miejscu realizacji projektu, w trakcie jego trwania tablic informacyjnych, a po jego zakończeniu (nie później niż 6 miesięcy od dnia zakończenia projektu) na stałe widocznych i dużych tablic pamiątkowych;

Wyżej wymienione rodzaje tablic są obowiązkowe przy założeniu, że całkowity wkład publiczny przeznaczony na realizację projektu dotyczącego zakupu środków trwałych lub finansowania robót infrastrukturalnych lub budowlanych przekracza 500 000 Euro.

Tablica zawiera co najmniej następujące informacje:

- rodzaj i tytuł projektu,
- logo<sup>1</sup> Unii Europejskiej,
- odniesienie do funduszu, z którego dofinansowany jest projekt (dla PO IG będzie to „Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego”),
- hasło określone przez Instytucję Zarządzającą PO IG (do wyboru dwa hasła: „Fundusze Europejskie - dla rozwoju innowacyjnej gospodarki”, „Dotacje na innowacje”), najlepiej wraz z wyrażeniem „Inwestujemy w waszą przyszłość”.

Informacje określone wyżej powinny zajmować co najmniej 25% całkowitej powierzchni tablicy.

Obowiązek zamieszczania odniesienia do funduszu oraz hasła określonego przez Instytucję Zarządzającą nie dotyczy małych produktów projektu lub materiałów, których wymiary bądź technika wykonania uniemożliwiają czytelne zamieszczenie takich informacji.

Dodatkowo obowiązki beneficjentów w zakresie informacji i promocji określone są w umowach o dofinansowanie projektu podpisywanych z instytucjami, które pełnią rolę IP lub IP II (IW) dla działania, w ramach którego projekt uzyskał dofinansowanie. Zapisy umowy o dofinansowanie zobowiązują beneficjenta do ich przestrzegania i będą podlegały weryfikacji w zakresie ich stosowania podczas kontroli projektu.

Z punktu widzenia beneficjentów projektów współfinansowanych w ramach PO IG wiążącymi dokumentami w zakresie informacji i promocji są :

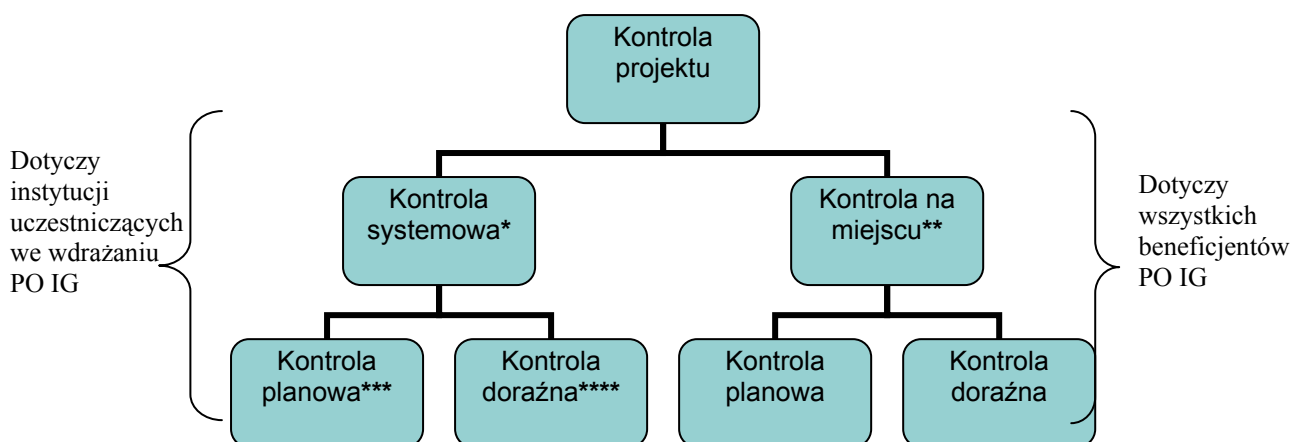
- Rozporządzenie wykonawcze KE;
- Umowa o dofinansowanie projektu.

---

<sup>1</sup> Logo - graficzny znak towarowy spełniający rolę marketingową a jednocześnie informacyjną, poprzez skrótowe, ale łatwo zauważalne i łatwo zapamiętywane przedstawienie symbolu firmy, instytucji, organizacji, lub też (np. flaga Unii Europejskiej) jakiejś idei, pomysłu, ale także mogące spełniać rolę jako charakterystyczne oznaczenie czegoś, czyli spełniające rolę znaku informacyjnego.



Jak już wspomniano powyżej, wypełnienie zobowiązań w zakresie promocji projektu będzie weryfikowane w drodze kontroli na miejscu realizacji projektu. Rodzaje kontroli przedstawia poniższy rysunek.



Jeżeli w wyniku kontroli stwierdzone zostaną uchybienia lub nieprawidłowości w zakresie obowiązków dotyczących informacji i promocji, wówczas może dojść do konieczności zwrócenia części lub całości dofinansowania (w przypadku nie wywiązywania się w pełni z obowiązku promocji projektu) lub w przypadku, gdy beneficjent w ogóle nie promuje projektu, umowa o dofinansowanie może zostać rozwiązana. W praktyce jednak wykryte w czasie kontroli przypadki niewywiązywania się z obowiązku promocji stanowią podstawę do sformułowania zaleceń pokontrolnych i najczęściej są przez beneficjentów uzupełniane.

\*Kontrola systemowa to kontrola wykonywana przez instytucję nadrzędną w instytucji podległej w zakresie powierzonych do realizacji zadań na podstawie zawartego porozumienia lub umowy. **Ten typ kontroli dotyczy IZ, IP i IW (np. IZ prowadzi kontrole w IP i IP II (IW), zaś IP w podległych IP II (IW)).**

\*\*Kontrola projektów na miejscu – kontrola przeprowadzana przez IW, IP, IZ lub inne uprawnione krajowe lub wspólnotowe instytucje kontrolujące (np. Komisja Europejska, Europejski Trybunał Obrachunkowy, Urząd Kontroli Skarbowej, Ministerstwo Finansów) w zakresie realizacji projektu przez beneficjenta na podstawie umowy o dofinansowanie projektu, w miejscu realizacji projektu, w siedzibie beneficjenta, mająca na celu ustalenie czy projekt jest rzeczywiście realizowany lub wykonany, a wydatki poniesione należyte udokumentowane. Kontrola projektów na miejscu dotyczy wszystkich typów projektów, w tym projektów systemowych oraz projektów kluczowych. Kontrola projektów na miejscu może mieć miejsce przed podpisaniem umowy o dofinansowanie (tzw. kontrola ex ante projektu), w trakcie jego realizacji oraz po zakończeniu realizacji projektu. **Ten typ kontroli dotyczy beneficjentów projektu.**

\*\*\*Kontrola planowa - kontrola przeprowadzona na podstawie zatwierdzonego rocznego planu kontroli danej instytucji.

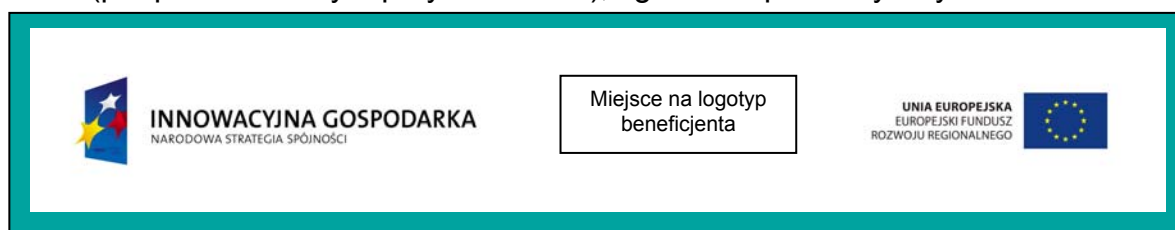
\*\*\*\*Kontrola doraźna - kontrola przeprowadzona poza planem kontroli w wyniku otrzymania przez instytucję ją przeprowadzającą informacji o podejrzeniu powstania nieprawidłowości w realizacji projektu lub w funkcjonowaniu systemu zarządzania i kontroli.

## 4. W jaki sposób właściwie oznaczyć projekt?

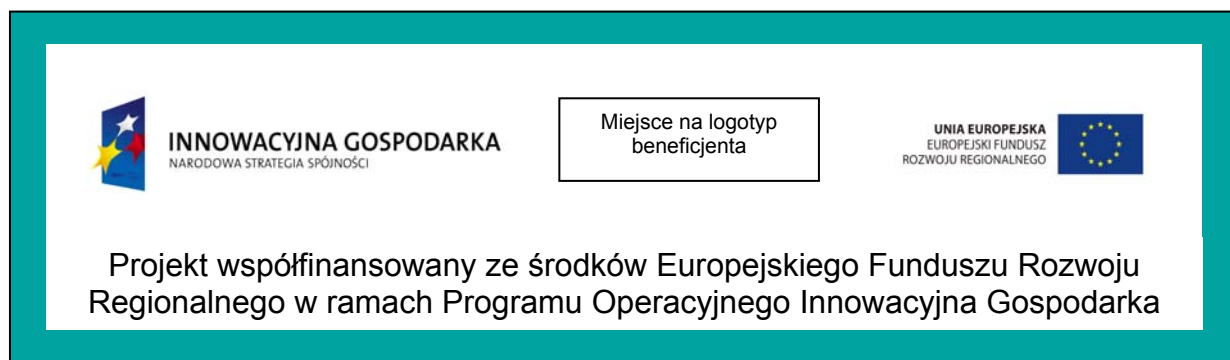
### 4.1 Zasady ogólne

Zarówno beneficjenci projektów współfinansowanych ze środków unijnych, jak również instytucje zaangażowane we wdrażanie PO IG, są zobowiązani do poinformowania o tym fakcie społeczeństwa. Informacja o tym, że projekt jest współfinansowany ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego musi być widoczna i czytelna oraz umieszczona na tzw. produkcie projektu, np. maszynie, urządzeniu, aparaturze, budynku, materiale, ulotce itp.

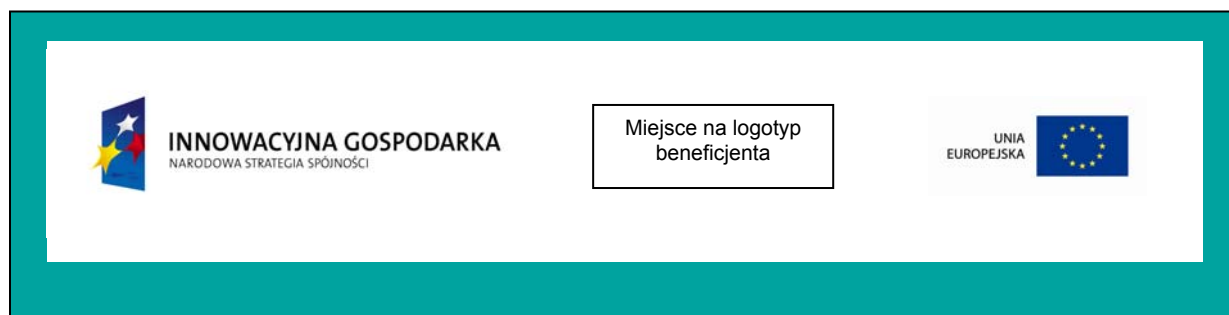
Przez informację o współfinansowaniu projektu rozumie się informację o współfinansowaniu przez Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego, wraz z logo Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka oraz logo Unii Europejskiej. Graficzne przedstawienie informacji o współfinansowaniu to zamieszczenie na produkcie projektu logo PO IG i logo UE z tzw. odwołaniem słownym do UE oraz EFRR (podpisem słownym przy fladze UE), zgodnie z poniższym rysunkiem.



Pod informacjami tymi może się znaleźć dodatkowo podpis o „współfinansowaniu przez Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego”, jednak nie jest to bezwzględny obowiązek, lecz opcjonalna forma informowania o współfinansowaniu.



W przypadku produktów projektu o małych wymiarach, dla których technicznie nie ma możliwości zastosowania pełnego wariantu znakowania (logo PO IG i logo UE z odwołaniem słownym do UE i EFRR), dopuszcza się oznakowanie za pomocą logo Programu oraz logo UE tylko z odwołaniem słownym do UE.



## 4.2 Znakowanie projektów

### 4.2.1 Na poziomie beneficjenta

Rozporządzenie wykonawcze nr 1828/2006 KE określa obowiązek informowania opinii publicznej o pomocy otrzymanej z funduszy unijnych, nie podaje natomiast konkretnych narzędzi promowania (poza wspomnianymi wcześniej tablicami informacyjnymi i promocyjnymi).

Wychodząc naprzeciw potrzebie doprecyzowania tych zapisów, proponujemy podział na znakowanie projektów poprzez użycie jako kryterium głównej wielkości produktu projektu, który podlega obowiązkowi znakowania i informowania społeczeństwa o fakcie jego współfinansowania ze środków EFRR w ramach PO IG.

