



Ministerstwo
Funduszy
i Polityki Regionalnej

Strategia Promocji i Informacji Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności



KRAJOWY
PLAN
ODBUDOWY



Rzeczpospolita
Polska

Sfinansowane przez
Unię Europejską
NextGenerationEU



maj 2022 r.

Spis treści

1.	Wprowadzenie	2
2.	Do kogo jest skierowany ten dokument?	2
3.	Sytuacja wyjściowa i kierunki działań	2
4.	Cele komunikacji	3
5.	Grupy docelowe	4
6.	Podmioty prowadzące działania komunikacyjne	4
7.	Podejście do komunikacji KPO	5
8.	Narzędzia i kanały komunikacji	8
9.	Działania obowiązkowe instytucji i odbiorców wsparcia	10
10.	Zasady wizualizacji i ekspozycji źródła finansowania KPO	12
11.	Ewaluacja	12
12.	Finansowanie	13

1. Wprowadzenie

Komunikacja w zakresie Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności (KPO) w Polsce koncentruje się na informowaniu o ofercie wsparcia oraz możliwościach z nim związanych, przedsięwzięciach, rezultatach, a także o założeniach Europejskiego Instrumentu na rzecz Odbudowy i Zwiększania Odporności (ang. *Recovery and Resilience Facility*—RRF) w ramach Europejskiego Funduszu Odbudowy (ang. *Next Generation EU*), którego celem jest przywracanie na odpowiednie tory rozwoju krajów członkowskich i Unii Europejskiej po kryzysie spowodowanym pandemią COVID-19.

Skuteczna komunikacja pomaga w sprawnym i efektywnym wykorzystaniu środków dostępnych z różnych instrumentów europejskich dla rozwoju kraju, a także zapewnia transparentność wydatkowania tych środków—wskazuje możliwości, wspiera realizację przedsięwzięć, a także pokazuje ich efekty i znaczenie.

Celem komunikacji jest budowanie świadomości społeczeństwa o roli i wartości dodanej wsparcia z budżetu Unii Europejskiej w tym zakresie oraz na temat wartości takich jak m.in. współpraca i solidarność, które leżą u podstaw KPO.

Komunikacja na temat KPO będzie prowadzona spójnie i komplementarnie z komunikacją na temat instrumentów wsparcia z polityki spójności, funkcjonujących w Polsce pod marką Fundusze Europejskie (FE), a w uzasadnionych przypadkach łącznie.

System komunikacji KPO obejmuje:

- Strategię Promocji i Informacji KPO, która określa zasady prowadzenia działań informacyjno-promocyjnych KPO,
- załącznik do Strategii Promocji i Informacji KPO określający zasady stosowania oznaczeń graficznych—Księga Identyfikacji Wizualnej KPO.

Obecnie w Polsce realizowany jest także system komunikacji funduszy europejskich, określony przez Strategię komunikacji Funduszy Europejskich na lata 2021–2027 i te dwa systemy powinny działać wspólnie, nie zakłócać się, a także wzajemnie wspierać (dając efekt synergii).

2. Do kogo jest skierowany ten dokument?

Działania komunikacyjne w zakresie KPO są koordynowane przez Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej i prowadzone wraz z innymi resortami oraz podmiotami zaangażowanymi w realizację KPO, Komisją Europejską, a także we współpracy z partnerami społecznymi, gospodarczymi, organizacjami pozarządowymi i odbiorcami wsparcia.

Strategia Promocji i Informacji KPO obowiązuje wszystkich interesariuszy i odbiorców wsparcia KPO, a efektywność działań informacyjno-promocyjnych nt. KPO będzie wynikiem współpracy, wzajemnego respektowania przyjętych założeń komunikacyjnych oraz dbałości o najwyższe standardy realizacji zadań.

3. Sytuacja wyjściowa i kierunki działań

KPO jest odpowiedzią Unii Europejskiej na pandemię COVID-19. Wsparcie z RRF ma charakter dodatkowy w stosunku do wsparcia udzielanego z innych funduszy oraz programów unijnych i musi być z nimi spójne oraz skoordynowane.

Działania w ramach KPO koncentrują się na interwencjach, które przyczyniać się będą do pobudzenia gospodarki, inwestycji, wzrostu gospodarczego oraz zatrudnienia. W KPO zaplanowano realizację reform i inwestycji w tych obszarach, które są najbardziej istotne z punktu widzenia konieczności odbudowy gospodarki po pandemii spowodowanej COVID-19, ale także w tych, które tworzą trwałe podwaliny pod budowę zdrowej gospodarki odpornej na kolejne wstrząsy. W związku z tym środki dostępne dla Polski w formie grantów oraz pożyczek zostały rozdysponowane między sześć komponentów KPO:

- 1) odporność i konkurencyjność gospodarki;
- 2) zielona energia i zmniejszenie energochłonności;
- 3) transformacja cyfrowa;
- 4) efektywność, dostępność i jakość systemu ochrony zdrowia;
- 5) zielona, inteligentna mobilność;
- 6) poprawa jakości instytucji i warunków realizacji KPO.

Realizacja przedsięwzięć w ramach tych komponentów oznacza wsparcie na rzecz samorządów, przedsiębiorców, instytucji publicznych, organizacji pozarządowych oraz innych podmiotów społecznych i gospodarczych. W każdym komponencie ujęto także działania na rzecz spójności terytorialnej—w zależności od zidentyfikowanych problemów—adresowane do obszarów wiejskich, miast, czy też obszarów szczególnie dotkniętych pandemią COVID-19, gdzie występuje kumulacja problemów społeczno-gospodarczych.

Z KPO mogą zostać sfinansowane inwestycje, które rozpoczęły się po 1 lutego 2020 r., jednak ich realizacja musi się zakończyć nie później niż w sierpniu 2026 r., a rozliczeniu podlegają faktycznie osiągnięte cele.

Organiczenie czasu realizacji planu oraz różnorodne obszary wsparcia mogą zwiększać wrażenie dużej dynamiki przedsięwzięć oraz ich mnogości. Spójna narracja, systematyczna i rzetelna komunikacja będą niezbędne do utrzymania transparentności realizacji KPO zarówno w zakresie zamierzeń jak i osiągniętych rezultatów. Działania te muszą być realizowane przez:

- 1) instytucję koordynującą—działania horyzontalne;
- 2) instytucje odpowiedzialne za inwestycje (IOI) lub reformy (IOR) lub oraz ich jednostki wspierające (JW) - —działania dotyczące poszczególnych inwestycji/reform;

ale też w dużej mierze przez:

- 3) ostatecznych odbiorców wsparcia z KPO, realizujących przedsięwzięcia—działania koncentrować się będą na komunikacji o samych przedsięwzięciach, ich efektach oraz źródle pochodzenia wsparcia i korzyściach, jakie za sobą niesie.

4. Cele komunikacji

Cel strategiczny komunikacji:

Komunikacja wspiera realizację celu strategicznego KPO,
jakim jest odbudowa potencjału rozwojowego gospodarki utraconego
w wyniku pandemii oraz wsparcie budowy trwałej konkurencyjności gospodarki i wzrost poziomu
życia społeczeństwa.

Szczegółowe cele komunikacji:

- zapewnienie wysokiej świadomości nt. działań rozwojowych kraju realizowanych przy pomocy Funduszy Europejskich i wskazanie roli, jaką odgrywa w tym Unia Europejska,
- aktywizacja do sięgania po środki z KPO,
- wsparcie w realizacji przedsięwzięć w ramach KPO.

5. Grupy docelowe

Odbiorcami komunikacji na temat KPO są mieszkańcy całej Polski. Kryterium podziału grup docelowych jest rodzaj zaangażowania odbiorców w realizację działań ujętych w KPO, co determinuje cel komunikacji.

Ze względu na cel strategiczny i cele szczegółowe Strategii, komunikacja kierowana jest do następujących grup docelowych:

- **potencjalni odbiorcy wsparcia**—obejmuje wszystkie podmioty i instytucje posiadające potencjał do realizacji przedsięwzięć z KPO, tj.: rolnicy, przedsiębiorstwa, jednostki samorządu terytorialnego, instytucje publiczne oraz podmioty spoza systemu administracji publicznej (np. podmioty społeczne, stowarzyszenia, organizacje pozarządowe), jednostki B+R+I,
- **ogół społeczeństwa** (wszyscy obywatele)—mieszkańcy Polski, którzy są obserwatorami zachodzących zmian i jednocześnie odbiorcami korzyści wynikających z wdrażania KPO.

Wyżej wymienione grupy nie są rozłączne. Do ogółu społeczeństwa zaliczamy również potencjalnych lub ostatecznych odbiorców wsparcia, a także przedstawicieli mediów, partnerów społecznych i gospodarczych, organizacji społeczeństwa obywatelskiego oraz środowisk opiniotwórczych. Odgrywają oni ważną rolę w całym procesie komunikacji poprzez jej wzmacnianie, ułatwianie dotarcia do wąskich segmentów odbiorców (nisze) oraz uwiarygodnianie przekazu.

6. Podmioty prowadzące działania komunikacyjne

Za prowadzenie działań informacyjnych i promocyjnych KPO odpowiedzialne są:

- 1) instytucja koordynująca;
- 2) instytucje odpowiedzialne za reformy lub inwestycje;
- 3) jednostki wspierające;
- 4) ostateczni odbiorcy wsparcia.

Do zadań instytucji koordynującej należy w szczególności:

- 1) informowanie ogółu społeczeństwa o możliwościach, korzyściach i oczekiwanych efektach KPO;
- 2) koordynowanie działań komunikacyjnych prowadzonych przez instytucje odpowiedzialne za reformy lub inwestycje;
- 3) zapewnienie spójnych zasad wizualizacji KPO;

- 4) zapewnienie serwisu internetowego nt. KPO.

Do zadań instytucji odpowiedzialnej za reformy lub inwestycje oraz jednostki wspierającej należy w szczególności:

- 1) informowanie ogółu społeczeństwa o możliwościach, korzyściach i oczekiwanych efektach KPO w odniesieniu do reformy lub inwestycji;
- 2) aktywizowanie potencjalnych odbiorców wsparcia;
- 3) wspieranie odbiorców wsparcia w realizacji inwestycji;
- 4) zapewnienie wypełniania i kontrola obowiązków informacyjnych i promocyjnych spoczywających na odbiorcach wsparcia.

Do zadań ostatecznych odbiorców wsparcia należy prowadzenie działań komunikacyjnych na temat realizacji przedsięwzięcia, o postępach, osiągniętych rezultatach oraz źródle pochodzenia środków.

7. Podejście do komunikacji

Idea przewodnia KPO

Elementem nadrzędnym przy tworzeniu działań komunikacyjnych i poszczególnych komunikatów jest idea przewodnia.

Idea przewodnia stanowi punkt wyjścia wszystkich działań informacyjnych i promocyjnych. **Nie jest ona gotowym do stosowania hasłem ani komunikatem.** Pomaga osiągać spójność komunikacji oraz skutecznie docierać do odbiorcy. Integruje wszystkie podmioty prowadzące działania informacyjne i promocyjne KPO w tym:

- ułatwia zrozumienie celu podejmowanych działań,
- umożliwia utrzymanie spójności przesłania, a adresatom zrozumienie go,
- sprzyja łączeniu informacji, tworzy dla nich kontekst i ułatwia ich interpretację w zgodzie z ich znaczeniem,
- gwarantuje, że wspólne założenia nie będą podlegały celom osobistym lub lokalnym.

Idea przewodnia komunikacji na temat KPO brzmi:

Mierząc się z kryzysem stawiamy na bezpieczną przyszłość.