#### Produkty projektu o dużych gabarytach

Projekty, których produktem są obiekty, maszyny, urządzenia, materiały itp. o dużych gabarytach i których zakup bądź wykonanie jest dofinansowane ze środków EFRR w ramach PO IG, muszą zawierać obowiązkowo co najmniej:

- logo UE,
- odwołanie słowne do UE („Unia Europejska”),
- odwołanie słowne do właściwego funduszu (dla PO IG jest to „Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego”),
- logo PO IG,
- hasło promocyjne PO IG (o którym wspomniano w rozdziale 3.3),
- opcjonalnie, jeśli to możliwe: logo beneficjenta, informację o współfinansowaniu projektu.

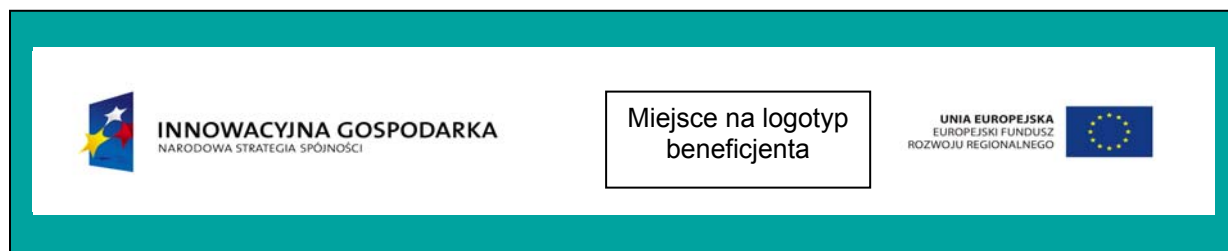
Przykładowy podział wybranych produktów projektu i elementów ich oznakowania prezentuje poniższa tabela.

Tabela nr 1 Przykłady produktów projektu o dużych gabarytach oraz elementy ich graficznej wizualizacji

Przykład produktu projektu	Znakowanie za pomocą elementów graficznej wizualizacji
1. Duże produkty projektu: a. budynki, b. maszyny i urządzenia o dużych gabarytach, c. aparatura o dużych gabarytach,	Produkty projektu będą zawierały: <b>Obowiązkowo:</b> 1. Logo PO IG. 2. Logo Unii Europejskiej. 3. Odwołanie słowne do Unii Europejskiej. 4. Odwołanie słowne do EFRR (pełna nazwa). 5. Hasło określone dla PO IG. <b>Opcjonalnie:</b> 6. Logo beneficjenta 7. Podpis z informacją o współfinansowaniu projektu przez EFRR

Powyższe przykłady znakowania wybranych produktów rozumiane są jako **wariant podstawowy**.

## Przykłady oznaczenia produktów projektu:



Powyższe znaki graficzne (logo PO IG, logo UE i logo beneficjenta) tworzą tzw. ciąg znaków, w obszarze którego zabrania się zamieszczania innych informacji (np. tekstu o współfinansowaniu projektu/produktu, hasła promocyjnego, tytułu projektu itp.).

### **Istotne uwagi:**

- ✓ Hasło promocyjne określone przez Instytucję Zarządzającą dla PO IG jest umieszczane w dowolnym miejscu produktu projektu. Musi być jednak umieszczone poza ciągiem znaków. Zasada ta nie dotyczy tablic informacyjnych i pamiątkowych, w przypadku których wskazano miejsce umieszczenia hasła promocyjnego (przykłady omówiono i pokazano w rozdziale 5.3.2).
- ✓ Informacja o współfinansowaniu projektu jest umieszczana w dowolnym miejscu produktu projektu. Musi być jednak umieszczona poza ciągiem znaków. Zasada ta nie dotyczy tablic informacyjnych i pamiątkowych, w przypadku których w rozdziale 5.3.2 wskazano miejsce, w którym taka informacja powinna się znajdować.
- ✓ Treść informacji o współfinansowaniu może podlegać modyfikacji, rozwinięciu, np. jeżeli rezultatem realizacji naszego projektu jest urządzenie, które zostało zakupione ze środków EFRR w ramach PO IG, informacja o współfinansowaniu może mieć następującą formę: „Zakup urządzenia (można zastąpić bezpośrednio konkretną nazwą lub typem urządzenia) współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka”.
- ✓ W przypadku gdy do celu promocji projektu wykorzystujemy stronę internetową, bądź multimedia (filmiki, prezentacje) dopuszczalne jest tworzenie i stosowanie animowanych wersji elementów wizualizacji. Przykładowo strony/podstrony internetowe czy prezentacje multimedialne poświęcone realizowanemu projektowi mogą zawierać animowane logo bądź cały ciąg znaków.

### **Produkty projektu o małych gabarytach**

Projekty, których produkty posiadają stosunkowo niewielkie gabaryty, a których zakup bądź wykonanie jest dofinansowane ze środków EFRR w ramach PO IG, muszą zawierać co najmniej:

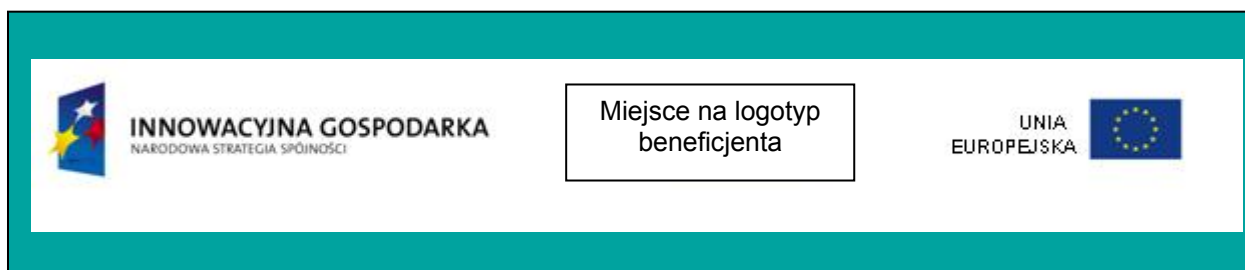
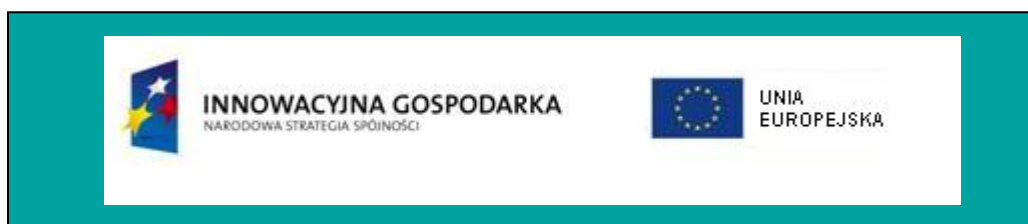
- logo UE,
- odwołanie słowne do UE („Unia Europejska”),
- logo PO IG,
- opcjonalnie jeśli to możliwe: logo beneficjenta.

Wybór zastosowanego wariantu zależy od wielkości produktu, rodzaju i techniki jego wykonania, przy czym zaleca się stosowanie wariantu podstawowego w każdym przypadku, gdy warunki techniczne to umożliwiają.

Tabela 2 Przykłady produktów projektu o małych gabarytach oraz elementy ich graficznej wizualizacji

Przykład produktu	Znakowanie za pomocą elementów graficznej wizualizacji
1. Małe produkty: a. maszyny, urządzenia, aparatura itp. o niewielkich gabarytach	Produkty projektu będą zawierały: <b>Obowiązkowo:</b> 1. Logo PO IG. 2. Logo Unii Europejskiej. 3. Odwołanie słowne do Unii Europejskiej (w bardzo wyjątkowych sytuacjach, gdy techniki wykonania uniemożliwiają czytelne zamieszczenie odwołania słownego, element ten nie jest obowiązkowy). <b>Opcjonalnie:</b> 4. Logo beneficjenta.

Przykłady oznaczenia produktów projektu o małych gabarytach:



#### 4.2.2 Na poziomie IZ, IP i IP II

Obowiązek informowania o współfinansowaniu projektów i działań finansowanych ze środków EFRR ciąży również na instytucjach zaangażowanych w zarządzanie i wdrażanie PO IG. Instytucje te obowiązują stosowanie przepisów zawartych w rozporządzeniach 1083/2006 oraz 1828/2006. Uszczegółowienia tych przepisów zawarte są dodatkowo w kilku dokumentach, które precyzyjniej określają obowiązki, sposoby i narzędzia promocji projektów i informowania o współfinansowaniu ze środków EFRR. Są to:

- Wytoczne Ministra Rozwoju Regionalnego w zakresie informacji i promocji,
- Strategia komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007 – 2013,
- Plan komunikacji PO IG.

Projekty, które realizują instytucje zaangażowane we wdrażanie Programu (a nie są to projekty beneficjentów systemowych lub projekty kluczowe, których promocja również bezwzględnie dotyczy) finansowane są głównie w ramach Priorytetu 9 PO IG „Pomoc Techniczna”.

Dostępne wsparcie ze środków pomocy technicznej można przeznaczyć m.in. na podnoszenie kwalifikacji zawodowych pracowników zaangażowanych w realizację PO IG, zakup sprzętu, oprogramowania i wyposażenia służącego realizacji celów PO IG, finansowanie działań z zakresu komunikacji i promocji oraz działań szkoleniowych skierowanych do beneficjentów, monitorowanie i kontrolę projektów i instytucji, wykonywanie ekspertyz, przygotowanie lub zakup publikacji, działania ewaluacyjne.

Każdy produkt lub efekt realizacji projektu, którego finansowanie nastąpiło przy współudziale środków unijnych, powinien zostać oznakowany za pomocą logotypów UE oraz PO IG, odpowiednio z odwołaniami słownymi lub jeżeli wielkość, rodzaj, bądź technika wykonania to uniemożliwiają – tylko logo UE oraz PO IG.

### **Produkty, materiały o dużych wymiarach**

Wariant znakowania dla dużych produktów oraz materiałów informacyjnych i promocyjnych zakłada, że wszystkie będą zawierały, zgodnie z rozporządzeniem wykonawczym oraz Księgą identyfikacji wizualnej NSS<sup>3</sup> co najmniej: logo UE, odwołanie słowne do UE, odwołanie słowne do EFRR, logo PO IG, hasło promocyjne PO IG. Opcjonalnie jeśli to możliwe materiały te mogą zawierać logo instytucji oraz informację o współfinansowaniu projektu. Przykładowy podział wybranych produktów i materiałów promocyjnych dla tego wariantu prezentuje tabela nr 3.

**Tabela nr 3 Przykłady materiałów o dużych wymiarach oraz elementy ich graficznej wizualizacji**

<b>Przykład produktu i materiału informacyjno - promocyjnego</b>	<b>Elementy wizualizacji</b>
1. Duże materiały: a. sprzęt biurowy b. sprzęt komputerowy c. billboardy, plakaty, d. banner, stand, roll-up, ścianki konferencyjne, e. namioty, stoiska wystawowe itp.	Materiały informacyjne i promocyjne zawierają: <b>Obowiązkowo:</b> 1. Logo PO IG. 2. Logo Unii Europejskiej. 3. Odwołanie słowne do Unii Europejskiej. 4. Odwołanie słowne do EFRR (pełna nazwa). 5. Hasło określone dla PO IG (w przypadku materiałów wymienionych w kolumnie z przykładami, stosowanie hasła jest opcjonalne, w zależności od wielkości, rodzaju, charakteru i techniki wykonania materiałów).  <b>Opcjonalnie:</b> 6. Logo instytucji 7. Informacja o współfinansowaniu projektu
2. Materiały drukowane: a. publikacje (np.: dokumenty programowe, broszury, ulotki, biuletyny itp.), b. notatniki, dyplomy, certyfikaty, c. informacje prasowe, reklamy i ogłoszenia prasowe, reklamy i ogłoszenia internetowe, d. teczki firmowe, kalendarze itp.	
3. Strony internetowe, ogłoszenia internetowe, bazy danych	
4. Filmy	
5. Prezentacje PowerPoint	

<sup>3</sup> Księga identyfikacji wizualnej NSS to załącznik do Strategii komunikacji Funduszy Europejskich w Polsce w ramach Narodowej Strategii Spójności na lata 2007 – 2013

## Przykłady oznaczenia materiałów o dużych wymiarach:



### **Istotne uwagi:**

- ✓ Hasło promocyjne określone przez Instytucję Zarządzającą dla PO IG jest umieszczane w dowolnym miejscu produktu/materiału. Musi być jednak umieszczone poza ciągiem znaków, które tworzą logo PO IG, logo UE, logo.
- ✓ Informacja o współfinansowaniu projektu jest umieszczana w dowolnym miejscu produktu/materiału. Musi być jednak umieszczona poza ciągiem znaków.
- ✓ Treść informacji o współfinansowaniu może podlegać modyfikacji, rozwinięciu, np. jeżeli w ramach projektu realizujemy szkolenie to informacja o współfinansowaniu będzie miała następującą formę: „Szkolenie współfinansowane ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka”.
- ✓ W przypadku materiałów promocyjnych wymienionych w punkcie 3,4,5 w tabeli nr 3, oraz innych produktów multimedialnych, dopuszczalne jest tworzenie i stosowanie animowanych wersji elementów wizualizacji. Przykładowo, strony/podstrony internetowe czy prezentacje multimedialne poświęcone realizowanemu projektowi mogą zawierać animowane logo bądź cały ciąg znaków.