Naszym celem jest nowoczesna i odporna na przyszłe kryzysy gospodarka zapewniająca wysoki komfort życia wszystkich Polaków, jak i pozostałych obywateli Unii Europejskiej. Łagodząc społeczne i gospodarcze skutki kryzysu spowodowanego pandemią COVID-19 wzmacniamy spójność gospodarczą, społeczną i terytorialną Polski i Unii Europejskiej. Wychodzimy silniejsi z kryzysu. Zwiększamy odporność i zdolności dostosowawcze, wspieramy zieloną i cyfrową transformację, a także dostępność i jakość systemu ochrony zdrowia.

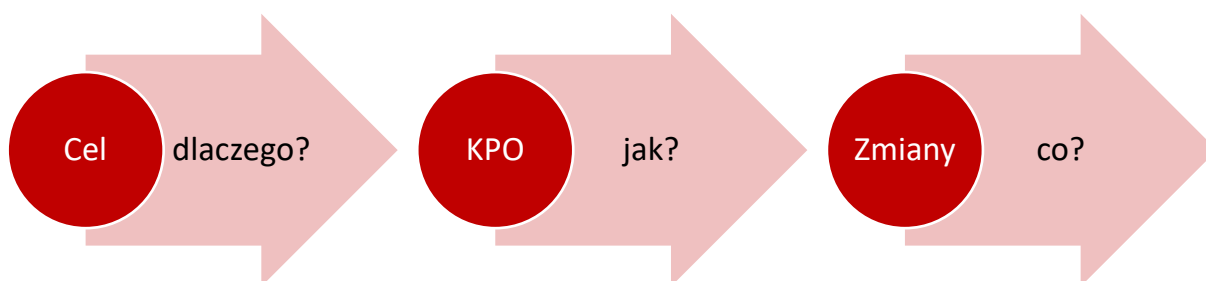
Co jest przedmiotem komunikacji

W zależności od instytucji prowadzącej komunikację, przedmiotem komunikacji ma być KPO, poszczególne inwestycje oraz ich efekty.

W uzasadnionych przypadkach, gdy specyfika reform wymaga szerokiego komunikowania, gdy działania komunikacyjne przełożą się i będą miały wpływ na efektywność wdrażanych reform, przedmiotem komunikacji mogą być również konkretne reformy.

Formułowanie przekazu KPO

Na schemacie przedstawiono zasady formułowania przekazu na temat wsparcia pochodzącego z Funduszy Europejskich, w tym KPO. Jest to uniwersalny schemat zarówno dla działań informacyjnych, jak i promocyjnych, kierowanych do wszystkich grup docelowych.



Rysunek 1. Schemat formułowania przekazu na temat KPO

Przekaz na temat inwestycji lub ewentualnie reformy formułowany jest w oparciu o treści zawarte w zaprezentowanej poniżej tabeli (Tabela 1).

W ostatnim wierszu tabeli zostały umieszczone przykłady oczekiwanych efektów inwestycji (korzyści). Ta sekcja może podlegać modyfikacji lub być rozszerzana zgodnie z realizowanymi reformami, inwestycjami i wynikającymi z nich korzyściami.

Tabela 1. Treści przekazu KPO/reformy/inwestycje

Cele (dlaczego KPO jest realizowany?)	<ul style="list-style-type: none"> • niwelowanie negatywnych skutków kryzysu • przygotowanie gospodarki na przyszłe kryzysy
KPO (jak KPO osiąga cele?)	<ul style="list-style-type: none"> • wspieranie reform i powiązanych z nimi inwestycji • dodatkowe środki z budżetu europejskiego (Next Generation EU) • wsparcie już rozpoczętych inwestycji • środki bezzwrotne oraz komponent pożyczkowy
Komponenty	<ul style="list-style-type: none"> • odporność i konkurencyjność gospodarki • zielona energia i zmniejszenie energochłonności

(w jakich obszarach gospodarki i rozwoju oddziałuje KPO)	<ul style="list-style-type: none"> • transformacja cyfrowa • efektywność, dostępność i jakość systemu ochrony zdrowia • zielona, inteligentna mobilność • poprawa jakości instytucji i warunków realizacji KPO
<p>Zmiany Inwestycje-> Korzyści (co powstaje dzięki KPO?) Uwaga: Oczekiwane efekty</p>	<p>Ten katalog jest przykładowy i otwarty, a w trakcie realizacji musi być ściśle powiązany z realizowaną inwestycją lub ew. reformą, np.:</p> <ul style="list-style-type: none"> • wzrost poziomu PKB • zwiększenie liczby miejsc pracy • zwiększenie zasobów pracowniczych i umiejętnościowych • wzrost kapitału produkcyjnego • większa efektywność i dostępność systemu ochrony zdrowia • zielona gospodarka • zwiększenie wykorzystania alternatywnych źródeł energii • efektywniejsze zużycie energii • skuteczniejsza adaptacja do zmian klimatu • zmniejszenie stopnia degradacji środowiska • poprawa dostępności do szybkiego internetu • rozwój e-usług • bezpieczne korzystanie z internetu i przesyłu danych • wyższa jakość i lepszy dostęp do usług zdrowotnych • wzmocnienie możliwości szybkiego reagowania systemu ochrony zdrowia na zagrożenia epidemiczne • wzmocnienie krótkich łańcuchów dostaw • rozwój przedsiębiorczości • rozwój infrastruktury laboratoryjno-analitycznej jednostek B+R+I • zwiększenie dostępności do infrastruktury wodno-kanalizacyjnej na obszarach wiejskich • poprawa gospodarowania wodą • zmniejszenie obciążeń administracyjnych i regulacyjnych przedsiębiorstw

Komunikujemy w oparciu o oczekiwane korzyści

Komunikowanie istniejących oraz spodziewanych efektów jest zadaniem wszystkich uczestników procesu realizacji KPO.

Podmioty prowadzące komunikację na temat KPO, inwestycji lub reform i ich efektów muszą kierować się podstawową zasadą, według której **środki finansowe prezentowane tylko jako pieniądze nie stanowią wyłączonej korzyści i nie powinny być tak przedstawiane**. Ostateczną korzyścią uzyskaną dzięki tym środkom są efekty reform/inwestycji i konkretnych przedsięwzięć, które przyczyniają się do poprawy szeroko rozumianej jakości życia społeczeństwa i zwiększenia odporności gospodarki po kryzysie wywołanym pandemią. To one muszą stanowić główną oś komunikatów.

Zasada równego dostępu i dostępnego przekazu

Przedsięwzięcia realizowane ze wsparciem KPO muszą być prowadzone zgodnie z zasadami równości szans i niedyskryminacji oraz kryteriami dostępności i uniwersalnego projektowania. W komunikacji należy podkreślać, że przedsięwzięcia te przyczyniają się do zwiększania dostępności produktów i usług w przestrzeni publicznej. Dlatego też planujemy i realizujemy działania na temat KPO, które jednocześnie:

- 1) są zgodne z horyzontalnymi zasadami Unii Europejskiej, tj. promują równość szans mężczyzn i kobiet, dostępności przedsięwzięć, inwestycji, reform dla osób z niepełnosprawnościami, promują partnerstwo, zapobiegają dyskryminacji;
- 2) w miarę możliwości i dostępności narzędzi uwzględniają potrzeby wszystkich odbiorców. Tworzymy przekazy, które mają być dostępne dla osób z różnymi ograniczeniami sprawności. Stosujemy środki, które są adekwatne do różnych rodzajów niepełnosprawności oraz spełniają ich specyficzne potrzeby.

Styl komunikacji

Odbiorcami korzyści dostarczanych przez realizację KPO są wszyscy obywatele. Dlatego też styl komunikacji dotyczącej KPO opieramy o relację z odbiorcą. Forma komunikacji jest partnerska i zarazem profesjonalna, z szacunkiem do drugiej strony. Ważne, aby nie tworzyć niepotrzebnego dystansu.

Profesjonalizm w komunikacji nie jest jednoznaczny ze sztywnym tonem. Wartość i znaczenie komunikatów kształtujemy przez dzielenie się fachową wiedzą, ale nie za pomocą formalnego i nieprzystępnego języka.

Forma bezpośrednia i nieformalny styl są wskazane w sytuacji, gdy jej użycie sprzyja efektywnej komunikacji i budowaniu relacji.

W każdej formie komunikacji obowiązkowe jest stosowanie prostego języka. Zapewnia on efektywną komunikację i dostępność.

W komunikacji będziemy odzwierciedlać różnorodność społeczeństwa, bez wykluczania grup społecznych (zasada włączenia społecznego).

8. Narzędzia i kanały komunikacji

Dotarcie do odbiorców komunikacji KPO odbywać się będzie z wykorzystaniem narzędzi wymienionych w Tabeli 2. Z katalogu narzędzi przyjętego w horyzontalnej Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich na lata 2021–2027 zostały wybrane te, które są użyteczne w prowadzeniu działań informacyjno-promocyjnych KPO, a także zapewniają docieranie z przekazem do szerokich grup opinii publicznej oraz wspierają budowanie rozpoznawalności działań i efektów z realizacji KPO.

Planując komunikację, należy jednak mieć na uwadze fakt nieustannych zmian zarówno w sposobie korzystania z mediów, jak również ich możliwości (rozwój technologii, zmiany prawne, itp.). Dla osiągnięcia możliwie wysokiej skuteczności dotarcia należy przy wyborze narzędzi kierować się aktualnymi wynikami badań rynku medialnego i raportami efektywności wcześniejszych kampanii informacyjno-promocyjnych.

Obowiązkowymi narzędziami komunikacyjnymi dla instytucji koordynującej i instytucji odpowiedzialnych za reformy lub inwestycje oraz jednostek wspierających są:

- 1) serwis internetowy KPO na portalu Funduszy Europejskich (www.funduszeuropejskie.gov.pl), oficjalnym ogólnopolskim serwisie z najważniejszymi informacjami dot. wszystkich programów Funduszy Europejskich, które są dostępne w Polsce. Skorzystać z niego mogą zainteresowani, w tym potencjalni odbiorcy wsparcia, odbiorcy wsparcia, potencjalni i właściwi uczestnicy przedsięwzięć, a także opinia publiczna (instytucja koordynująca);
- 2) serwisy internetowe instytucji odpowiedzialnych za reformy lub inwestycje;
- 3) strona KPO na portalu gov.pl i ogólnorządowym serwisie informacyjnym;
- 4) profile w mediach społecznościowych (np. FB, Twitter) instytucji odpowiedzialnych za reformy lub inwestycje KPO;
- 5) media społecznościowe, w tym profil „Fundusze Europejskie” na FB, profile instytucji rządowych oraz podmiotów uczestniczących we wdrażaniu KPO w Polsce;
- 6) sieć Punktów Informacyjnych o Funduszach Europejskich (kilkadziesiąt punktów w całej Polsce), gdzie przekazywana jest wiedza o Funduszach Europejskich, o wszystkich programach, które są dostępne w Polsce oraz o programach zarządzanych centralnie przez Komisję Europejską.

Rekomendowane działania dla instytucji koordynującej i instytucji odpowiedzialnych za reformy lub inwestycje lub Jednostek Wspierających to:

- 1) kampanie w mediach (np. telewizja, radio, prasa, Internet, reklama zewnętrzna);
- 2) wydarzenia informacyjne—otwierające, śródkresowe (powiązane z osiąganiem kamieni milowych inwestycji) oraz podsumowujące realizację reform i inwestycji z KPO;
- 3) wykorzystanie potencjału referencyjnego i sieci kontaktów odbiorców wsparcia.

Tabela 2. Metody i narzędzia użyteczne w komunikacji z poszczególnymi segmentami grup odbiorców.

	Dotarcie bezpośrednie	Dotarcie pośrednie
Ogół społeczeństwa	<ul style="list-style-type: none"> • strona internetowa np. ogólne informacje • oznakowanie inwestycji 	<ul style="list-style-type: none"> • kampanie reklamowe w mediach np. tv, prasa, radio, nośniki zewnętrzne • reklama w internecie np. platformy VOD, banery • działania PR •
Potencjalni odbiorcy wsparcia	<ul style="list-style-type: none"> • strona internetowa np. działania marketingowe w wyszukiwarkach internetowych • punkty informacji i infolinia • konferencje i szkolenia • wysyłka bezpośrednia np. newslettery 	<ul style="list-style-type: none"> • działania PR w mediach profilowanych • referencje od innych odbiorców wsparcia

9. Działania obowiązkowe instytucji i odbiorców wsparcia

Obowiązki komunikacyjne i zadania instytucji koordynującej KPO

Instytucja koordynująca musi realizować/prowadzić co najmniej następujące zadania w zakresie komunikacji na temat KPO:

- 1) zapewnić, prowadzić i administrować serwis internetowy na temat KPO na portalu Funduszy Europejskich, który będzie na bieżąco aktualizowany przez instytucję koordynującą, przez instytucje odpowiedzialne za reformy lub inwestycje i jednostki wspierające;
- 2) prowadzić działania informacyjne i promocyjne na temat KPO skierowane do ogółu społeczeństwa;
- 3) zapewnić spójne zasady oznaczania i wizualizacji KPO, które będą realizowane przez wszystkie podmioty realizujące KPO;
- 4) odpowiednio oznaczać:
 - a) wszelkie działania informacyjne i promocyjne na temat przedsięwzięć KPO m. in. ulotki, broszury, publikacje, noty prasowe, konferencje prasowe, robocze spotkania z prasą, strony internetowe, newslettery, mailing, materiały audiowizualne, spotkania, konferencje, wystąpienia publiczne itp.,
 - b) dokumentację dotyczącą KPO i przedsięwzięć m.in. ogłoszenia, raporty, analizy, umowy, wnioski itp.,
 - c) wszystkie inne produkty będące wynikiem realizowanego przedsięwzięcia zarówno w formie materialnej jak i niematerialnej.

Obowiązki komunikacyjne i zadania instytucji odpowiedzialnych za reformy lub inwestycje oraz jednostek wspierających

Instytucje odpowiedzialne za reformy lub inwestycje oraz jednostki wspierające muszą realizować/prowadzić co najmniej następujące zadania w zakresie komunikacji na temat KPO:

- 1) prowadzić działania informacyjne i promocyjne na temat wdrażanej reformy skierowane do ogółu społeczeństwa, gdy specyfika reformy wymaga szerokiego komunikowania oraz gdy działania komunikacyjne przełożą się i będą miały wpływ na efektywność wdrażanych reform;
- 2) prowadzić działania informacyjne na temat inwestycji skierowane do potencjalnych odbiorców wsparcia i ostatecznych odbiorców wsparcia, w tym na bieżąco aktualizować serwis internetowy na temat KPO na portalu Funduszy Europejskich oraz utworzyć i na bieżąco aktualizować serwis na temat KPO na stronie internetowej swojej instytucji. Serwis ten musi zawierać informacje co najmniej na temat:
 - a) możliwości finansowania i rozpoczęcia procesu naboru wniosków o objęcie wsparciem,
 - b) warunków kwalifikowalności wydatków,
 - c) procedur i terminów rozpatrywania wniosków o objęcie wsparciem,
 - d) horyzontalnych zasad i kryteriów wyboru przedsięwzięć dla KPO,
 - e) obowiązków odbiorców wsparcia w zakresie działań komunikacyjnych w przedsięwzięciu;
- 3) odpowiednio oznaczać realizowane przedsięwzięcia finansowane z KPO, w tym także:
 - a) wszelkie działania informacyjne i promocyjne na temat przedsięwzięć KPO m. in. ulotki, broszury, publikacje, noty prasowe, konferencje prasowe, robocze spotkania z prasą, strony internetowe, newslettery, mailing, materiały audiowizualne, spotkania, konferencje, wystąpienia publiczne, itp.,
 - b) dokumentację dotyczącą KPO i przedsięwzięć m.in. ogłoszenia, raporty, analizy, umowy, wnioski itp.,
 - c) wszystkie inne produkty będące wynikiem realizowanego przedsięwzięcia zarówno w formie materialnej, jak i niematerialnej;
- 4) przekazać odbiorcom wsparcia zasady wypełniania obowiązków komunikacyjnych w zakresie przedsięwzięć KPO oraz informacje niezbędne do realizacji przedsięwzięcia w tym wypełniania tych obowiązków;
- 5) zobowiązać odbiorców wsparcia do stosowania ww. zasad wypełniania obowiązków komunikacyjnych w zakresie przedsięwzięć;
- 6) dbać o prawidłowe wypełnianie obowiązków komunikacyjnych przez odbiorców wsparcia.

Obowiązki komunikacyjne i zadania ostatecznych odbiorców wsparcia

Ostateczni odbiorcy wsparcia muszą realizować co najmniej następujące zadania w zakresie komunikacji na temat KPO i swojego przedsięwzięcia:

- 1) eksponować źródło finansowania przedsięwzięcia m.in. przez właściwe oznaczanie przedsięwzięcia oraz związanych z nim materiałów, dokumentów, produktów i innych efektów realizacji i promocji przedsięwzięcia zgodnie z przekazanymi zasadami, w tym także:
 - a) wszelkie działania informacyjne i promocyjne na temat przedsięwzięć KPO m. in. ulotki, broszury, publikacje, noty prasowe, konferencje prasowe, robocze spotkania z prasą, strony internetowe, newslettery, mailing, materiały audiowizualne, spotkania, konferencje, wystąpienia publiczne itp.,

- b) dokumentację dotyczącą KPO i przedsięwzięć,
 - c) miejsce realizacji przedsięwzięcia,
 - d) wszystkie inne produkty będące wynikiem realizowanego przedsięwzięcia zarówno w formie materialnej, jak i niematerialnej;
- 2) umieścić opis realizowanego przedsięwzięcia na swojej stronie internetowej (jeśli posiadają) i na profilach w mediach społecznościowych (jeśli posiadają);
 - 3) umieścić w miejscu realizacji przedsięwzięcia plakaty lub tablice informacyjne z właściwym oznaczeniem przedsięwzięcia;
 - 4) dostarczać ukierunkowane informacje o przedsięwzięciu różnym grupom odbiorców, w tym mediom i opinii publicznej przez działania PR, współpracę z mediami, instytucjami zaangażowanymi, partnerami społecznymi i gospodarczymi.

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

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

10. Zasady wizualizacji i ekspozycji źródła finansowania KPO

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

Podstawowym oznaczeniem dla KPO w wersji pełnokolorowej są 3 znaki występujące wspólnie, pokazane na rys. 2.

Zestawienie znaków KPO, barw RP i NextGenerationEU zawsze występuje w wersji pełnokolorowej. W przypadku zastosowania wersji achromatycznej nie umieszcza się znaku barw RP.

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



Rzeczpospolita
Polska

Sfinansowane przez
Unię Europejską
NextGenerationEU



Rysunek 2. Podstawowe zestawienie znaków KPO

Ponadto, konstruując przekaz (treści, materiały graficzne, materiały audiowizualne, itp.), należy zapewnić odpowiednią ekspozycję nazwy planu oraz źródła finansowania w sposób niebudzący wątpliwości u odbiorców.

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

11. Ewaluacja

Ewaluacja działań informacyjno-promocyjnych prowadzonych dla KPO prowadzona jest w ramach monitoringu i ewaluacji realizacji horyzontalnej Strategii Komunikacji Funduszy Europejskich na lata 2021–2027 i będzie realizowana przez instytucję koordynującą KPO. Podstawowym wskaźnikiem są miary znajomości spontanicznej i wspomaganej KPO oraz poziom wiedzy na temat źródeł finansowania KPO.

12. Finansowanie

W ramach KPO nie ma wyodrębnionej puli środków finansowych na działania komunikacyjne. IOI/IOR, JW prowadzą działania komunikacyjne bezkosztowe lub powinny zabezpieczyć finansowanie tych działań ze środków własnych instytucji lub ze środków przewidzianych na realizację danej inwestycji.

Ostateczni Odbiorcy Wsparcia w większości działania komunikacyjne będą prowadzić w ramach realizowanych przedsięwzięć i finansować je ze środków przewidzianych na ten cel w ramach danego przedsięwzięcia.

Działania przekrojowe, horyzontalne, (realizowane przez IK KPO) zgodnie z zasadą komplementarności i uzupełniania się komunikatów będą realizowane razem z działaniami komunikacyjnymi na temat Funduszy Europejskich i finansowane z budżetu państwa.



KRAJOWY PLAN ODBUDOWY

KSIĘGA IDENTYFIKACJI WIZUALNEJ

WSTĘP

„Księga identyfikacji wizualnej Krajowego Planu Odbudowy” (dalej: Księga wizualizacji KPO) określa, w jaki sposób konstruować i stosować znak KPO zgodnie z zasadami wskazanymi w „Strategii Promocji i Informacji Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności”.

Wszystkich użytkowników znaków oraz wykonawców nośników promocyjnych obowiązują jednakowe standardy i zasady wykorzystania znaków.

Księga wizualizacji KPO obejmuje informacje dotyczące znaku Krajowego Planu Odbudowy (KPO) oraz określa zasady współwystępowania z innymi znakami, w tym z barwami Rzeczypospolitej Polskiej (dalej: barwy RP) oraz ze znakiem NextGenerationEU (dalej: NGEU). Definiuje standardy stosowania znaków na różnych nośnikach. Niezależnie od technologii, podłoża i miejsca, na jakim zostaną umieszczone znaki, użytkownicy powinni korzystać z Księgi wizualizacji KPO jako wzorca umożliwiającego im prawidłowe tworzenie i zastosowanie znaków.

Aby zachować właściwy standard oznaczeń, należy:

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

Znak KPO, barwy RP oraz znak NGEU muszą być zawsze umieszczone w widocznym miejscu. Umieszczenie oraz wielkość znaków muszą być odpowiednie do rodzaju i skali materiału, przedmiotu lub dokumentu. Znaki i napisy muszą być czytelne dla odbiorcy i wyraźnie widoczne. Nie mogą być też umieszczane np. na wewnętrznej, niewidocznej stronie materiałów lub przedmiotów.

Jeśli materiał lub przedmiot jest tak mały, że nie można na nim zastosować czytelnych znaków KPO, NGEU i barw RP nie można go używać do celów promocyjnych.