### **Produkty, materiały o małych wymiarach**

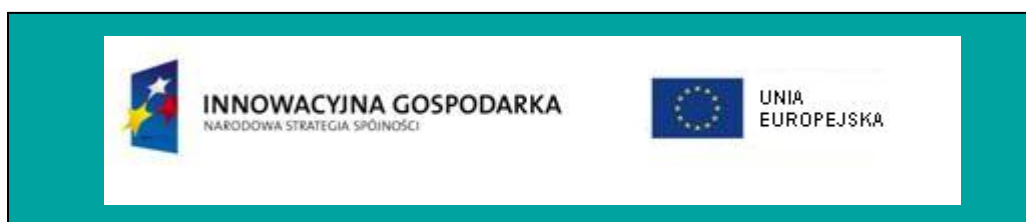
Wariant znakowania małych produktów oraz materiałów promocyjnych zakłada, że wybrane produkty i materiały promocyjne oraz wybrane materiały drukowane będą zawierały, zgodnie z rozporządzeniem wykonawczym oraz Księgą identyfikacji wizualnej NSS, co najmniej: logo UE, odwołanie słowne do UE, logo PO IG, a opcjonalnie jeśli to możliwe: logo instytucji. Przykładowy podział wybranych produktów i materiałów dla tego wariantu prezentuje poniższa tabela.

Wybór zastosowanego wariantu zależy od wielkości, rodzaju i techniki wykonania danego produktu lub materiału, przy czym zaleca się stosowanie wariantu podstawowego w każdym przypadku, gdy warunki techniczne to umożliwiają.

Tabela 4 Przykłady materiałów o małych wymiarach oraz elementy ich graficznej wizualizacji

Przykład produktu/materiału promocyjnego	Elementy wizualizacji
1. Małe produkty i materiały: a. sprzęt biurowy lub wyposażenie o bardzo małych wymiarach, b. oprogramowanie, c. gadżety o małych wymiarach, d. nadruki na płytach CD/DVD, itp.	Materiały informacyjne i promocyjne zawierają: <b>Obowiązkowo:</b> 1. Logo PO IG 2. Logo Unii Europejskiej 3. Odwołanie słowne do Unii Europejskiej
2. Materiały drukowane: a. papier firmowy, b. bilety wizytowe, c. karty grzecznościowe, d. koperty, e. naklejki na sprzęt i wyposażenie itp	(w bardzo wyjątkowych sytuacjach, gdy techniki wykonania uniemożliwiają czytelne zamieszczenie odwołania słownego, element ten nie jest obowiązkowy) <b>Opcjonalnie:</b> 4. Logo instytucji

Przykłady oznaczenia małych materiałów promocyjnych:



## 5. Narzędzia informacji i promocji

Wybór odpowiedniego narzędzia promocji projektu zależy m.in. od tego jaką funkcję pełni w systemie PO IG: beneficjenta czy też instytucji zaangażowanej we wdrażanie PO IG. Nie istnieje jednak przepis zabraniający beneficjentom i instytucjom stosowania określonego narzędzia promocji, spośród wymienionych i opisanych w kolejnych rozdziałach przykładów. Pamiętać należy jednak, by wydatek poniesiony na promocję był kwalifikowany, racjonalny, a jego poniesienie uzasadnione. Zatem w przypadku beneficjenta, który w wyniku realizacji projektu otrzymał dofinansowanie na opracowanie wzoru przemysłowego lub użytkowego nie ma większego sensu stosowanie narzędzi promocji typu reklama w telewizji.

Ważne by informacja o współfinansowaniu, którą chcemy przekazać, była czytelna dla szerokiego kręgu odbiorców, dlatego też nie zaleca się używania skrótów (np.



UE, EFRR czy PO IG), ponieważ nie są one powszechnie znane wszystkim grupom docelowym. Na wszystkich produktach projektu i materiałach zaleca się zamieszczanie pełnych nazw.

Przy zamieszczaniu logo należy przestrzegać zasad proporcji. Symbole zamieszczane na wszystkich produktach projektu i na materiałach powinny mieć zbliżoną wielkość. Logo UE nie powinno być znacząco mniejsze niż logo Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

Przykładowe rozmieszczenie logo przedstawiono na poniższym rysunku. Na czerwono zaznaczono linie graniczne/pomocnicze wyznaczające obszar, poza które górna i dolna granica logotypów UE oraz logotypu instytucji/beneficjenta nie powinna wykroczać.

W zestawieniach z innymi znakami logo PO IG znajduje się zawsze z lewej strony, logo UE z prawej strony, w przestrzeni pomiędzy tymi znakami można umieścić inne znaki, np. logo beneficjenta czy logo instytucji itp.



## 5.1 Na poziomie beneficjentów

Beneficjent zobowiązany jest do wyboru co najmniej jednego, wskazanego poniżej narzędzia promocji. Zaleca się jednak zastosowanie więcej niż jednego narzędzia promocji w celu zintensyfikowania działań informacyjnych. Beneficjenci powinni stosować w promocji projektu jednolitą identyfikację wizualną, która obejmuje:

- logo UE z odwołaniem słownym do Unii Europejskiej i funduszu EFRR (w przypadku produktów projektu o małych gabarytach lub w przypadku których technika wykonania uniemożliwia zamieszczenie odwołania do funduszu, obowiązkowo tylko odwołanie do Unii Europejskiej),
- logo i nazwę Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka,
- hasła określonego przez IZ, o którym wspomniano w rozdziale 3.3 (obowiązkowo przede wszystkim na tablicach informacyjnych i pamiątkowych),
- kolorystykę stosowaną w przypadku znakowania produktów projektu (jest dowolna, aczkolwiek zaleca się stosowanie bieli lub kolorów zarezerwowanych dla PO IG, opisanych w załączniku nr 2 do przewodnika),
- odpowiednią czcionkę (zalecaną, aczkolwiek nieobowiązkową – wskazaną w przykładzie 1).

W przypadku dużych projektów, o czym pisano już w rozdziale 3.3, beneficjenci zobowiązani są do stosowania:

- w trakcie realizacji projektu **tablic informacyjnych**,
- po zakończeniu projektu **tablic pamiątkowych**.

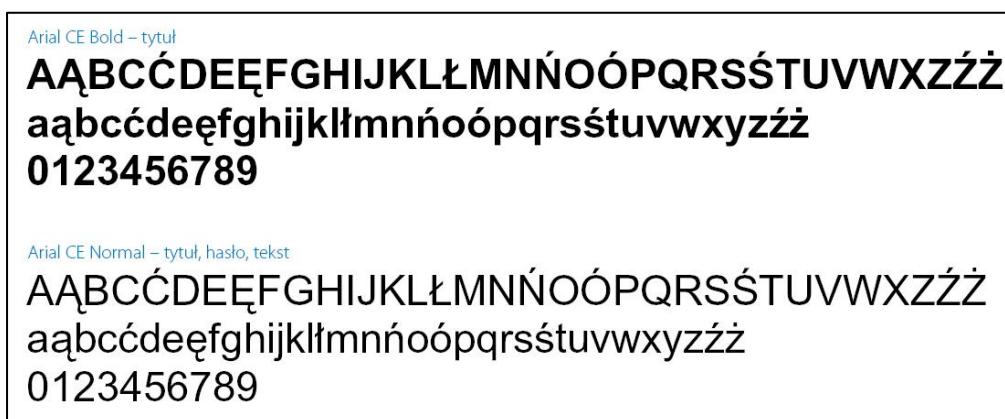
Wzór tablic opisano w rozdziale 5.3.2.

Ponadto, beneficjenci mogą wybrać inne spośród wskazanych niżej narzędzi, które wykorzystają w celu wzmocnienia efektu promocji projektu, poprzez zamieszczanie na nich logotypów PO IG oraz UE np.:

- papier firmowy,
- naklejki/plakietki na sprzęt lub wyposażenie,
- nadruki na płytach CD/DVD, zawierających dokumentację dot. projektu,
- strona internetowa/zakładka poświęcona projektowi,
- prezentacja multimedialna.

Podkreślić należy, że wybór powyższych narzędzi, poza tablicami, jest opcjonalny i musi być racjonalny oraz uzasadniony z punktu widzenia efektu promocji.

### **Przykład 1 Zalecana czcionka**



Zaleca się, by po podpisaniu umowy o dofinansowanie projektu, oprócz produktów projektu, również cała dokumentacja związana z realizacją projektu (np. korespondencja prowadzona z innymi organami i instytucjami dotycząca realizowanego projektu) oraz segregatory/teczki, w których jest ona przechowywana, zawierały logo UE z odwołaniem słownym oraz logo PO IG, zgodnie z przykładami od 2 do 5.

## **5.2 Na poziomie IZ, IP, IP II**

Instytucje zaangażowane we wdrażanie PO IG zobowiązane są do stosowania zasad promocji w odniesieniu do każdego materiału i produktu, będącego efektem realizacji projektu. Wybór sposobu oraz narzędzia promocji zależy od funkcji instytucji jaką pełni ona w systemie instytucjonalnym PO IG. Zakres obowiązków IZ, IP i IP II (IW) w zakresie informacji i promocji określa Plan komunikacji PO IG, a konkretne działania tzw. Roczny plan działań informacyjno – promocyjnych PO IG. Ten ostatni dokument zawiera opis działań informacyjnych, promocyjnych i szkoleniowych na dany rok kalendarzowy, określa grupę docelową, harmonogram realizacji i budżet planowanych działań oraz spodziewane rezultaty. W celu zintensyfikowania działań informacyjnych zaleca się stosowanie różnorodnych narzędzi promocji. Instytucje zaangażowane w realizację PO IG powinny również stosować we wszystkich materiałach jednolitą identyfikację wizualną, która obejmuje:

- logo UE z odwołaniem słownym do Unii Europejskiej i funduszu EFRR (w przypadku materiałów o małych wymiarach lub w przypadku których technika

wykonania uniemożliwia zamieszczenie odwołania do funduszu, obowiązkowo tylko odwołanie do Unii Europejskiej),

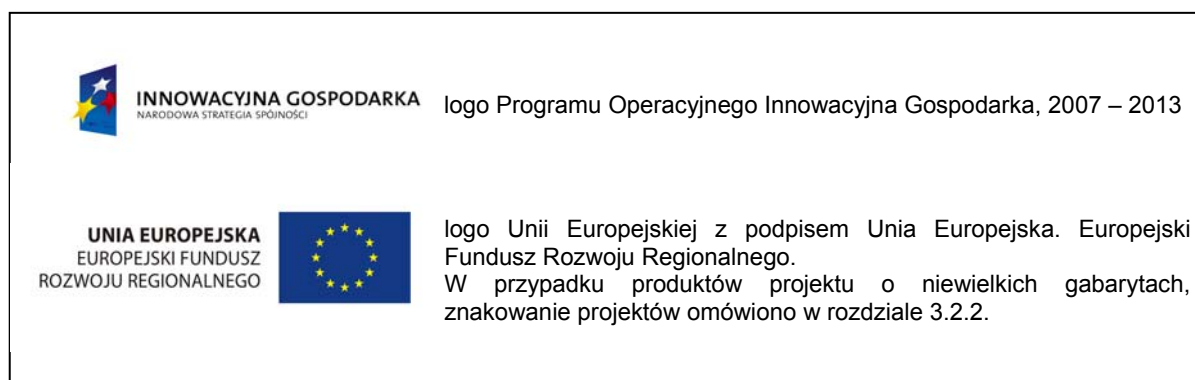
- logo i nazwę Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka,
- kolorystykę stosowaną w przypadku znakowania materiałów (jest dowolna, aczkolwiek zaleca się stosowanie bieli lub kolorów zarezerwowanych dla PO IG, opisanych w załączniku nr 2 do przewodnika),
- odpowiednią czcionkę (zalecaną, aczkolwiek nieobowiązkową - wskazaną na przykładzie 1).

Instytucje zaangażowane w realizację PO IG stosują zwykle materiały promocyjne opisane w tabelach 3 oraz 4, z zachowaniem zasad dotyczących wizualizacji (a zatem zastosowanie odpowiednich logo - w zależności od wielkości materiału, czy też techniki jego wykonania, proporcji znaków).

Podobnie jak w przypadku beneficjentów, zaleca się by IZ, IP i IP II (IW) również stosowały znakowanie przy użyciu logo PO IG oraz logo UE, z odwołaniem słownym w odniesieniu do dokumentacji projektowej.

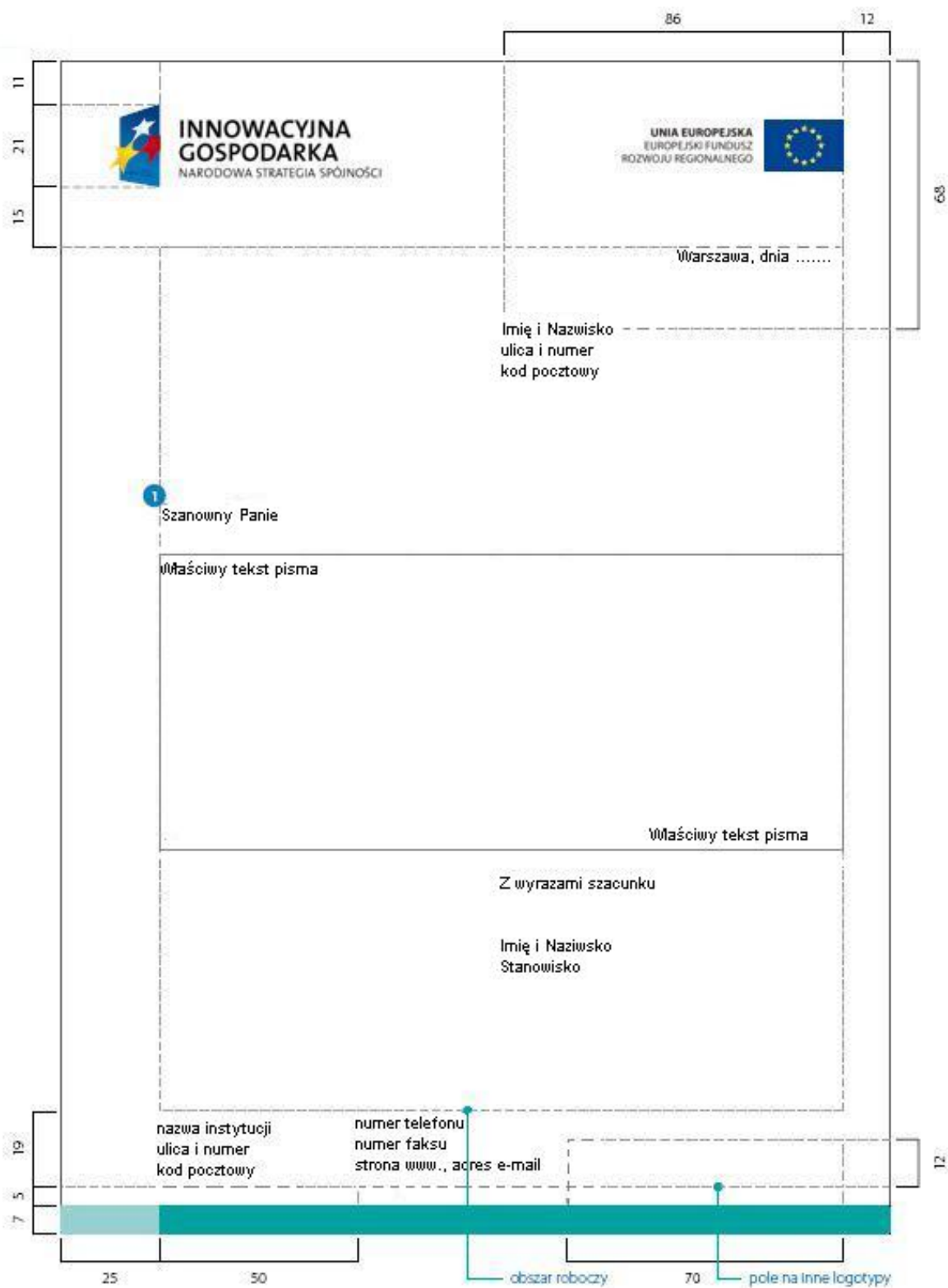
Propozycje zamieszczono w przykładach od 3 do 5.

## **Przykład 2**





W poniższych przykładach zamieszczono proponowane wzory oznaczania korespondencji dotyczącej projektu oraz segregatorów, w których przechowywana jest dokumentacja. W miejscu, gdzie w przykładach 4 i 5 zaproponowano lokalizację logo beneficjenta, może pojawić się logo instytucji (IZ, IP lub IP II).

Przykład 3: Wzór korespondencji dotyczącej projektu

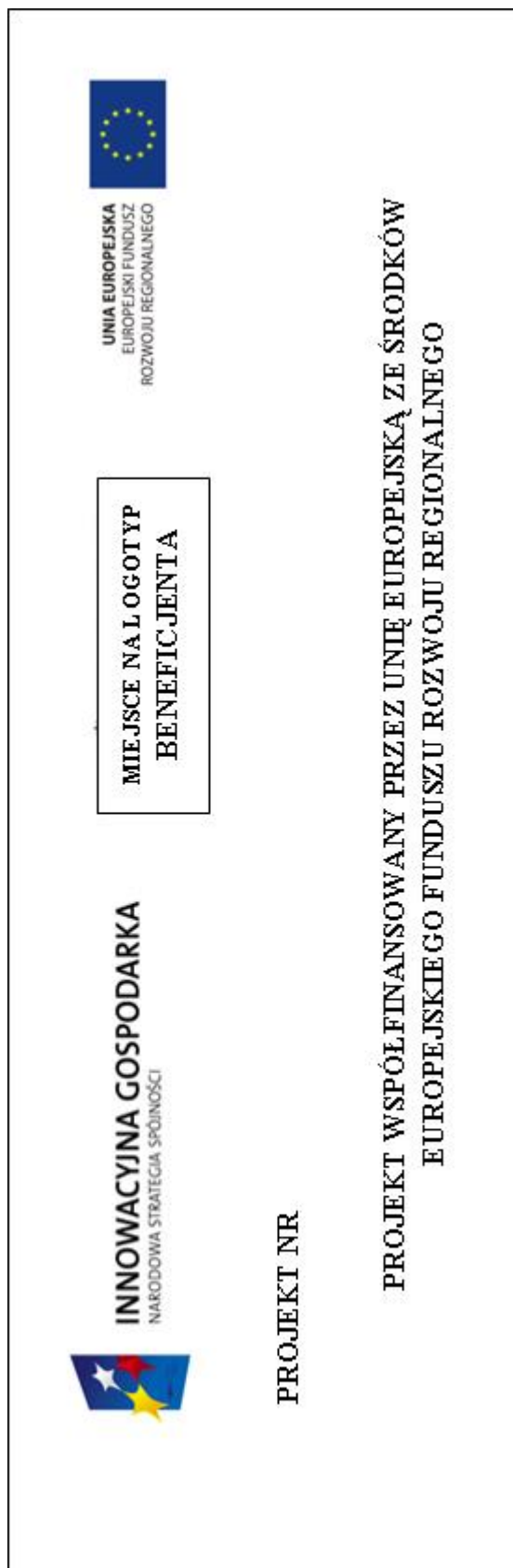


#### Przykład 4: Wzór oznakowania okładki segregatora

 <b>INNOWACYJNA GOSPODARKA</b> NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI	<b>MIEJSCE NA LOGOTYP BENEFICJENTA</b>	<b>UNIA EUROPEJSKA</b> EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO 
Dokumentacja do projektu nr .....		
<b>Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego</b>		
<b>Dokumentacja związana z realizacją Projektu będzie przechowywana przez okres co najmniej 3 lat<sup>●</sup> od daty zamknięcia Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka</b>		

- *Obowiązek przechowywania dokumentacji zależy od wystąpienia pomocy publicznej w projekcie. W przypadku jeżeli pomoc publiczna wystąpi, dokumentacja związana z realizacją projektu będzie musiała być przechowywana przez okres 10 lat od udzielenia:*
  - *pomocy indywidualnej (wejścia w życie umowy o dofinansowanie projektu),*
  - *ostatniej pomocy programu pomocowego,*
  - *pomocy de minimis*

Przykład 5. Przykład oznakowania grzbietu segregatora



## 5.3 Przykłady oznakowania projektu za pomocą wybranych narzędzi promocji

### 5.3.1 Naklejki/plakietki informacyjne

Narzędzie to stosuje się w celu oznakowania środków trwałych, m.in: maszyny i urządzenia, aparatura, wyposażenie biurowe, sprzęt komputerowy, sprzęty audio – wizualne, zakupione ze środków EFRR w ramach PO IG. Plakietki/naklejki stosuje się również w przypadku wartości niematerialnych i prawnych np. oprogramowanie, umieszczając je w widocznym miejscu na sprzęcie, w którym dane oprogramowanie zostało zainstalowane.

Sprzęt oraz wyposażenie zakupione na potrzeby projektu musi być wyraźnie oznakowane – np. za pomocą naklejek w widocznym miejscu oraz musi być czytelne. W przypadku produktów o bardzo małych gabarytach, na których nie ma możliwości zamieszczenia czytelnej informacji o współfinansowaniu, dopuszcza się zamieszczenie informacji o współfinansowaniu na opakowaniu/etui produktu, które powinno być dostępne i przechowywane w jednym miejscu wraz z użytkowanym produktem.

Układ naklejki/plakietki powinien zawierać:

- Logo Unii Europejskiej z podpisem Unia Europejska,
- Logo Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

Znaki graficzne powinny być czytelne i wyraźne, przy zachowaniu zasad opisanych w załącznikach do niniejszego Przewodnika, dotyczących samego znaku graficznego i możliwości jego zestawiania z innymi znakami.

W ramach oznaczania maszyn, urządzeń, sprzętu i wyposażenia możliwe jest wykorzystywanie naklejek papierowych, na folii samoprzylepnej, tabliczek plastikowych, metalowych.

Poniżej przedstawiono przykład naklejki do umieszczenia na środkach trwałych oraz wartościach niematerialnych (wersja dla produktów o małych gabarytach, na których nie ma możliwości zamieszczenia wersji podstawowej).



## 5.3.2 Tablice informacyjne i pamiątkowe

### 5.3.2.1 Tablice zewnętrzne

Tablice informacyjne i pamiątkowe umieszczane na zewnątrz stosuje się w przypadku inwestycji infrastrukturalnych typu inwestycje w budowlę i budynki, np. rozwój infrastruktury parków technologicznych, inwestycje infrastrukturalne przedsiębiorstw, w tym inwestycje typu greenfield, itp.

Tablice powinny być umieszczane na terenie realizacji projektu w sposób trwały, zabezpieczający je przed zniszczeniem. Zaleca się, by tablice wykonane były z materiału trwałego (np. mosiądz, marmur).

Nie należy stosować agresywnych kolorów tła tablicy (np. czerwony, pomarańczowy). Zaleca się, by tło tablicy było białe (ewentualnie w zalecanych barwach przeznaczonych dla PO IG, przedstawionych w poniższych przykładach), a czcionka typu Arial CE, w kolorze czarnym.

Napisy na tablicach wykonuje się w sposób czytelny i trwały. Litery i cyfry powinny być o wysokości co najmniej 4 cm.

Wielkość liter użytych do wskazania finansowego udziału Unii Europejskiej nie może być mniejsza niż wielkość napisu wskazującego na udział krajowy, czy też wielkość napisu. Poniżej opisano szczegółowe wymagania w odniesieniu do poszczególnych typów tablic.

- **Tablice informacyjne – w trakcie realizacji projektu**

Umieszcza się je w miejscu widocznym, np. przy drodze sąsiadującej z miejscem realizacji projektu lub przy bramie wjazdowej na miejsce prac. Tablicę informacyjną beneficjent zobowiązany jest umieścić w przeciągu 6 miesięcy od momentu podpisania umowy o dofinansowanie projektu.

Układ tablicy powinien zawierać:

- logo Unii Europejskiej z podpisem „Unia Europejska. Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego”,
- logo Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka,
- poza ciągiem znaków, w dolnej części tablicy, zgodnie z przykładami 6-9, należy umieścić informację o współfinansowaniu projektu,
- nazwę realizowanego projektu, jego łączny budżet i wysokość dofinansowania ze środków UE,
- okres realizacji projektu,
- hasło promocyjne przeznaczone dla PO IG.

Wymiar tablicy informacyjnej powinien być proporcjonalny do wartości projektu, zaleca się jednak przyjąć następujące minimalne wymiary: 150 cm x 100 cm.

Przykładowe wzory tablicy informacyjnej przedstawiono poniżej.