SPIS TREŚCI

ZNAK KRAJOWEGO PLANU ODBUDOWY	6
ZNAK KRAJOWEGO PLANU ODBUDOWY	7
KONSTRUKCJA I BUDOWA ZNAKU KPO	8
ZNAK KPO WERSJA POLSKA	9
POLE OCHRONNE ZNAKU KPO	10
ZNAK KPO WERSJA ANGIELSKA	11
ZNAK KPO KOLORYSTYKA	12
WARIANTY ACHROMATYCZNE	13
WARIANTY MONOCHROMATYCZNE	14
WYSTĘPOWANIE ZNAKU KPO NA TŁACH	15
NIEDOPUSZCZALNE ZASTOSOWANIE ZNAKU KPO	16
TYPOGRAFIA PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA	17
BARWY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ	18
ZNAK BARW RP	19
KONSTRUKCJA I BUDOWA ZNAKU BARW RP	20
POLE OCHRONNE ZNAKU BARW RP	21
ZNAK BARW RP WERSJA ANGIELSKA	22
KOLORYSTYKA ZNAKU BARW RP	23
WYSTĘPOWANIE ZNAKU BARW RP NA TŁACH	24
NIEDOPUSZCZALNE ZASTOSOWANIE ZNAKU BARW RP	25

ZNAK NEXT GENERATION EU.....	26
ZNAK NEXT GENERATION EU.....	27
KONSTRUKCJA ZNAKU NEXT GENERATION EU.....	28
POLE OCHRONNE ZNAKU NGEU.....	29
KOLORYSTYKA ZNAKU NEXT GENERATION EU	30
ZNAK NEXT GENERATION EU WERSJA ANGIELSKA.....	31
WARIANTY ACHROMATYCZNE	32
NIEDOPUSZCZALNE ZASTOSOWANIE ZNAKU.....	33
WSPÓŁWYSTĘPOWANIE ZNAKÓW KPO, BARW RP I NGEU	34
PROPORCJE I UŁOŻENIE ZNAKÓW W WERSJI POZIOMEJ.....	35
PROPORCJE I UŁOŻENIE ZNAKÓW W WERSJI PIONOWEJ	36
PROPORCJE I UŁOŻENIE ZNAKÓW W WERSJI POZIOMEJ ZE ZNAKIEM DODATKOWYM.....	37
PROPORCJE I UŁOŻENIE ZNAKÓW W WERSJI PIONOWEJ ZE ZNAKIEM DODATKOWYM	38
WARIANT MINIMALNY	39
WZORY GRAFICZNE MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH.....	40
OBOWIĄZKOWY WZÓR TABLICY	41
OBOWIĄZKOWY WZÓR PLAKATÓW A3/POZIOM.....	43
OBOWIĄZKOWY WZÓR PLAKATÓW A3/PION	44
OBOWIĄZKOWY WZÓR NAKLEJEK.....	45
OZNACZANIE STRON WWW I PROFILI W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH.....	46

PREZENTACJA POWERPOINT SZABLON	48
POSTY W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH/SZABLON.....	49
WZÓR ULOTEK	50
BROSZURA 21X21 CM.....	51
ZASADY DOSTĘPNOŚCI	52
TECZKA NA DOKUMENTY	53
NOTATNIK ROZMIAR A4, A5	54
KOLORY UZUPEŁNIAJĄCE	55
GRADIENTY UZUPEŁNIAJĄCE.....	56
REGULAMIN KORZYSTANIA ZE ZNAKU KRAJOWEGO PLANU ODBUDOWY I NEXT GENERATION EU	57

ZNAK KRAJOWEGO PLANU ODBUDOWY

ZNAK KRAJOWEGO PLANU ODBUDOWY

Znak Krajowego Planu Odbudowy stanowią łącznie:

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

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

ZNAK KPO



SYGNET

**KRAJOWY
PLAN
ODBUDOWY**

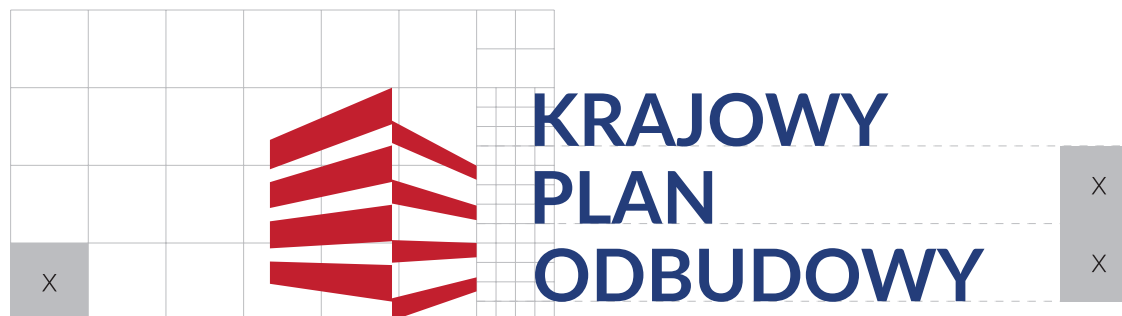
LOGOTYP

KONSTRUKCJA I BUDOWA ZNAKU KPO

Znak KPO zbudowany jest w oparciu o siatkę modułową. Jego wysokość to 3 moduły.

Konstrukcja znaków służy do budowy i określania wzajemnych proporcji pomiędzy poszczególnymi elementami znaków. Do ich wyznaczania przyjęto moduł X, definiujący proporcje sygnetu oraz jego położenie w stosunku do logotypu.

W znaku pionowym logotyp umieszczono centralnie na osi pionowej sygnetu.



ZNAK KPO

WERSJA POLSKA

Znak KPO może występować w wersji poziomej lub pionowej.

Tam, gdzie to możliwe, należy stosować znak w układzie poziomym.

Stanowi on podstawową formę znaku.

Wersja pionowa jest wersją uzupełniającą.

WERSJA POZIOMA



WERSJA PIONOWA



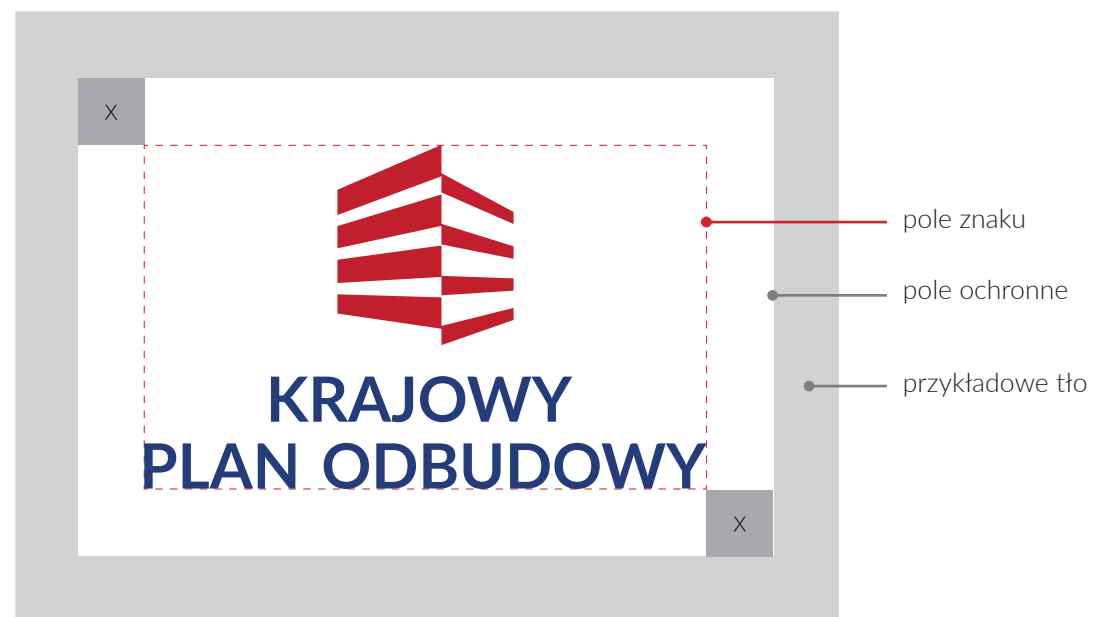
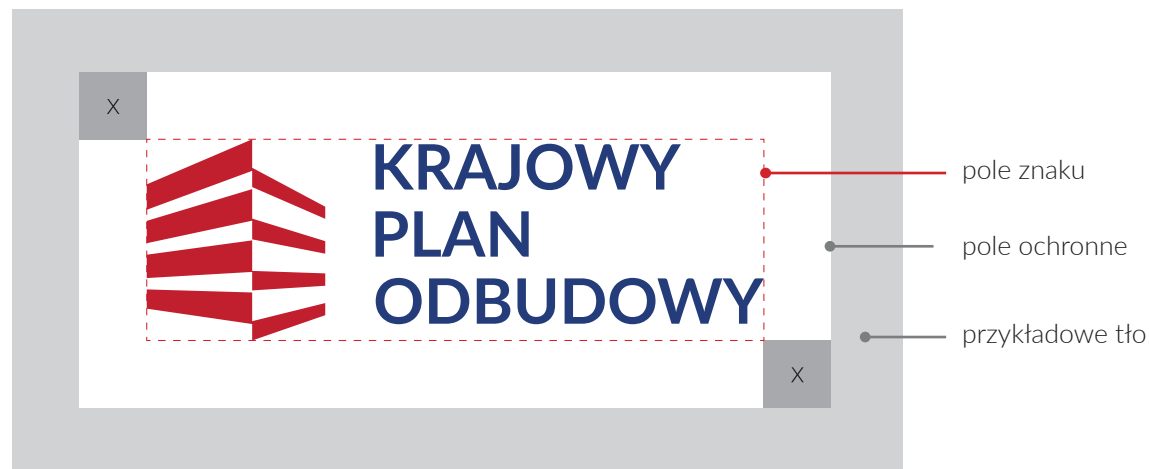
POLE OCHRONNE ZNAKU KPO

Znaki w układzie pionowym i poziomym posiadają pola znaku i pola ochronne.

Pole znaku to minimalny zamknięty obszar wokół znaku, w którym znak może być użyty. Pole ochronne jest minimalnym obszarem wokół znaku, w którym nie może pojawić się żadna inna forma graficzna lub tekstowa.

Pola ochronne znaków wyznacza moduł X.

W wersji angielskiej znaku zachowane są te same zasady budowy, proporcji, położenia, wyznaczania pól ochronnych, kolorystyki podstawowej i uzupełniającej oraz współwystępowania, jakie przyjęto dla znaku polskiego.



ZNAK KPO WERSJA ANGIELSKA

Znak KPO w wersji angielskiej zachowuje te same zasady budowy, proporcji, położenia, wyznaczania pól ochronnych, kolorystyki podstawowej oraz współwystępowania, jakie przyjęto dla znaków polskich.

Powyższe zasady dotyczą także innych wersji językowych.

WERSJA POZIOMA (PODSTAWOWA)



WERSJA PIONOWA (UZUPEŁNIAJĄCA)



ZNAK KPO KOLORYSTYKA

Kolory zostały ustalone według systemu barw HEX (kolor czerwony: #C01422, kolor niebieski: #343579).

Na potrzeby przetwarzania graficznego/cyfrowego przyjęte zostały odpowiednie parametry kolorów w systemach kolorystycznych – CMYK, PANTONE, RGB, RAL, HTML.

Systemy RGB i HTML wykorzystywane są w mediach elektronicznych (Internet, multimedia, TV).

System RAL służy do oznaczania koloru farb, lakierów, folii oraz tworzyw sztucznych w zastosowaniach przemysłowych i farb mieszanych komputerowo.



CMYK: 17, 100, 91, 7
PANTONE: 186 C
RGB: 192, 20, 34

HTML: #C01422
HEX: #C01422
RAL: 3020



CMYK: 96, 86, 19, 12
PANTONE: 2118 C
RGB: 38, 55, 121

HTML: #263779
HEX: #343579
RAL: 5002

WARIANTY ACHROMATYCZNE

W wariantach achromatycznych w zależności od materiału możemy używać tylko trzech kolorów:

- niebieskiego,
- czarnego,
- białego.

WERSJA ACHROMATYCZNA



WERSJA ACHROMATYCZNA, NEGATYW



WARIANTY MONOCHROMATYCZNE

Znak KPO w wersji pionowej zachowuje te same zasady, jakie przyjęto dla wersji poziomej.

WERSJA MONOCHROMATYCZNA



WERSJA MONOCHROMATYCZNA, NEGATYW



WYSTĘPOWANIE ZNAKU KPO NA TŁACH

Znak KPO ze względu na swoją budowę i kolorystykę może być umieszczany tylko na białym tle. Jeżeli jest umieszczany na różnych, barwnych tłach, trzeba zastosować najpierw biały obszar z zachowaniem wymiarów pola ochronnego znaku. Powyższe zasady mają także zastosowanie w przypadku znaków występujących w układzie pionowym.

Obszar tła musi mieć wielkość przynajmniej pokrywającą się z polem ochronnym (porównaj informacje na str. 10).

W przypadku innych materiałów typu: tło złote, srebrne, mosiądz, szkło itp. znak nanoszony jest zgodnie z potrzebą technologiczną do naniesienia go na danym materiale.



NIEDOPUSZCZALNE ZASTOSOWANIE ZNAKU KPO

Nie dopuszcza się zmian: proporcji i położenia elementów znaku, rozciągania, zgniatania lub pochylania, zmniejszania jednostronnego, rozdzielania znaku na osobne elementy lub używania części znaku.

Nie dopuszcza się także zmiany kolorów oraz umieszczania znaku na tłach niezgodnie z zasadą występowania znaku na tłach.

ZMIANA PROPORCJI I ELEMENTÓW
ZNAKU WZGLĘDEM SIEBIE



DODAWANIE CIENIA LUB INNYCH
EFEKTÓW GRAFICZNYCH



ZMIANA KOLORU ZNAKU



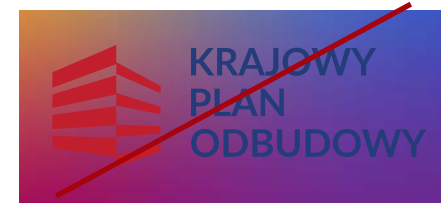
ZMIANA CZCIONKI LOGOTYPU



DEFORMACJA ZNAKU



UMIESZCZENIE ZNAKU NA
KOLOROWYCH TŁACH



TYPOGRAFIA

PODSTAWOWA I UZUPEŁNIAJĄCA

Dla logotypu Krajowego Planu Odbudowy wybrano font Lato w odmianie Bold.

W logotypie „Rzeczpospolita Polska” oraz w logotypie „Sfinansowane przez Unię Europejską NextGenerationEU” zastosowano fonty z rodziny Ubuntu.

W publikacjach (broшуry, ulotki, posty, prezentacje) rekomendujemy stosowanie fontu z rodziny Lato.

Na tablicach oraz plakatach konieczne jest stosowanie fontu z rodziny Open Sans w odmianie Medium.

Lato Bold

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOPQRSŚTUVWXYZŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńopqrsśtuvwxyzż
0123456789!?(()*+-x,./<=>@*

Lato Regular

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOPQRSŚTUVWXYZŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńopqrsśtuvwxyzż
0123456789!?(()*+-x,./<=>@*

Lato Light

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOPQRSŚTUVWXYZŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńopqrsśtuvwxyzż
0123456789!?(()*+-x,./<=>@*

Open Sans Medium

AĄBCĆDEĘFGHIJKLŁMNŃOPQRSŚTUVWXYZŻ
aąbcćdeęfghijklłmnńopqrsśtuvwxyzż
0123456789!?(()*+-x,./<=>@*

BARWY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

ZNAK BARW RP

Znak barw Rzeczypospolitej Polskiej składa się ze znaku graficznego oraz graficznej formy nazwy „Rzeczpospolita Polska”.

W przypadku umieszczania barw RP na białym tle, stosuje się dodatkowo tzw. linię zamykającą w kolorze szarym wokół znaku graficznego.

Znak barw RP zawsze występuje w wersji pełnokolorowej.

ZNAK BARW RP



SYGNET

**Rzeczpospolita
Polska**

LOGOTYP

KONSTRUKCJA I BUDOWA ZNAKU BARW RP

Znak barw RP zbudowany jest w oparciu o siatkę modułową. Jego szerokość to 4,5 modułu, a wysokość 3 moduły.

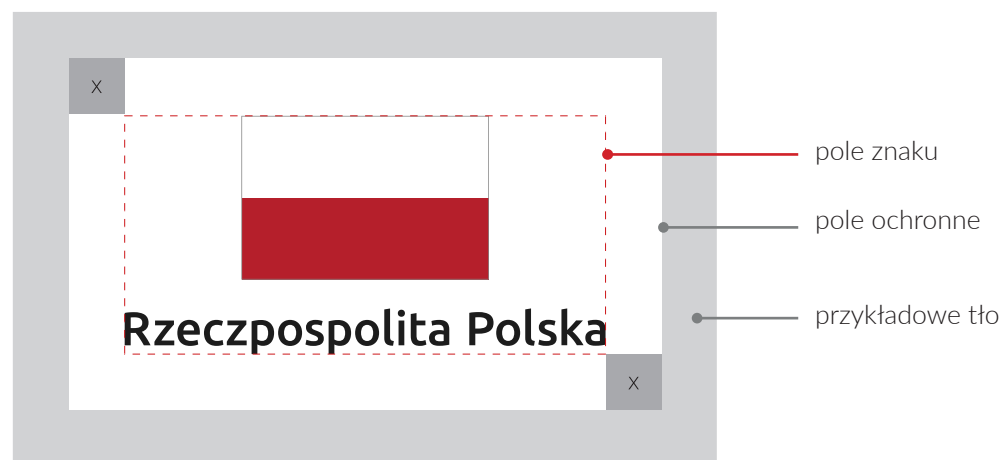
W logotypie zastosowano font z rodziny Ubuntu, w odmianie Medium.



POLE OCHRONNE ZNAKU BARW RP

Pole ochronne jest minimalnym obszarem wokół znaku, w którym nie może pojawić się żadna inna forma graficzna lub tekstowa.

Pola ochronne znaków wyznacza moduł X.



ZNAK BARW RP WERSJA ANGIELSKA

Znaki barw RP w wersji angielskiej zachowują te same zasady budowy, proporcji, położenia, wyznaczania pól ochronnych, kolorystyki podstawowej oraz współwystępowania, jakie przyjęto dla znaków polskich.

Powyższe zasady dotyczą także innych wersji językowych.

WERSJA POZIOMA (PODSTAWOWA)



**Republic
of Poland**

WERSJA PIONOWA (UZUPEŁNIAJĄCA)



Republic of Poland

KOLORYSTYKA ZNAKU BARW RP

Kolory zostały ustalone według systemu barw HEX (kolor biały: #FFFFFF, kolor czerwony: #BB0A30).

Na potrzeby przetwarzania graficznego/ cyfrowego przyjęte zostały parametry kolorów w systemach kolorystycznych – CMYK, PANTONE, RGB, RAL, HTML.

Znak barw RP nie występuje w wariantach achromatycznym ani monochromatycznym.



CMYK: 0, 95, 74, 27
PANTONE: 704 C
RGB: 187, 10, 48

HTML: #CC0033
HEX: #BB0A30
RAL: 3027



CMYK: 0, 0, 0, 60
PANTONE: 424 C
RGB: 128, 130, 133

HTML: #999999
HEX: #808285
RAL: 7046



CMYK: 0, 0, 0, 100
PANTONE: PROC. BLACK
RGB: 0, 0, 0

HTML: #000000
HEX: #000000
RAL: 9005



CMYK: 0, 0, 0, 0
PANTONE: WHITE
RGB: 255, 255, 255

HTML: #FFFFFF
HEX: #FFFFFF
RAL: 9016

WYSTĘPOWANIE ZNAKU BARW RP NA TŁACH

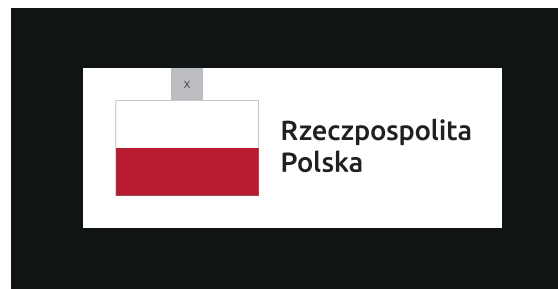
Rekomendowane jest stosowanie znaku pełnokolorowego na białym tle.

Na tłach ciemnych zawsze stosujemy znak na białym polu ochronnym.

Powyższe zasady mają także zastosowanie w przypadku znaków występujących w układzie pionowym. Obszar tła musi mieć wielkość przynajmniej pokrywającą się z polem ochronnym (porównaj informacje na str. 21).

W przypadku innych materiałów typu: tło złote, srebrne, mosiądz, szkło itp. znak nanoszony jest zgodnie z potrzebą technologiczną do naniesienia go na danym materiale.

WERSJA NA CZARNYM TLE



WERSJA NA TLE KOLOROWYM



NIEDOPUSZCZALNE ZASTOSOWANIE ZNAKU BARW RP

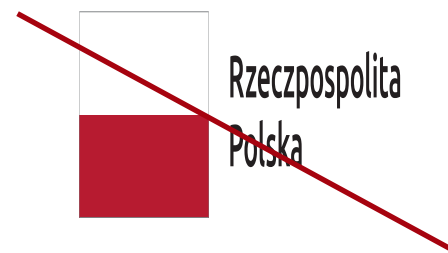
Nie dopuszcza się zmian: proporcji i położenia elementów znaku, rozciągania, zgniatania lub pochylania, zmniejszania jednostronnego, rozdzielania znaku na osobne elementy lub używania części znaku.

Nie dopuszcza się także zmiany kolorów oraz umieszczania znaku na tłach niezgodnie z zasadą występowania znaku na tłach.

ZMIANA PROPORCJI I ELEMENTÓW
ZNAKU WZGLĘDEM SIEBIE



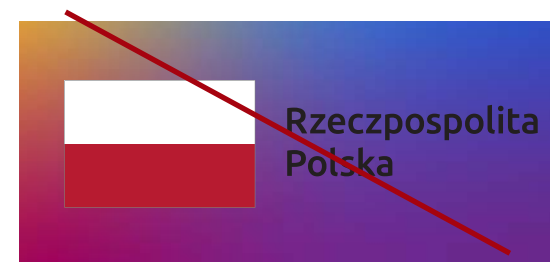
DEFORMACJA ZNAKU



ZMIANA CZCIONKI LOGOTYPU



UMIESZCZENIE ZNAKU NA
KOLOROWYCH TŁACH



ZNAK NEXT GENERATION EU

ZNAK NEXT GENERATION EU

W logotypie znaku NGEU zastosowano font z rodziny Ubuntu, w odmianie Regular dla tekstu „Sfinansowane przez Unię Europejską”, oraz Medium dla „NextGenerationEU”.

ZNAK NGEU

Sfinansowane przez
Unię Europejską
NextGenerationEU

LOGOTYP



SYGNET

KONSTRUKCJA ZNAKU NEXT GENERATION EU

Do zestawienia podstawowego w wersji poziomej stosuje się znak NGEU z logotypem po lewej stronie flagi UE.

Znak NGEU w układzie pionowym stosuje się w zestawieniach pionowych znaków, w których elementy znaków są umieszczone na osi pionowej względem siebie.

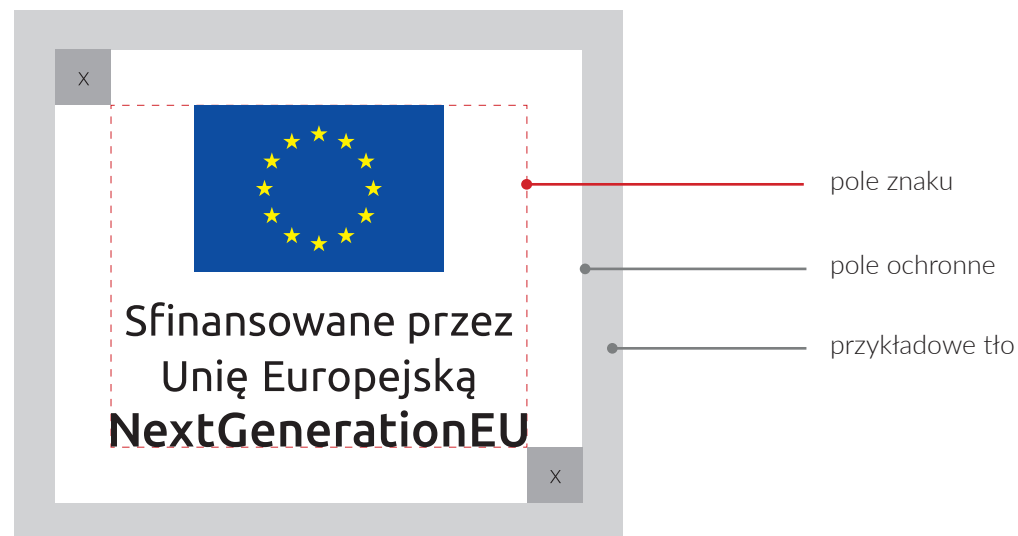


POLE OCHRONNE ZNAKU NGEU

Znaki w układzie pionowym i poziomym posiadają pola ochronne.