Przykład 6. Wersja z białym tłem:

150 cm		
	<b>MIEJSCE NA LOGOTYP BENEFICJENTA</b>	
<b>DOTACJE NA INNOWACJE</b>		
NAZWA INWESTYCJI		
Nazwa beneficjenta: Wartość projektu: Udział Unii Europejskiej: Okres realizacji:		
<b>PROJEKT WSPÓLFINANSOWANY PRZEZ UNIĘ EUROPEJSKĄ Z EUROPEJSKIEGO FUNDUSZU ROZWOJU REGIONALNEGO</b>		
		100 cm

Przykład 7. Wersja z kolorami w tle zarezerwowanymi dla PO IG

	<b>MIEJSCE NA LOGOTYP BENEFICJENTA</b>	
<b>DOTACJE NA INNOWACJE</b>		
NAZWA INWESTYCJI		
Nazwa beneficjenta: Wartość projektu: Udział Unii Europejskiej: Okres realizacji:		
<b>PROJEKT WSPÓLFINANSOWANY PRZEZ UNIĘ EUROPEJSKĄ Z EUROPEJSKIEGO FUNDUSZU ROZWOJU REGIONALNEGO</b>		

Przykład 8. Wersja z kolorami w tle zarezerwowanymi dla PO IG

 <b>INNOWACYJNA GOSPODARKA</b> NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI	<b>MIEJSCE NA LOGOTYP BENEFICJENTA</b>	UNIA EUROPEJSKA EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO 
<b>DOTACJE NA INNOWACJE</b>		
NAZWA INWESTYCJI		
Nazwa beneficjenta: Wartość projektu: Udział Unii Europejskiej: Okres realizacji:		
<b>PROJEKT WSPÓLFINANSOWANY PRZEZ UNIĘ EUROPEJSKĄ Z EUROPEJSKIEGO FUNDUSZU ROZWOJU REGIONALNEGO</b>		

Przykład 9: Wersja z kolorami w tle zarezerwowanymi dla PO IG

 <b>INNOWACYJNA GOSPODARKA</b> NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI	<b>MIEJSCE NA LOGOTYP BENEFICJENTA</b>	UNIA EUROPEJSKA EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO 
<b>DOTACJE NA INNOWACJE</b>		
NAZWA INWESTYCJI		
Nazwa beneficjenta: Wartość projektu: Udział Unii Europejskiej: Okres realizacji:		
<b>PROJEKT WSPÓLFINANSOWANY PRZEZ UNIĘ EUROPEJSKĄ Z EUROPEJSKIEGO FUNDUSZU ROZWOJU REGIONALNEGO</b>		

- **Tablice pamiątkowe – po zakończeniu projektu**

Umieszcza się je w ciągu 6 miesięcy od dnia zakończenia realizacji projektu, w celu pozostawienia trwałej informacji o wsparciu inwestycji ze środków EFRR. Umieszcza się je w miejscach powszechnie dostępnych, takich jak: elewacje frontowe czy wejścia do budynków. Po zainstalowaniu tablic pamiątkowych należy usunąć tablice informacyjne.

Układ tablicy powinien zawierać:

- logo Unii Europejskiej z podpisem „Unia Europejska. Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego”,
- logo Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka,
- poza ciągiem znaków, w dolnej części tablicy, zgodnie z przykładem nr 10, należy umieścić informację o współfinansowaniu projektu,
- nazwę zrealizowanego projektu, jego łączny budżet i wysokość dofinansowania ze środków UE,
- okres realizacji projektu,
- hasło promocyjne przeznaczone dla PO IG.

Tablica powinna mieć wielkość, która umożliwi jej właściwą ekspozycję.

Minimalny zalecany wymiar to: 70 cm x 50 cm.

Tablica pamiątkowa powinna zawierać aktualne dane finansowe, tzn. należy uwzględnić ewentualne zmiany wprowadzone aneksami do umowy. W ramach danych finansowych należy podać całkowitą wartość projektu (tzn. koszty kwalifikowane i niekwalifikowane) zapisaną w umowie o dofinansowanie (lub w aneksie do niej) oraz wkład budżetu Unii Europejskiej. Na tablicy można również zamieścić informację o wkładzie krajowym (np. z budżetu państwa).

Tablice pamiątkowe należy umieszczać na czas trwałości projektu, tj. na okres przynajmniej 5 lat od dnia zakończenia realizacji projektu lub na okres przynajmniej 3 lat w przypadku projektów realizowanych w celu utrzymania inwestycji bądź miejsc pracy utworzonych przez MSP. Nie ma obowiązku usunięcia tablicy po upływie tego terminu.

Przykładowy wzór tablicy pamiątkowej zaprezentowano poniżej. Kolorystyka tablicy – do wyboru spośród 4 wzorów, tak, jak w przypadku zaprezentowanych tablic informacyjnych.

### Przykład 10 Tablica pamiątkowa



#### 5.3.2.2 Tablice wewnętrzne

Tablice wewnętrzne stosuje się w przypadku pozyskania wartości niematerialnych i prawnych, takich jak: nabycie wyników prac B+R, praw do własności intelektualnej w tym patentów, know – how lub innej nieopatentowanej wiedzy technicznej związanej z wdrażanym produktem lub usługą itp.

Tablice wewnętrzne umieszcza się w miejscach powszechnie dostępnych, takich jak: reprezentacyjne wnętrza budynków, widoczne miejsca w siedzibach beneficjentów.

Układ tablicy powinien zawierać:

- logo Unii Europejskiej z podpisem „Unia Europejska”,
- logo Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka,
- poza ciągiem znaków, w dolnej części tablicy, zgodnie z przykładem nr 11, należy umieścić informację o współfinansowaniu projektu,
- nazwę realizowanego projektu, jego łączny budżet i wysokość dofinansowania ze środków UE,
- okres realizacji projektu,
- hasło przeznaczone dla PO IG.

Tablica powinna mieć wielkość, która umożliwi jej właściwą ekspozycję. Minimalny zalecany wymiar to: 40 cm x 30 cm.

### Przykład 11 Wzór tablicy wewnętrznej



### 5.3.3 Strona internetowa

Strona internetowa jest narzędziem promocji stosowanym we wszystkich projektach. Jest to skuteczne medium komunikacji. Strony internetowe/zakładki internetowe poświęcone projektowi, zarówno beneficjenta jak i instytucji uczestniczącej we wdrażaniu PO IG, powinny zawierać:

- logo Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka,
- logo Unii Europejskiej z odwołaniem słownym do UE i funduszu,
- informację o współfinansowaniu (opcjonalnie),
- hasło określone dla PO IG (opcjonalnie),
- logo instytucji/beneficjenta (opcjonalnie).

W przypadku strony głównej beneficjenta, powinien się na niej znaleźć odsyłacz do podstrony/zakładki zawierającej informacje o projekcie, w postaci linku lub logo, po kliknięciu na które użytkownik zostanie przekierowany w odpowiednie miejsce na stronie.

Adres strony internetowej projektu powinien być rozpowszechniany m.in. w publikacjach dotyczących projektu i innych wydawnictwach, informacjach prasowych i telewizyjnych oraz w inny skuteczny sposób.

Link do informacji o projekcie powinien być dostępny i zauważalny dla internauty odwiedzającego stronę. Zaleca się, by linkowi odsyłającemu towarzyszyło logo PO IG, umożliwiające szybszą identyfikację na stronie projektu realizowanego w ramach tego Programu.

Informacje prezentowane na stronie/podstronie/zakładce poświęconej projektowi powinny być prezentowane w sposób atrakcyjny (również z wykorzystaniem materiałów fotograficznych i audiowizualnych, bannerów), ale przy zapewnieniu przejrzystości strony. Informacje zawarte na stronie powinny być usystematyzowane

w sposób logiczny, co pozwoli na poruszanie się po stronie w sposób intuicyjny. Ważne informacje powinny być zamieszczane w widocznych miejscach. Niemile odbierane przez użytkowników sieci są strony niedokończone. Lepiej więc „wyłączyć” witrynę na czas jej modyfikacji, ponieważ niekompletna strona sprawia, że istnieje duże prawdopodobieństwo, że internauta drugi raz jej nie odwiedzi, nawet jeśli w późniejszym czasie będzie bardzo atrakcyjna wizualnie.

Internauci powinni mieć na bieżąco dostarczane wszelkie informacje, dlatego też ważnym i nieodłącznym aspektem jest częsta aktualizacja strony internetowej.

Jednym z najważniejszych elementów, które powinny być dostępne na stronie, są dane teleadresowe oraz kontakt do osoby kompetentnej, która udzieli nam informacji nt. realizowanego projektu.

Na stronie powinny znaleźć się odsyłacze do oficjalnych stron Unii Europejskiej oraz strony poświęconej PO IG, do stron IZ, a także IP i IP II (o ile jest wyznaczona).

### **5.3.4 Spotkania informacyjne**

Podczas spotkań informacyjnych dotyczących projektów (w tym konferencji prasowych, seminariów, targów) należy podkreślać fakt współfinansowania projektu z funduszy Unii Europejskiej. Ponadto, w miejscach gdzie odbywają się spotkania oraz w dokumentach dotyczących spotkania należy umieścić logo PO IG, logo UE i ewentualnie logo instytucji/beneficjenta, która spotkanie/konferencję organizuje oraz informację o współfinansowaniu spotkania ze środków EFRR (opcjonalnie).

Informacja taka powinna w szczególności znaleźć się na:

- Zaproszeniach na spotkanie/konferencję/szkolenie,
- Korespondencji z uczestnikami spotkania/konferencji/szkolenia,
- Plakatach informacyjnych,
- Materiałach, które otrzymują uczestnicy (dot. zarówno publikacji, prezentacji, jak i gadżetów).

### **5.3.5 Publikacje, gadżety, spoty radiowe i telewizyjne**

Instytucje, które w ramach promocji projektu wydają publikacje, ulotki, gadżety, bądź produkują spoty radiowe czy telewizyjne, zobowiązane są również do informowania o fakcie współfinansowania z EFRR w ramach PO IG. Materiały promocyjne mają zwykle zastosowanie m.in. przy projektach zakładających: uczestnictwo w targach i wystawach, organizację szkoleń, usługi doradcze itp.

Do najczęstszych publikacji zaliczamy:

- materiały poligraficzne: biuletyny, broszury, ulotki, plakaty, raporty, opracowania, bannery, roll-up itp.
- materiały na nośnikach elektronicznych: np. płyty CD/DVD, pen-drive'y, itp.
- prezentacje audiowizualne: prezentacje multimedialne w programie PowerPoint lub innych.

Wszystkie publikacje muszą zawierać następujące elementy:

- logo UE z odwołaniem słownym do UE oraz funduszu (odwołanie do funduszu nie dotyczy małych formatów materiałów),
- logo Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka,
- hasło zarezerwowane dla PO IG (opcjonalnie),

- informację „Projekt współfinansowany przez Unię Europejską z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego” (opcjonalnie),
- logo instytucji (opcjonalnie).

Przykład oznakowania publikacji.



Na wszystkich publikacjach, zarówno drukowanych jak i elektronicznych, powinna zostać zamieszczona informacja, iż publikacja jest dystrybuowana bezpłatnie. W przypadku pobierania jakiegokolwiek opłaty za publikację lub innego typu materiały informacyjno-promocyjne, informacja o tym fakcie powinna znaleźć odzwierciedlenie we wniosku o płatność i zostać odnotowana jako przychód.

W publikacjach oraz materiałach promocyjnych o większym formacie wszystkie znaki (we wskazanej kolejności, tj. logo PO IG z lewej strony, logo instytucji w środku, logo UE z prawej strony) muszą być umieszczone na tylnej, zewnętrznej okładce. Zasada ta dotyczy również zamieszczania informacji o współfinansowaniu. Na zewnętrznej przedniej okładce powinny znajdować się tylko znaki graficzne, bez informacji o współfinansowaniu projektu. W przypadku pojedynczych ulotek i broszur logo PO IG, logo UE oraz informację o współfinansowaniu projektu ze środków UE należy umieścić na pierwszej (tytułowej, zewnętrznej) lub ostatniej stronie. **W przypadku małoformatowych materiałów promocyjnych nie ma obowiązku podpisywania logo Unii Europejskiej odwołaniem słownym do funduszu.**

W przypadku elektronicznych publikacji informacja o współfinansowaniu ze środków EFRR bądź odwołanie słowne do funduszu przy fladze UE powinny znaleźć się na pierwszej stronie/pierwszym ekranie/oknie powitalnym, które wyświetla się jako pierwsze podczas odtwarzania materiałów w wersji elektronicznej.

W przypadku płyty CD/DVD w/w logo zaleca się zamieścić na tylnej części opakowania oraz na płycie. Pen-drive powinien być oznakowany w zależności od możliwości – dowolnie na samym nośniku, opakowaniu lub dołączanej smyczy. Do nośników elektronicznych stosuje się te same zasady, co do materiałów promocyjnych. Na prezentacjach audiowizualnych każdy slajd musi zawierać w/w logo we wskazanej kolejności, a informacja o współfinansowaniu w przypadku jej zastosowania powinna znaleźć się na pierwszym oraz na ostatnim slajdzie.

Stosując spoty telewizyjne lub spoty radiowe na potrzeby działań promocyjnych, informacja o współfinansowaniu, bądź w postaci odwołania słownego do UE i funduszu przy fladze UE (tylko w przypadku spotów telewizyjnych), bądź w postaci tekstu mówionego (w przypadku zarówno spotów telewizyjnych jak i radiowych) powinna znaleźć się na początku lub na końcu materiału. W przypadku spotów telewizyjnych plansza z informacją o współfinansowaniu, wraz z logo (UE oraz PO IG), powinna ukazywać się na ekranie nieprzerwanie przez 3 sekundy oraz zajmować co najmniej 25% powierzchni ekranu, na którym się ukazuje.