Pole ochronne jest minimalnym obszarem wokół znaku, w którym nie może pojawić się żadna inna forma graficzna lub tekstowa.

Pola ochronne znaków wyznacza moduł X.



KOLORYSTYKA ZNAKU NEXT GENERATION EU

Kolorem powierzchni prostokąta jest niebieski (PANTONE REFLEX BLUE), a kolorem gwiazd jest kolor żółty (PANTONE PROCESS YELLOW).

Dla systemu kolorystycznego CMYK to odpowiednio kolory C100 M80 Y0 K0 oraz C0 M0 Y100 K0.

Kolor logotypu dla napisu „Sfinansowane przez Unię Europejską NextGenerationEU„ oznaczono jako czarny.

Kolor fontów, w zależności od wersji znaku NGEU i tła, może być czarny lub biały.

Kolory uzupełniające dla wersji cyfrowych to niebieski RGB: 0/51/153 oraz HTML, czyli w systemie szesnastkowym (HEX): #003399 w paletcie kolorów komputerowych żółty RGB: 255/204/0 (w systemie szesnastkowym: #FFCC00) w paletcie kolorów komputerowych.



CMYK: 100, 80, 0, 0
PANTONE: REFLEX BLUE
RGB: 0, 51, 153
HTML: #003399
HEX: #003399
RAL: 5002



CMYK: 0, 0, 100, 0
PANTONE: PROC. YELLOW
RGB: 255, 204, 0
HTML: #FFCC00
HEX: #FFCC00
RAL: 1028



CMYK: 0, 0, 0, 100
PANTONE: PROC. BLACK
RGB: 0, 0, 0
HTML: #000000
HEX: #000000
RAL: 9005

ZNAK NEXT GENERATION EU WERSJA ANGIELSKA

Znaki NGEU w wersji angielskiej należy stosować odpowiednio według zasad określonych dla znaków w wersji polskiej.

Te same zasady dotyczą także innych wersji językowych.

WERSJA POZIOMA (PODSTAWOWA)

**Funded by the
European Union
NextGenerationEU**



WERSJA PIONOWA (UZUPEŁNIAJĄCA)



**Funded by the
European Union
NextGenerationEU**

WARIANTY ACHROMATYCZNE

Jeżeli używa się tylko koloru czarnego, prostokąt powinien mieć czarną obwódkę, natomiast gwiazdy powinny być czarne na białym tle.

Warianty achromatyczne znaków mają zastosowanie na tych nośnikach komunikacji, gdzie wykorzystanie wersji pełnokolorowych jest niemożliwe ze względów technicznych (na przykład tłoczenie, grawerunek itp.). Może to także dotyczyć czarnych nadruków na kolorowym tle, np. na kolorowych tkaninach, gdy ze względów technicznych i finansowych stosowany jest druk jednokolorowy.

Szczególnym przypadkiem pozwalającym na zastosowanie wersji achromatycznej (czarno-białej) jest druk np. dokumentów lub materiałów szkoleniowych, które nie zawierają innych kolorów poza czernią.

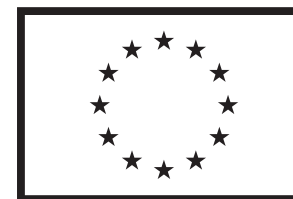
Na stronach internetowych i wyświetlaczach urządzeń cyfrowych należy stosować znak NGEU tylko w wariantie pełnokolorowym.

WERSJA POZIOMA

Sfinansowane przez
Unię Europejską
NextGenerationEU



WERSJA PIONOWA



Sfinansowane przez
Unię Europejską
NextGenerationEU

NIEDOPUSZCZALNE ZASTOSOWANIE ZNAKU

Nie dopuszcza się zmian: proporcji i położenia elementów znaku, rozciągania, zgniatania lub pochylania, zmniejszania jednostronnego, rozdzielania znaku na osobne elementy lub używania części znaku.

Nie dopuszcza się także zmiany kolorów oraz umieszczania znaku na tłach niezgodnie z zasadą występowania znaku na tłach.

ZMIANA PROPORCJI I ELEMENTÓW ZNAKU WZGLĘDEM SIEBIE



Sfinansowane przez
Unię Europejską
NextGenerationEU

DEFORMACJA ZNAKU



Sfinansowane przez
Unię Europejską
NextGenerationEU

ZMIANA CZCIONKI LOGOTYPU



Sfinansowane przez
Unię Europejską
NextGenerationEU

UMIESZCZENIE ZNAKU NA KOLOROWYCH TŁACH



Sfinansowane przez
Unię Europejską
NextGenerationEU

WSPÓŁWYSTĘPOWANIE ZNAKÓW KPO, BARW RP I NGEU

PROPORCJE I UŁOŻENIE ZNAKÓW W WERSJI POZIOMEJ

Podstawowym oznaczeniem dla KPO w wersji pełnokolorowej są 3 znaki¹.

Zestawienie znaków KPO, NGEU oraz barw RP na dokumentach i materiałach (m.in. produkty drukowane lub cyfrowe, strony internetowe i ich mobilne wersje, media społecznościowe) zawsze występuje w wersji pełnokolorowej². W przypadku zastosowania wersji czarno-białej nie umieszcza się znaku barw RP.

Znak Krajowego Planu Odbudowy, barwy RP oraz znak NextGenerationEU muszą być zawsze umieszczone w widocznym miejscu. Ich umiejscowienie oraz wielkość muszą być odpowiednie do rodzaju i skali materiału, przedmiotu lub dokumentu

¹ Nie dotyczy m.in. tablic i plakatów informacyjnych.

² Szczegółowe zasady stosowania barw RP znajdziesz m.in. na Portalu Funduszy Europejskich oraz na stronie KPO na Portalu gov.pl.

PROPORCJE I UŁOŻENIE ZNAKÓW W WERSJI POZIOMEJ, PODSTAWOWEJ



PROPORCJE I UŁOŻENIE ZNAKÓW W WERSJI POZIOMEJ, ACHROMATYCZNEJ



PROPORCJE I UŁOŻENIE ZNAKÓW W WERSJI PIONOWEJ

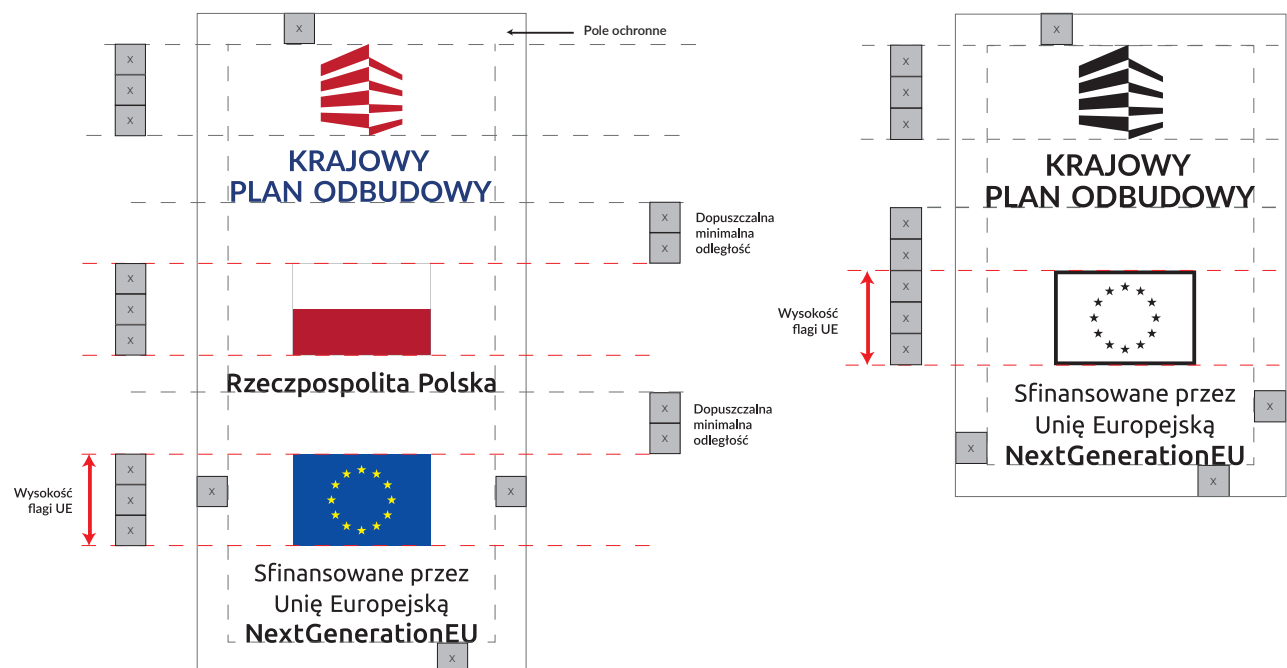
Uwaga! Jeśli w zestawieniu lub na materiale występują inne znaki (logo), to nie mogą być one większe (mierzone wysokością lub szerokością) od flagi (symbolu) Unii Europejskiej.

Należy zadbać, aby znaki i napisy (logotypy) były czytelne dla odbiorcy i wyraźnie widoczne.

Znak KPO, barwy RP i znak NGEU muszą być proporcjonalne względem siebie. Współwystępowanie znaku KPO z barwami RP i znakiem NGEU definiuje moduł X. Określa on wzajemne położenie i proporcje poszczególnych elementów znaków.

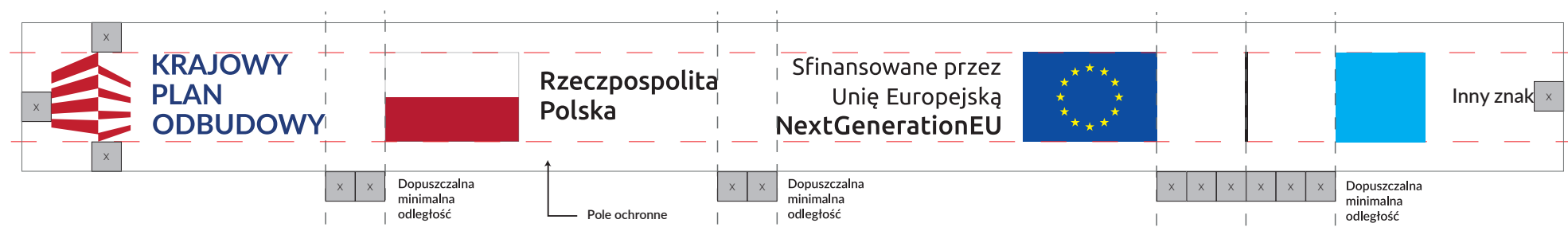
Moduł X wyznacza także wielkość pól ochronnych znaków i minimalną dopuszczalną odległość między nimi, która wynosi 2X.

Jeżeli zestawienie jest umieszczane na różnych, barwnych tłach, trzeba zastosować najpierw biały obszar/ramkę z zachowaniem wymiarów dla pola ochronnego znaków.

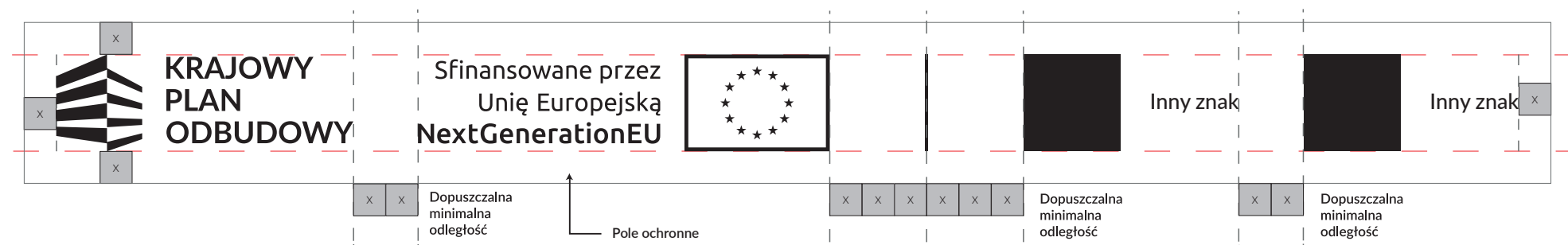


PROPORCJE I UŁOŻENIE ZNAKÓW W WERSJI POZIOMEJ ZE ZNAKIEM DODATKOWYM

PROPORCJE I UŁOŻENIE ZNAKÓW W WERSJI POZIOMEJ, PODSTAWOWEJ



PROPORCJE I UŁOŻENIE ZNAKÓW W WERSJI POZIOMEJ, ACHROMATYCZNEJ



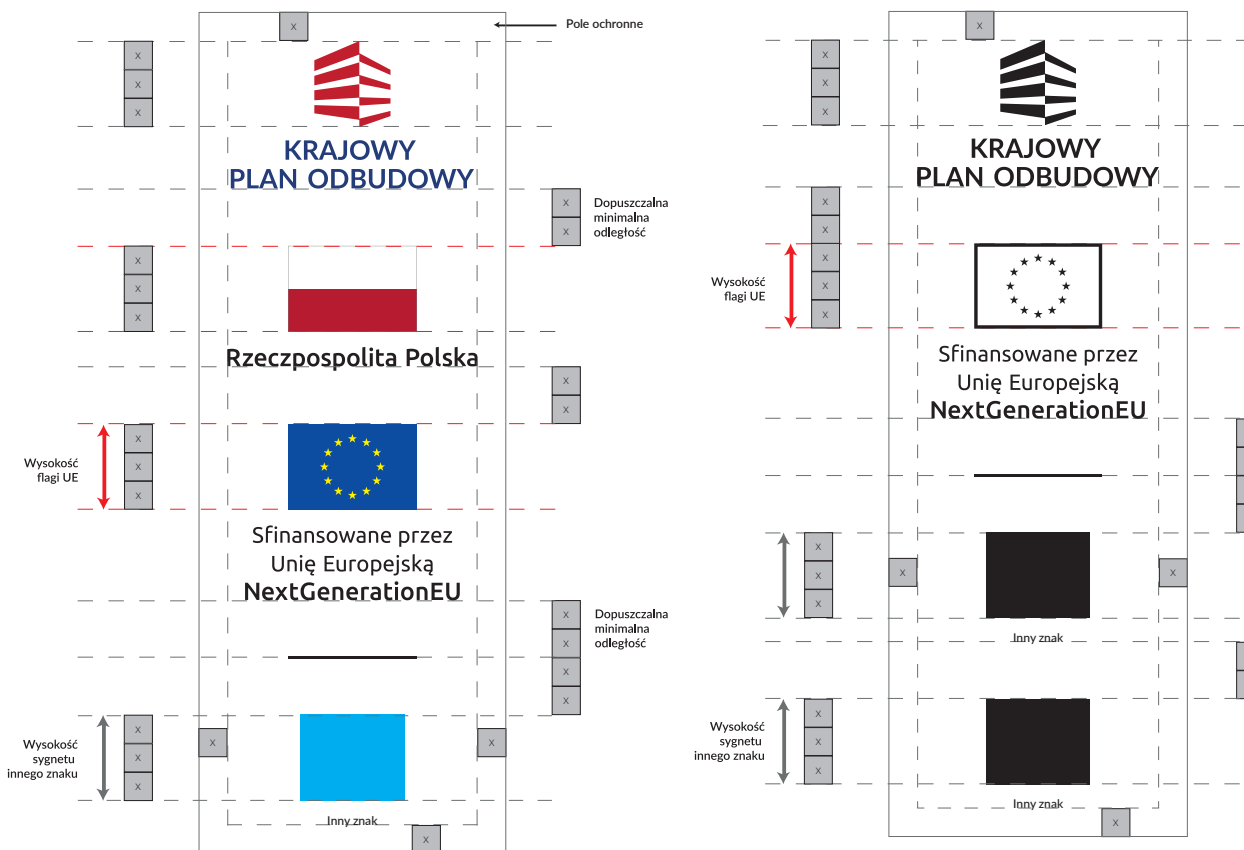
PROPORCJE I UŁOŻENIE ZNAKÓW W WERSJI PIONOWEJ ZE ZNAKIEM DODATKOWYM

Liczba znaków w zestawieniu (tzn. w jednej linii) nie może przekraczać czterech, łącznie ze znakami KPO, NGEU i barwami RP (w wersji pełnokolorowej).

W zestawieniu znaków na materiałach informacyjnych i promocyjnych (z wyjątkiem tablic, plakatów i naklejek) oraz na dokumentach może występować znak dodatkowy taki jak: logo ostatecznego odbiorcy wsparcia, logo instytucji koordynującej, logo instytucji odpowiedzialnej za inwestycje lub reformy czy logo jednostki wspierającej.

Znak dodatkowy umieszcza się zawsze po pionowej linii rozdzielającej w kolorze czarnym równej wysokości flagi UE (3X). Odległość między znakiem NGEU i linią rozdzielającą oraz między linią a innym znakiem w układzie poziomym wynosi 3X, w układzie pionowym 2X.

Nie można w zestawieniu umieszczać znaków wykonawców, którzy realizują działania w ramach przedsięwzięcia, ale którzy nie są ostatecznymi odbiorcami wsparcia.



Inne znaki, jeśli są potrzebne, można umieścić poza zestawieniem – linią znaków KPO, barw RP, NGEU (z wyjątkiem tablic informacyjnych, plakatów i naklejek).

WARIANT MINIMALNY

W szczególnych przypadkach np. materiałów i przedmiotów o bardzo małym polu zadruku (np. naklejka na bardzo mały sprzęt), jest dopuszczalne stosowanie wariantu minimalnego bez barw RP.

Wariant minimalny może występować zarówno w układzie poziomym, jak i układzie pionowym.

WARIANT MINIMALNY W WERSJI PEŁNOKOLOROWEJ



**KRAJOWY
PLAN
ODBUDOWY**

Sfinansowane przez
Unię Europejską
NextGenerationEU



WZORY GRAFICZNE MATERIAŁÓW PROMOCYJNYCH

OBOWIĄZKOWY WZÓR TABLICY

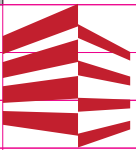

Odbiorca ostateczny ma obowiązek umieścić w miejscu łatwo widocznym dla społeczeństwa przynajmniej jedną tablicę z informacjami na temat przedsięwzięcia, gdy jego łączny koszt przekracza równowartość 500 000 euro.

Tablicę informacyjną należy umieścić niezwłocznie po rozpoczęciu fizycznej realizacji przedsięwzięcia obejmującego inwestycje rzeczowe lub po zainstalowaniu zakupionego sprzętu itp. w miejscu jego realizacji.

Na tablicy należy umieścić nazwę ostatecznego odbiorcy oraz skrócony tytuł przedsięwzięcia. Skrócony tytuł przedsięwzięcia może mieć maksymalnie 150 znaków.

Należy korzystać z przygotowanych szablonów (80x40 cm, 120x60 cm, 240x120) i uzupełnić wymagane pola tekstowe.

WZÓR TABLICY

x			x	x		x
		KRAJOWY PLAN ODBUDOWY			Sfinansowane przez Unię Europejską NextGenerationEU	
x						

OBOWIĄZKOWY WZÓR TABLICY

Dla przedsięwzięć obejmujących zadania w zakresie infrastruktury lub prac budowlanych minimalny wymiar tablicy to: 240x120 cm.

Jeżeli po uzyskaniu opinii organu zarządzającego infrastrukturą, w zakresie której realizowane jest przedsięwzięcie, właściwego dla miejsca umieszczenia tablicy, że umieszczenie tablicy o wymiarach 240x120 cm nie jest możliwe ze względów technicznych lub bezpieczeństwa itp., oraz zgody instytucji która przyznała dofinansowanie, umieszcza się tablicę o wymiarach: 120x60 cm.

Znak KPO oraz znak NGEU powinny mieć maksymalną możliwą wielkość, przy zachowaniu przedstawionych we wzorze zasad.

Uwaga! Wzór tablicy jest obowiązkowy, tzn. poza uzupełnianiem treści we wskazanych polach, nie można go modyfikować, dodawać innych znaków, informacji itp.

Uszkodzoną lub nieczytelną tablicę należy wymienić.



**KRAJOWY
PLAN
ODBUDOWY**

Sfinansowane przez
Unię Europejską
NextGenerationEU



[To jest miejsce na skrócony tytuł przedsięwzięcia
w jednym, dwóch
lub trzech wierszach]

[To jest miejsce na nazwę ostatecznego odbiorcy
wsparcia - w jednym lub dwóch wierszach]

OBOWIĄZKOWY WZÓR PLAKATÓW A3/POZIOM

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

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

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

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

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

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

OBOWIĄZKOWY WZÓR PLAKATÓW A3/PION



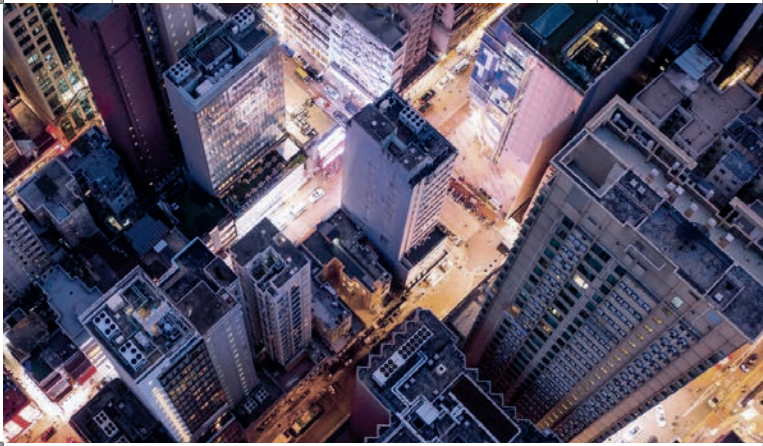
Należy korzystać z przygotowanych szablonów i uzupełnić wymagane pola tekstowe.

Plakat może mieć orientację poziomą lub pionową (pionową tylko jeśli ostateczny odbiorca dysponuje zdjęciem/ilustracją dotyczącą przedsięwzięcia).

Plakat musi zawierać:

- nazwę ostatecznego odbiorcy
- skrócony tytuł przedsięwzięcia (maksymalnie 150 znaków)
- wartość dofinansowania z UE/wysokość wkładu z Unii Europejskiej.

Jeśli działania w ramach przedsięwzięcia realizujesz w kilku lokalizacjach, plakaty umieść w każdej z nich.

	KRAJOWY PLAN ODBUDOWY	Sfinansowane przez Unię Europejską NextGenerationEU	
	<p>[Nazwa ostatecznego odbiorcy wsparcia do uzupełnienia] realizuje przedsięwzięcie [skrócony tytuł przedsięwzięcia do uzupełnienia]</p>		
	<div style="background-color: #003366; color: white; padding: 10px; text-align: center;"> Dofinansowanie z UE: [kwota w PLN do uzupełnienia] </div>		
			

OBOWIĄZKOWY WZÓR NAKLEJEK

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

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

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

Naklejki nie zastępują tablic informacyjnych ani plakatów.