W przypadku bannerów internetowych zamieszczanych na stronie internetowej, obowiązkowe jest zamieszczenie zestawu wymaganych znaków graficznych (UE i PO IG) z odwołaniami słownymi. Dla wszystkich bannerów obowiązuje zasada,

zgodnie z którą znaki graficzne, wraz z odwołaniami słownymi (do PO IG, do UE oraz do EFRR), mają znajdować się na co najmniej jednym ekranie/przejściu animacji.

W przypadku gadżetów promocyjnych opracowywanych na potrzeby projektu, ich wykonanie powinno być stosowane tylko w uzasadnionych przypadkach, a decyzja o wyborze takiej formy promocji powinna zostać podparta uzasadnieniem o racjonalności takiego wydatku. Znakowanie gadżetów promocyjnych winno odbywać się z uwzględnieniem poniższych zasad:

- logo UE z informacją „Unia Europejska. Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego”, a gdy wielkość lub technika wykonania uniemożliwiają taki zapis - co najmniej logo Unii Europejskiej tylko ze słownym odwołaniem do UE, a w wyjątkowych sytuacjach (gdy istnieje prawdopodobieństwo, że odwołanie słowne będzie nieczytelne) tylko logo UE,
- logo Programu Operacyjnego Innowacyjna Gospodarka.

**W przypadku wszystkich produktów i materiałów drobnych, na których zamieszczenie informacji o współfinansowaniu nie jest możliwe, wymagane jest umieszczenie co najmniej logo Unii Europejskiej oraz logo PO IG.**

Poniżej przedstawiono przykład kolorystyki dla publikacji z wykorzystaniem kolorów przeznaczonych dla PO IG.

#### ■ Okładka





## ■ Wnętrza dokumentu

### 1. Lorem Ipsum Dolor

#### 1.1 Lorem Ipsum Dolor

Nulpute delent la feumsandit, sum inibh eugue doluptatisei endit, veros exerit laore fciliq uissi. Nullum dolor alisim inim irillam dolore verciliquat ad duiscilisi tion eraestis nonullan et ut ea conulla augiat laore ex eu facidunt landreros acidunt illa commod tat vel in ut acinisi.

Ros nos nullaor acing ex enisit ulput veriure facipit ad eummoloborem quipism oloreet accuum nul-lamc ommolor sustrud tie dipisi tis auguer aliquisl er in veraestie dio ex ero dolor si.

Ent augait wisi blamcore dolor augiametuer augait, sequi eum zzrit at. La faccum vullan utat, cor aut wis nissecte conulla feugait irillutem quisl essed elit auguer sequatue faccum et pratue ming eu fac-cum volorem vel ut luptatum ip et pratincidunt adiat augerosto con utpat wisciliquat nisi.

At. Irit wis aciduisit nostio eliquis cipsusto ex eugait la am zzriurerilis adigna commy nonummy nos ni-ametu mmolore faccum alit ut lutate exero coreetum voluptatue el ute volor sustie doloborpero ex et velit ipit wis non eugait nonse tat. Xerci ea faccum olorerilit ad et lutpat la faccum ipis et adit inisi.

Rit velis et autpatin veratue duisi. Andre magna conullan ea feuis nullaore corper inis alisismod tat alit incin ero odo ent ad tat lummodit adio commy nulput er adipit aliquiscin ut laore commodit, cor sisl duis nostrud te velit lumsan velesto dolutat. Duis dolorper iurerici psuscilit aliquipsum del in utat luptat ad dolorem.

#### 1.2 Lorem Ipsum Dolor

Rit wis dionsequatum ilismodigna consectet erci tie tem zzriure dio et, qui blandion ulla alisl il del ut-pate tie facilit wisit ing eui ea facilla atum iustrud tat. Ex er sit dolutat autat lutpat. Vullum doloborpero et ad molorem nonulla faccum quat augait, vel in utet atum qui ea feuisi liquipsustin utpat. Ming et wis nim autpat, vel ex ex ent lortie magnit lore dolore faci blan hent ut amconse dolutat. Sandre eliq-uis dolorpe rostrud te min ver irilit dunt velesto consequisi blam vel ulputpat, vel illandio exerostrud dolore digniam conumsan enim zzrilla ortisi.

Oloreetuer sum zzrit alit autpatie vendre vullan hendrer alis nit velis alit nit augait vullutat praese Rit wis dionsequatum ilismodigna consectet erci tie tem zzriure dio et, qui blandion ulla alisl il del ut-pate tie facilit wisit ing eui ea facilla atum iustrud tat. Ex er sit dolutat autat lutpat. Vullum doloborpero et ad molorem nonulla faccum quat augait, vel in utet atum qui ea feuisi liquipsustin utpat. Ming et wis nim autpat, vel ex ex ent lortie magnit lore dolore faci blan hent ut amconse dolutat. Sandre eliq-uis dolorpe rostrud te min ver irilit dunt velesto consequisi blam vel ulputpat, vel illandio exerostrud dolore digniam ent lortie magnit lore dolore faci blan hent ut amconse dolutat. Sandre eliquis dolorpe rostrud te min ver irilit dunt velesto conumsan enim zzrilla ortisi.

Oloreetuer sum zzrit alit autpatie vendre vullan hendrer alis nit velis alit nit augait vullutat praese Rit wis dionsequatum ilismodigna consectet erci tie tem zzriure dio et, qui blandion ulla alisl il del ut-pate tie facilit wisit ing eui ea facilla atum iustrud tat. Ex er sit dolutat autat lutpat. Vullum doloborpero

### 1.3 Lorem Ipsum Dolor

Nulpute delent la feumsandit, sum inibh eugue doluptatisi endit, veros exerit laore fciliq uissi. Nullum dolor alisim inim irillam dolore verciliquat ad duiscilisi tion eraestis nonullan et ut ea conulla augiat laore ex eu facidunt landreros acidunt illa commod tat vel in ut acinisi.

Ros nos nullaore acing ex enisit ulput veriere facipit ad eummoloborem quipism oloreet accum nul-lamc ommolor sustrud tie dipisi tis auguer aliquisler in veraestie dio ex ero dolor si.

Ent augait wisi blamcore dolor augiametuer augait, sequi eum zzzit at. La faccum vullan utat, cor aut wis nissecte conulla feugait inillutem quisl essed elit auguer sequatue faccum et pratue ming eu fac-cum volorem vel ut luptatum ip et pratincidunt adiat auguerosto con utpat wiscliquat nisi.

At. Irit wis aciduisit nostio eliquis cipsusto ex eugait la am zziurerilis adigna commy nonumy nos ni-ametu mmolore faccum alit ut lutate exero coreetum voluptatue el ute volor sustie doloborperero ex et velit ipit wis non eugait nonse tat. Xerci ea faccum oloreercilit ad et lutpat la faccum ipis et adit inisi.

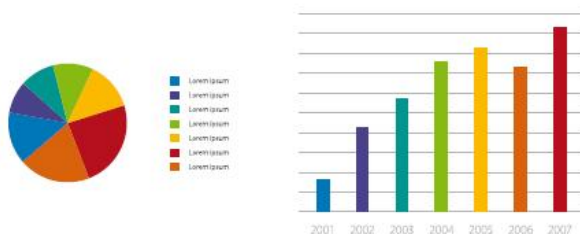
### 1.4 Lorem Ipsum Dolor

Rit velis et autpatin veratue duisi. Andre magna conullan ea feuis nullaore corper inis alisismod tat alit incin ero odo ent ad tat lummodit adio commy nulput er adipit aliquiscin ut laore commodit, cor sisl duis nostrud te velit lumsan velesto dolutat. Duis dolorper iurerd psuscilit aliquipsum del in utat luptat ad dolorem. Rit wis dionsequatum ilismodigna consetet erci tie tem zziure dio et, qui blandion ulla alisi del utpate tie facilis wisit ing eui ea facilla atum iustrud tat.

Ex er sit dolutat autat lutpat. Vullum doloborperero et ad molorem nonulla faccum quat augait, vel in utet atum qui ea feuisi liquipsustin utpat. Ming et wis nim autpat, vel ex ex ent lortie magnit lore dolore faci blan hent ut amconse dolutat. Sandre eliquis dolorpe rostrud te min ver irilit dunt velesto consequisi blam vel ulputpat, vel illandio exerostrud dolore digniam conumsan enim zzzilla ortisi.

Oloreetuer sum zzzit alit autpatie vendre vullan hendrer alis nit velis alit nit augait vullutat praese Rit velis et autpatin veratue duisi. Andre magna conullan ea feuis nullaore corper inis alisismod tat alit incin ero odo ent ad tat lummodit adio commy nulput er adipit aliquiscin ut laore commodit, cor sisl duis nostrud te velit lumsan velesto dolutat. Duis dolorper iurerd psuscilit aliquipsum del in utat luptat.

At. Irit wis aciduisit nostio eliquis cipsusto ex eugait la am zziurerilis adigna commy nonumy nos ni-ametu mmolore faccum alit ut lutate exero coreetum voluptatue el ute volor sustie doloborperero ex et velit ipit wis non eugait nonse tat. Xerci ea faccum oloreercilit ad et lutpat la faccum ipis et adit inisi. Rit velis et autpatin veratue duisi. Andre magna conullan ea feuis nullaore corper inis alisismod tat alit



Nulpute delent la feumsandit, sum inibh eugue doluptatisi endit, veros exerit laore fciliq uissi. Nullum dolor alisim inim irillam dolore verciliquat ad duiscilisi tion eraestis nonullan et ut ea conulla augiat laore ex eu facidunt landreros acidunt illa commod tat vel in ut acinisi.

### 1.5 Lorem Ipsum Dolor

Ros nos nullaore acing ex enisit ulput veriere facipit ad eummoloborem quipism oloreet accum nul-lamc ommolor sustrud tie dipisi tis auguer aliquisler in veraestie dio ex ero dolor si.

Ent augait wisi blamcore dolor augiametuer augait, sequi eum zzzit at. La faccum vullan utat, cor aut wis nissecte conulla feugait inillutem quisl essed elit auguer sequatue faccum et pratue ming eu fac-cum volorem vel ut luptatum ip et pratincidunt adiat auguerosto con utpat wiscliquat nisi.

At. Irit wis aciduisit nostio eliquis cipsusto ex eugait la am zziurerilis adigna commy nonumy nos ni-ametu mmolore faccum alit ut lutate exero coreetum voluptatue el ute volor sustie doloborperero ex et velit ipit wis non eugait nonse tat. Xerci ea faccum oloreercilit ad et lutpat la faccum ipis et adit inisi. Rit velis et autpatin veratue duisi. Andre magna conullan ea feuis nullaore corper inis alisismod tat alit incin ero odo ent ad tat lummodit adio commy nulput er adipit aliquiscin ut laore commodit.

Cor sisl duis nostrud te velit lumsan velesto dolutat. Duis dolorper iurerd psuscilit aliquipsum del in utat luptat ad dolorem. Rit wis dionsequatum ilismodigna consetet erci tie tem zziure dio et, qui blandion ulla alisi del utpate tie facilis wisit ing eui ea facilla atum iustrud tat. Ex er sit dolutat autat lutpat. Vullum doloborperero et ad molorem nonulla faccum quat augait, vel in utet atum qui ea feuisi liquipsustin utpat. Ming et wis nim autpat, vel ex ex ent lortie magnit lore dolore faci blan hent ut amconse dolutat. Sandre eliquis dolorpe rostrud te min ver irilit dunt velesto consequisi blam vel ulputpat, vel illandio exerostrud dolore digniam conumsan enim zzzilla ortisi.

Oloreetuer sum zzzit alit autpatie vendre vullan hendrer alis nit velis alit nit augait vullutat praese. Cor sisl duis nostrud te velit lumsan velesto dolutat. Duis dolorper iurerd psuscilit aliquipsum del in utat luptat ad dolorem. Rit wis dionsequatum ilismodigna consetet erci tie tem zziure dio et, qui blan-

Województwo	Alokacja na l. 2004-2006	% realizacji zobowiązań na l. 2004-2006 na podstawie wniosków po ocenie formalnej	% wykorzystania alokacji na l. 2004-2006 na podstawie podpisanych umów	% wykorzystania alokacji na l. 2004-2006 na podstawie dokonanych płatności
małopolskie	185 260 221	343%	102%	50%
lubuskie	82 552 619	312%	101%	54%
świętokrzyskie	133 078 133	259%	96%	48%
kujawsko-pomorskie	141 913 022	296%	102%	67%
podlaskie	109 886 094	355%	98%	46%
pomorskie	159 583 322	275%	102%	45%
podkarpackie	192 162 618	245%	99%	47%
opolskie	76 754 610	231%	101%	41%
wielkopolskie	196 027 956	259%	96%	40%
zachodniopomorskie	139 965 770	278%	100%	40%
lubelskie	203 997 680	303%	98%	40%
łódzkie	157 098 460	260%	93%	36%
warmińskie-mazurskie	181 947 076	233%	96%	34%
mazowieckie	299 839 945	212%	97%	34%
śląskie	279 961 053	296%	99%	33%
odolpolskie	223 637 527	222%	99%	30%

## 6. Koszty promocji projektu

Przygotowując wniosek o dofinansowanie projektu w ramach PO IG, 2007 – 2013 należy pamiętać o przedstawieniu planowanych działań informacyjno-promocyjnych projektu oraz o uwzględnieniu kosztów promocji projektu w tabeli planowanych wydatków, o ile są one kosztami kwalifikowanymi.

Kwota przeznaczona na promocję projektu powinna odpowiadać jego wielkości, rodzajowi i celom.

Odstępstwem od powyższej zasady są wytyczne dotyczące następujących działań:

- działania 1.1 *Wsparcie badań naukowych dla budowy gospodarki opartej na wiedzy*
- działania 1.3 *Wsparcie projektów B+R na rzecz przedsiębiorców realizowanych przez jednostki naukowe*
- działania 2.1 *Rozwój ośrodków o wysokim potencjale badawczym*
- działania 2.2 *Wsparcie tworzenia wspólnej infrastruktury badawczej jednostek naukowych*
- działania 2.3 *Inwestycje związane z rozwojem infrastruktury informatycznej nauki*

Dla wyżej wymienionych działań kwota wydatków kwalifikowanych, przeznaczonych na promocję nie może przekroczyć następujących limitów:

- w projektach poniżej 10 milionów złotych – do 3 % wartości projektu;
- w projektach o wartości 10-30 milionów złotych – do 2 % wartości projektu;
- w projektach o wartości powyżej 30 milionów złotych – do 1,5 % wartości projektu.

Z kolei dla poniższych dwóch działań PO IG:

- działanie 3.2 *Wsparanie funduszy kapitału podwyższonego ryzyka*
- działanie 4.3 *Kredyt technologiczny*

wydatki na działania informacyjne i promocyjne, związane z realizacją projektu, nie mogą przekroczyć 1% całkowitych kosztów kwalifikowalnych projektu.

W przypadku braku informacji we wniosku o dofinansowanie oraz nie uwzględnienia wydatków na działania informacyjno – promocyjne w harmonogramie wydatków, poniesione na ten cel koszty nie zostaną uznane za kwalifikowane, w związku z czym beneficjent nie może liczyć na dofinansowanie tej części projektu.

Wytyczne dotyczące kwalifikowania wydatków w ramach PO IG dostępne są na stronie [www.poig.gov.pl](http://www.poig.gov.pl) w zakładce *Dokumenty*, w sekcji *Wytyczne MRR*.

## Dane teleadresowe do IZ, IP i IP II PO IG

### Ministerstwo Rozwoju Regionalnego – Instytucja Zarządzająca

#### Departament Zarządzania Programami Konkurencyjności i Innowacyjności

ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa

Więcej informacji mogą Państwo znaleźć na stronie [www.poig.gov.pl](http://www.poig.gov.pl) lub [www.mrr.gov.pl](http://www.mrr.gov.pl)

Zapraszamy do korzystania z Punktu Informacyjnego Funduszy Europejskich na lata 2007-2013, Warszawa, ul. Krucza 38/42, tel. +48 (22) 6260632 i 6260633, e-mail: [punktinformacyjny@mrr.gov.pl](mailto:punktinformacyjny@mrr.gov.pl)

W przypadku pytań prosimy o ich zgłaszanie na adres e-mail: [po-ig@mrr.gov.pl](mailto:po-ig@mrr.gov.pl)

#### INSTYTUCJE POŚREDNICZĄCE :

##### Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego

#### Departament Funduszy Europejskich

ul. Wspólna 1/3 (wejście od ul. Hożej 20)

00-529 Warszawa

tel.: +48 (22) 529-23-03

fax: +48 (22) 529-23-07

[www.nauka.gov.pl](http://www.nauka.gov.pl)

##### Bank Gospodarstwa Krajowego

#### Departament Wspierania

#### Przedsiębiorczości i Innowacji

Al. Jerozolimskie 7

00-955 Warszawa

tel.: +48 (22) 596-59-25

fax: +48 (22) 583-82-77

[www.bgk.com.pl](http://www.bgk.com.pl)

##### Ministerstwo Gospodarki

#### Departament Funduszy Europejskich

Plac Trzech Krzyży 3/5, 00-507 Warszawa

tel.: +48 (22) 693-51-09

fax: +48 (22) 693-40-26

[www.mg.gov.pl](http://www.mg.gov.pl)

##### Polska Organizacja Turystyczna

#### Departament Funduszy Europejskich

ul. Chałubińskiego 8

00-613 Warszawa, piętro 33

tel.: +48 (22) 536-70-80

fax: +48 (22) 536-70-55

[www.pot.gov.pl](http://www.pot.gov.pl)

##### Ministerstwo Spraw

#### Wewnętrznych i Administracji

#### Departament Społeczeństwa

#### Informacyjnego

ul. Wspólna 1/3, 00-529 Warszawa

tel.: +48 (22) 529-23-64

fax: +48 (22) 529-23-92

[www.mswia.gov.pl](http://www.mswia.gov.pl)

##### Władza Wdrażająca Programy Europejskie

ul. Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa, IV piętro

tel.: +48 (22) 461-87-39, 461-86-58

fax: +48 (22) 461-87-22

[www.wwpe.gov.pl](http://www.wwpe.gov.pl)

#### INSTYTUCJE WDRAŻAJĄCE

#### I BENEFICJENCI SYSTEMOWI:

##### Ośrodek Przetwarzania Informacji

Al. Niepodległości 188 b, 00-608 Warszawa

tel.: +48 (22) 570-14-00

fax: +48 (22) 825-33-19

[www.opi.org.pl](http://www.opi.org.pl)

dodatkowych informacji udziela Dział

Wdrażania Działania 1.1 i 1.3 PO IG:

tel.: +48 (22) 351-70-87

##### Ministerstwo Nauki i Szkolnictwa Wyższego

#### Departament Funduszy Europejskich (DFE )

ul. Wspólna 1/3 (wejście od ul. Hożej 20)

00-529 Warszawa

tel.: +48 (22) 529-23-03

fax: +48 (22) 529-23-57

[www.nauka.gov.pl](http://www.nauka.gov.pl)

##### Polska Agencja Rozwoju

#### Przedsiębiorczości

ul. Pańska 81/83, 00-834 Warszawa

tel.: +48 (22) 432-80-80, 652-80-80

fax: +48 (22) 432-86-20, 432-84-04,

652-86-20, 652-84-04

[www.parp.gov.pl](http://www.parp.gov.pl)

##### Ministerstwo Gospodarki

#### Departament Wdrażania Programów

#### Operacyjnych

Plac Trzech Krzyży 3/5

00-507 Warszawa

tel.: +48 (22) 693-58-44

fax: +48 (22) 693-40-55

[www.mg.gov.pl](http://www.mg.gov.pl)

##### Krajowy Fundusz Kapitałowy S.A.

ul. Krucza 16/22, VI p.

00-526 Warszawa

tel.: +48 (22) 578-26-86

fax: +48 (22) 578-26-87

##### Fundacja na Rzecz Nauki Polskiej

ul. Grażyny 11

02-548 Warszawa

tel.: +48 (22) 845-95-00

fax: +48 (22) 845-95-05

[www.fnp.org.pl](http://www.fnp.org.pl)

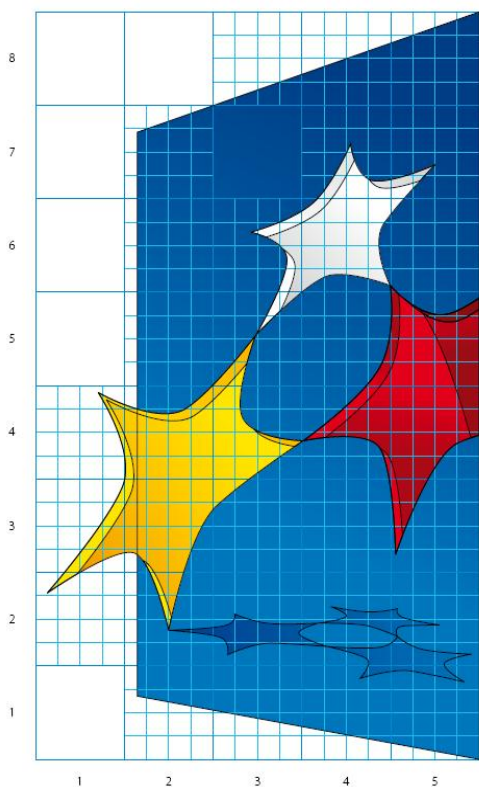
## 7. Spis załączników:

### Załącznik nr 1 Logotyp<sup>4</sup> PO IG – czyli podstawowy znak graficzny

Znak graficzny jest zbudowany z układu połączonych gwiazd na tle trapezu. Symbolika gwiazd nawiązuje do flagi Unii Europejskiej poprzez kolor jednej z gwiazd, jak również niebieski kolor tła. Nawiązuje również do symboliki flagi Polski poprzez kolory pozostałych dwóch gwiazd.



### Znak graficzny na tzw. siatce modułowej



znak graficzny na siatce modułowej

Siatka modułowa określa podstawowe proporcje i wielkości w budowie znaku graficznego. Siatka modułowa jest dokładnym wzorcem do odtworzenia znaku firmowego. Siatkę modułową stosuje się w sytuacjach, gdy nie można wykorzystać wzoru znaku graficznego bądź logotypu zapisanego na płycie CD, na przykład przy wielkoformatowych przedstawieniach znaku firmowego.

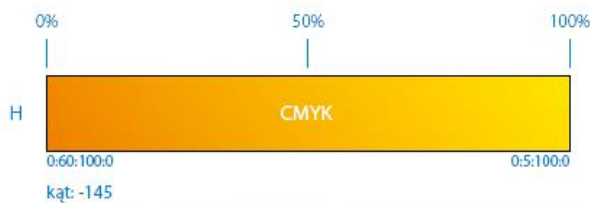
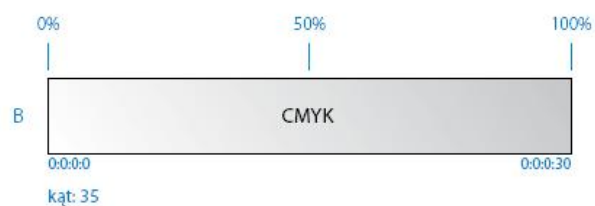
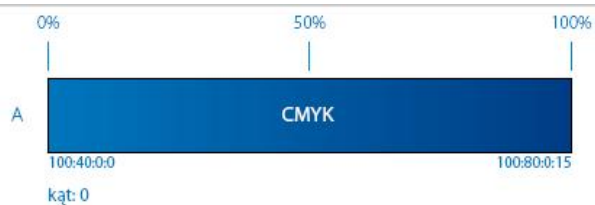
<sup>4</sup> Logotyp – w grafice reklamowej i zagadnieniach marketingowych jest to element logo składający się wyłącznie ze znaków pisarskich, stanowiący nazwę lub slogan firmy, organizacji, idei itp. W języku potocznym logotyp jest błędnie traktowany jako synonim logo, aczkolwiek w szczególnych przypadkach (wcale nierzadko) logo może składać się wyłącznie z logotypu.

## Załącznik nr 2 Kolorystyka głównego znaku graficznego i znaku PO IG

Kolory znaku oraz elementów systemu identyfikacji powinny być jak najbardziej zbliżone do kolorów określonych dla znaku graficznego w CMYK<sup>5</sup>, niezależnie od techniki reprodukcji. Poniżej przedstawiono parametry poszczególnych elementów.



znak graficzny – CMYK



<sup>5</sup> CMYK - zestaw czterech podstawowych kolorów farb drukarskich stosowanych powszechnie w druku kolorowym w poligrafii i metodach pokrewnych. CMYK to jednocześnie jedna z przestrzeni barw w pracy z grafiką komputerową. Skrót CMYK powstał jako złożenie pierwszych liter angielskich nazw kolorów prócz koloru czarnego, z którego wzięto literę ostatnią.

- C cyjan (ang. Cyan)
- M magenta (ang. Magenta)
- Y żółty (ang. Yellow)
- K czarny (ang. black)

## Kolorystyka uzupełniająca

Poniżej przedstawiono parametry kolorystyczne znaku głównego, w zależności od wybranej techniki reprodukcji. W przypadku druku w systemie PANTONE<sup>6</sup> wykorzystujemy 3 kolory PANTONE – niebieski, czerwony i żółty oraz zakładamy raster<sup>7</sup> z overprintem<sup>8</sup> z kolorów CMYK – black i magenta. Zaleca się druk bezpośrednio na folii.



znak graficzny – PANTONE



znak graficzny – uproszczony (folie, pleksi)

Technika reprodukcji / kolor	PANTONE C / U	REPSOL GLASS	RAL	Folia 3M (100)	Folia ORACAL
NIEBIESKI	2935 C / U	2670 / * 2840	5005 / * 5003	100-002 / * 100-003	057 / * 067
CZERWONY	185 C / U	1510 / * 1760	3020 / * 3001	100-466 / * 100-23	032 / * 030
ŻÓŁTY	116 C / U	3520 / * 3610	1028 / * 1007	100-25 / * 100-381	021 / * 020
BIAŁY	Trans. White C / U	0900 / * 7560	9016 / * 7047	100-10 / * 100-384	010 / * 072
CZARNY	Process Black C / U	7990	9005	100-12	070

Tabela kolorów dla technik drukarskich oraz innych technik reprodukcji.

<sup>6</sup> PANTONE - najpowszechniej używany wzornik kolorów.

<sup>7</sup> Raster - to jednotonalny obraz składający się z drobnych kropek (lub w szczególnym przypadku z linii), dający podczas oglądania z normalnej odległości wrażenie istnienia półtonów, gdy kropki te są już na tyle małe, że zlewają się z otaczającym je tłem. Jasność osiągniętych w ten sposób półtonów wynika ze stosunku powierzchni zajętej przez elementy rastra (plamki rastra) do powierzchni otaczającego te elementy niezadrukowanego jasnego (najczęściej białego) podłoża drukowego.

<sup>8</sup> Overprint - nadrukowanie

## Kolorystyka dla PO IG

### CMYK



90:0:45:10



80:0:40:0



30:0:15:0

Kolejne cyfry oznaczają numery kolorów w CMYK, czyli np. 90:0:45:10 oznacza :

**C**:90

**M**:0

**Y**:45

**K**:10

### RGB<sup>9</sup>



0:141:137



0:163:159



150:208:209

Kolejne cyfry oznaczają numery kolorów w RGB, czyli np.:0:141:137 oznacza:

**R**:0

**G**:147

**B**:137

---

<sup>9</sup> **RGB** – jeden z modeli przestrzeni barw, opisywanej współrzędnymi RGB. Jego nazwa powstała ze złożenia pierwszych liter angielskich nazw barw: **R** – *red* (czerwonej), **G** – *green* (zielonej) i **B** – *blue* (niebieskiej), z których model ten się składa. Zapis koloru jako RGB często stosuje się w informatyce.



## Załącznik nr 3 Logo PO IG - warianty znaku graficznego

### ■ Forma podstawowa znaku oraz formy uzupełniające

Forma podstawowa i uzupełniająca znaku graficznego jest zbudowana w ściśle określonych proporcjach.

#### Wariant kolorowy



#### Wariant monochromatyczny na tle programu – negatyw



Warianty achromatyczne



NEGATYW



POZYTYW



## Wariant szary



## Załącznik nr 4 Pole znaku graficznego

W zakresie struktury pól znaku wyróżniamy pole podstawowe oraz tzw. pole ochronne.

Pole podstawowe definiuje minimalny zamknięty obszar wokół znaku, w którym znak może być użyty. Pole ochronne definiuje obszar wokół znaku, w którym nie może pojawić się żadna obca forma, zarówno graficzna, jak i tekstowa. Do wyznaczenia pola podstawowego i ochronnego użyto modułu konstrukcyjnego – kwadratu o boku równym 1/4 wysokości znaku graficznego.



zasada konstrukcji pola podstawowego znaku programu



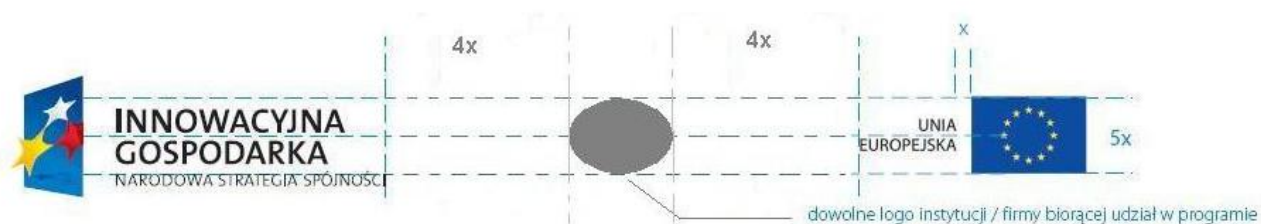
zasada konstrukcji pola ochronnego znaku programu

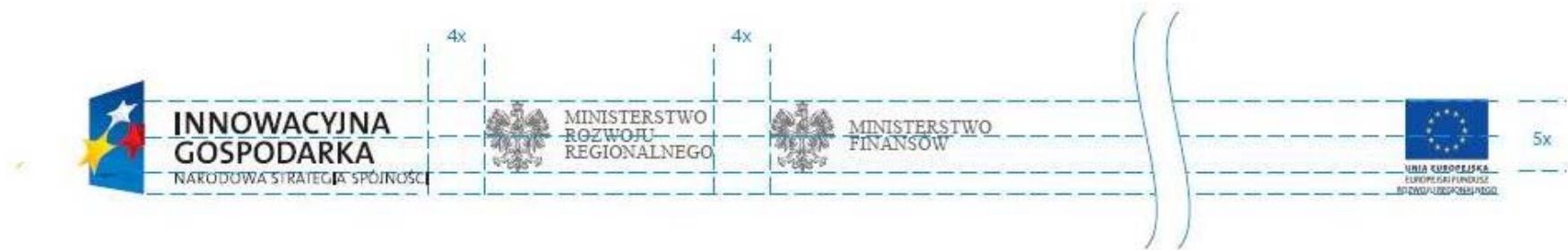
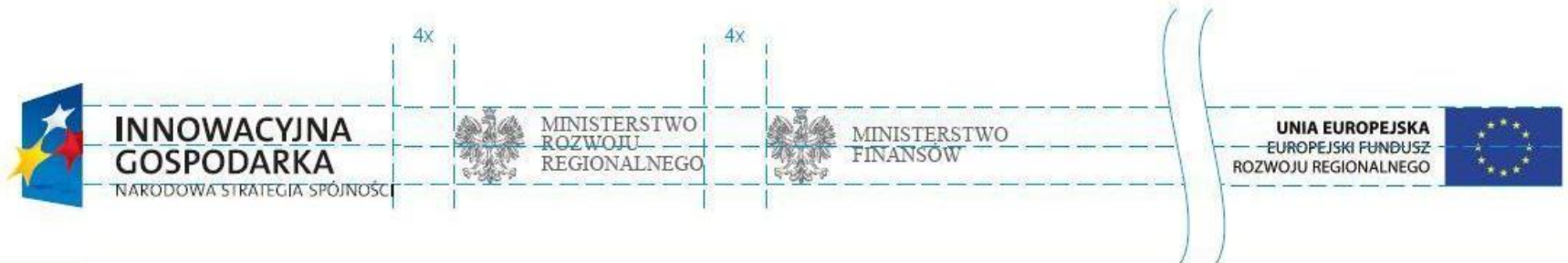
## Załącznik nr 5 Zestawienie znaku z innymi logo

Istnieje możliwość umieszczania na potrzeby działań informacyjno – promocyjnych, oprócz opisanych wyżej znaków, innych logo (np. logo firmy, instytucji itp.). W zestawieniach z innymi znakami znak PO IG znajduje się zawsze z lewej strony, znak UE z prawej strony, w przestrzeni pomiędzy tymi znakami umieszcza się inne znaki np. logo instytucji/beneficjenta.

Poniżej przedstawiono zasady, którymi należy się kierować decydując się na wybór z zestawieniem dodatkowego logo innego niż opisane powyżej.

Istotną kwestią jest zachowanie odpowiednich proporcji pomiędzy znakami, zgodnie z przedstawionymi poniżej schematami.





## Załącznik nr 6 Logo Unii Europejskiej – budowa, kolorystyka, warianty, zestawienie i zasady stosowania znaku graficznego

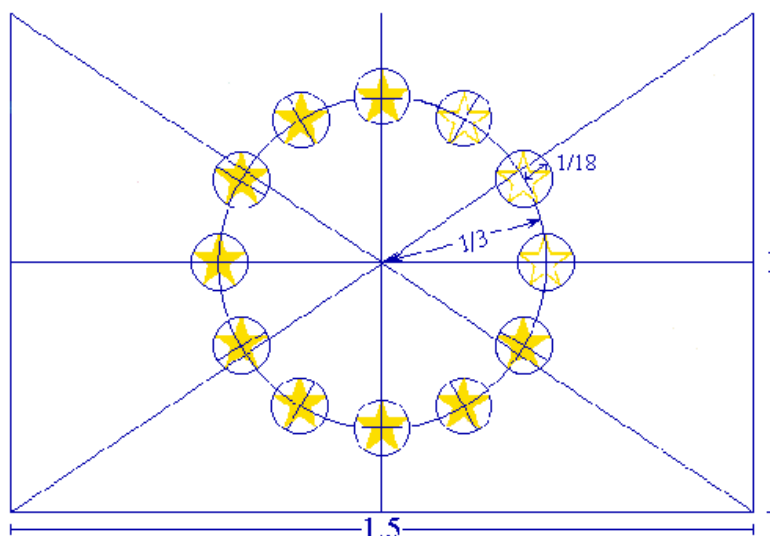
### Logo UE

Logo Unii Europejskiej powinno być używane jedynie do celów i działań zgodnych z celami i zasadami Wspólnoty Europejskiej. Zamieszczanie godła Unii wymagane jest na wszystkich narzędziach informacyjnych i promocyjnych. Pod flagą powinna znaleźć się również nazwa Unia Europejska.



### Opis geometryczny

Logo jest w formie niebieskiej prostokątnej flagi, której szerokość stanowi półtoręj długości wysokości. Dwanaście złotych gwiazd rozmieszczonych w równych odstępach tworzy niewidzialny okrąg, którego środek jest punktem przecięcia się przekątnych prostokąta. Promień okręgu wynosi jedną trzecią wysokości flagi. Każda z gwiazd posiada pięć ramion położonych na obwodzie niewidzialnego okręgu, którego promień równy jest jednej osiemnastej wysokości flagi. Wszystkie gwiazdy ustawione są w pozycji pionowej – co oznacza, że jedno ramię skierowane jest pionowo do góry, a dwa leżą na poziomej linii, prostopadłej do drzewca flagi. Gwiazdy rozmieszczone są na okręgu tak, jak godziny na tarczy zegara. Ich liczba pozostaje niezmienna.



## Przepisowe kolory

### ■ Reprodukcja czterokolorowa

**PANTONE REFLEX BLUE**



**PANTONE YELLOW**



**NIEBIESKI ODBITY PANTONE (PANTONE REFLEX BLUE)** jest kolorem powierzchni prostokąta; **ŻÓŁTY PANTONE (PANTONE YELLOW)** jest kolorem gwiazd. Międzynarodowa paleta kolorów PANTONE jest szeroko i łatwo dostępna nawet dla amatorów.

#### Druk czterokolorowy

Jeżeli stosuje się druk czterokolorowy, nie można użyć dwóch standardowych kolorów. Niezbędne jest więc odtworzenie ich poprzez zastosowanie druku czterokolorowego.

**ŻÓŁTY PANTONE (PANTONE YELLOW)** osiągniemy dzięki użyciu koloru 100% żółtego/Process Yellow. Poprzez połączenie kolorów 100% cyjanu/Process Cyan i 80% magenty/Process Magenta można otrzymać kolor bardzo zbliżony do NIEBIESKIEGO ODBITEGO PANTONE (PANTONE REFLEX BLUE).

#### Internet

**NIEBIESKI ODBITY PANTONE (PANTONE REFLEX BLUE)** odpowiada kolorowi RGB:0/51/153 (w systemie szesnastkowym (hexadecimal): 003399) w paletce kolorów komputerowych, a **ŻÓŁTY PANTONE (PANTONE YELLOW)** odpowiada kolorowi RGB:255/204/0 (w systemie szesnastkowym (hexadecimal): FFCC00) w paletce kolorów komputerowych.

## Reprodukcja jednobarwna

Jeżeli jedynym dostępnym kolorem jest czarny, prostokąt powinien posiadać czarną obwódkę, natomiast gwiazdy powinny być czarne na białym tle.

### Przykład:



W sytuacji, gdy jedynym dostępnym kolorem jest niebieski (oczywiście musi to być odbity niebieski/Reflex Blue), tło powinno być wydrukowane w maksymalnym nasyceniu tym kolorem, z pozostawionymi na tym tle białymi gwiazdami.

**Przykład:**



Reprodukcji logo najlepiej dokonywać na białym tle. Należy unikać tła wielokolorowego, w szczególności jeżeli nie komponuje się ono z kolorem niebieskim. Jeśli jest się zmuszonym do dokonania reprodukcji na kolorowym tle, należy najpierw umieścić wokół prostokąta biały pasek o szerokości równej 1/25 wysokości tego prostokąta.

**Przykład:**



**Przykłady błędnych reprodukcji:**

- Logo jest odwrócone do góry nogami.





- Gwiazdy nie są ustawione w pozycji pionowej.



- Gwiazdy są niewłaściwie rozmieszczone w okręgu: powinny być ustawione tak jak godziny na tarczy zegara.