WERSJA PODSTAWOWA



WERSJA MINIMALNA



WERSJA Z DODATKOWYM ELEMENTEM GRAFICZNYM



OZNACZANIE STRON WWW I PROFILI W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Poprawne oznaczanie stron internetowych i/ lub stron mediów społecznościowych to co najmniej umieszczenie w widocznym miejscu:

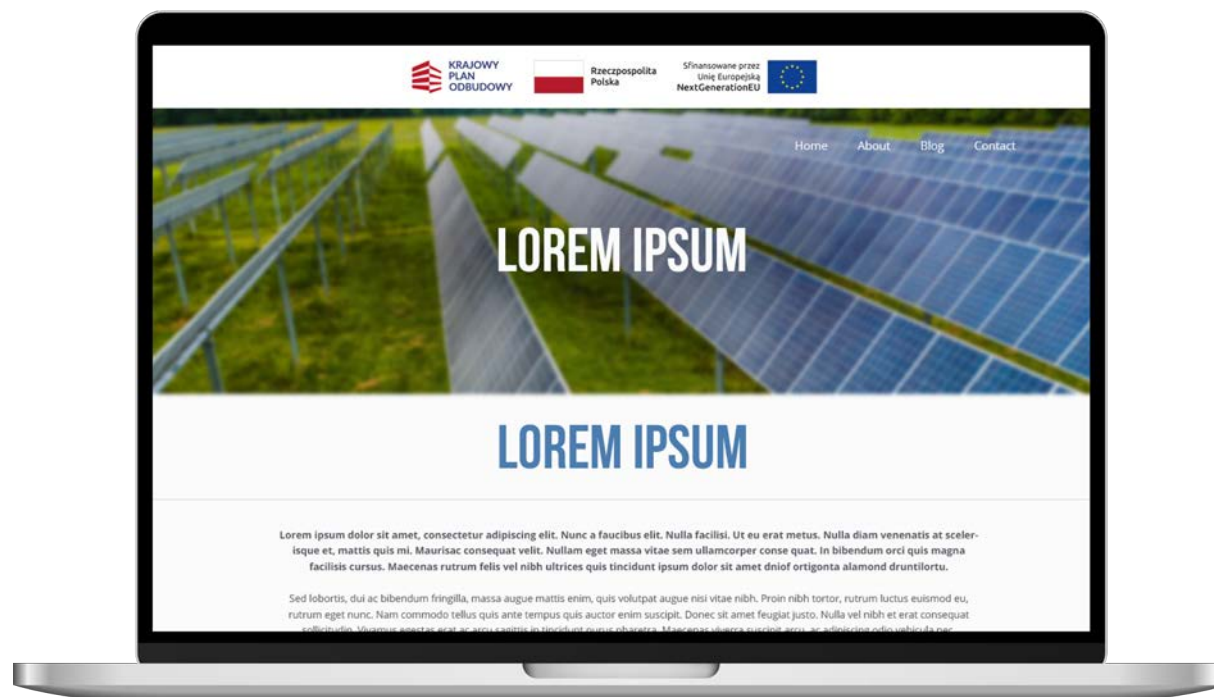
- zestawienia złożonego ze znaku KPO, barw RP oraz znaku NGEU
- krótkiego opisu przedsięwzięcia (prosty i zwięzły język, bez żargonów i skrótów).

Opis powinien przedstawiać główne założenia przedsięwzięcia m.in.:

- cel/cele lub zadania
- grupy docelowe
- koszt przedsięwzięcia (wartość przedsięwzięcia i wartość dofinansowania z UE)
- efekty/produkty/usługi/korzyści (UWAGA: należy dbać o aktualność informacji).

Dodatkowo można zamieścić zdjęcia, grafiki, materiały audiowizualne oraz harmonogram przedsięwzięcia prezentujące jego główne etapy i postępowanie.

Zestawienie znaków i opis należy umieścić na głównej stronie lub istniejącej już podstronie (jeśli struktura serwisu/strony na to pozwala).



OZNACZANIE STRON WWW I PROFILI W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH

Można też utworzyć odrębną zakładkę/
podstronę przeznaczoną specjalnie
dla realizowanego przedsięwzięcia
lub przedsięwzięć. Ważne jest, aby
użytkownikom łatwo było tam trafić (np.
na stronie głównej powinien znaleźć się
odnośnik do zakładki/podstrony z opisem
przedsięwzięcia/przedsięwzięć).

Za dobrą praktykę uważa się umieszczanie
zestawienia znaków (na www i aplikacjach
mobilnych itp.) w taki sposób, aby symbol
UE był widoczny w momencie wejścia
użytkownika na stronę z opisem. To znaczy
bez konieczności przewijania jej w dół.



PREZENTACJA POWERPOINT SZABLON

01

Lorem ipsum dolor Sit amet?



- ✓ Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.
- ✓ Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.
- ✓ Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium



 KRAJOWY
PLAN
OBUADOWY

 Rzeczpospolita
Polska

 Sfinansowane przez
Unię Europejską
NextGenerationEU

Lorem Ipsum Dolor sit amet

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit

Totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt. Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem.

03

POSTY W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH/ SZABLON

Przykładowe posty w mediach społecznościowych.

Rekomendowane jest użycie w mediach społecznościowych hasztagów:

#KorzyściDlaCiebie
#NextGenerationEU
#FunduszeUE



WZÓR ULOTEK

ULOTKA SKŁADANA DL X3



ULOTKA SKŁADANA A5



BROSZURA

21x21 CM

W materiałach drukowanych rekomenduje się stosowanie fontu Lato w odmianie Regular i Bold. Dopuszczalne jest także korzystanie z wariantu Light.



ZASADY DOSTĘPNOŚCI

Pamiętaj o zapewnieniu i zachowaniu zasad dostępności przygotowywanych publikacji i materiałów!

Jeśli tworzysz elektroniczne broszury, ulotki itp. to rób je zgodnie ze standardami dostępności m.in.:

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

TECZKA NA DOKUMENTY

WERSJA 1

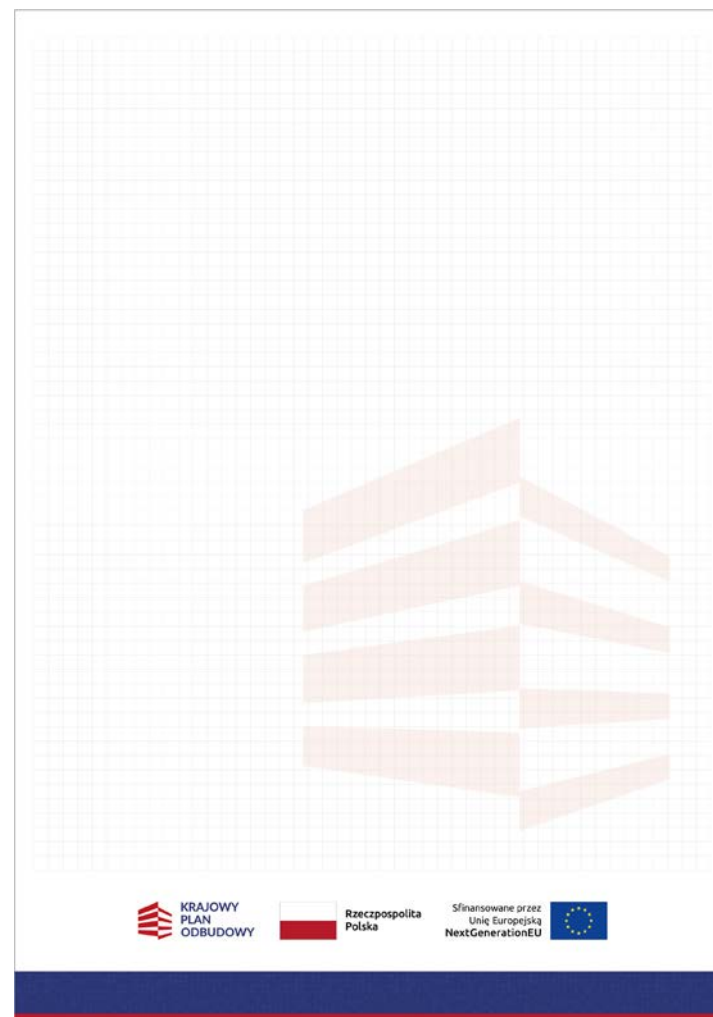
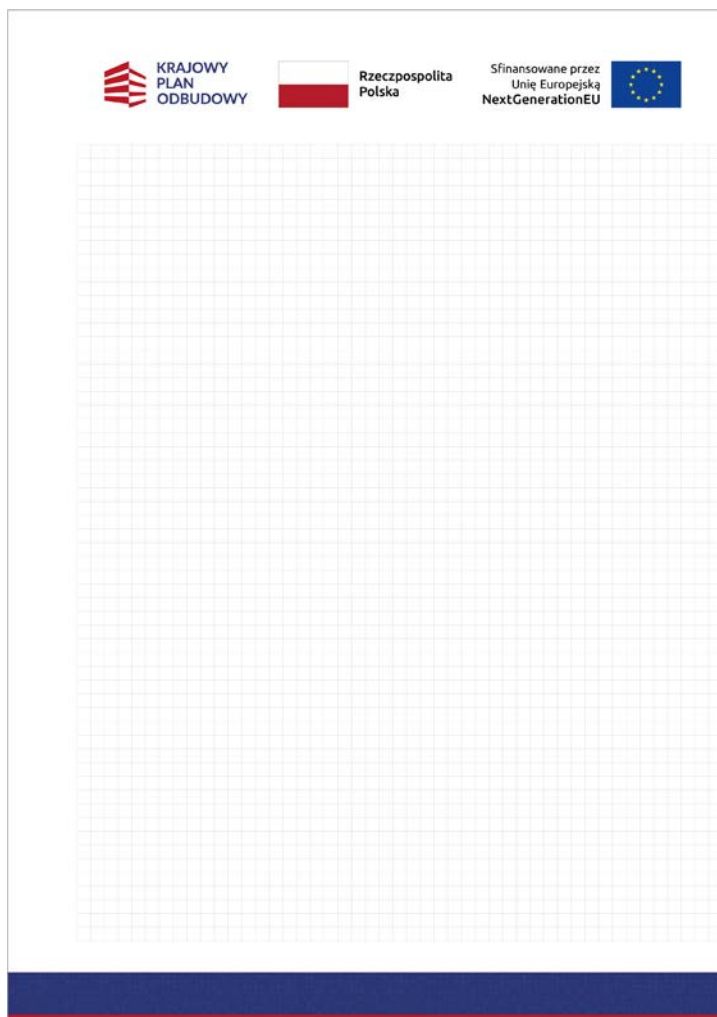


WERSJA 2



NOTATNIK

ROZMIAR A4, A5



KOLORY UZUPEŁNIAJĄCE

Kolory te wykorzystywane są do infografik i innych grafik komputerowych.

Wykorzystuje się je wszędzie tam, gdzie potrzebne są dodatkowe kolory.



CMYK: 100, 42, 0, 25

PANTONE: Process Blue C

RGB: 0, 112, 192

HTML: #0066CC

HEX: #0070C0

RAL: 5023



CMYK: 0, 0, 0, 62

PANTONE: 425 C

RGB: 96, 96, 96

HTML: #666666

HEX: #606060

RAL: 7012



CMYK: 0, 98, 90, 35

PANTONE: 7628 C

RGB: 165, 3, 16

HTML: #990000

HEX: #a50310

RAL: 3000



CMYK: 0, 84, 43, 31

PANTONE: 675 C

RGB: 176, 29, 100

HTML: #993366

HEX: #B01D64

RAL: 4010

GRADIENTY UZUPEŁNIAJĄCE

Gradientów używa się wszędzie tam, gdzie chce się uatrakcyjnić plik graficzny (np. na aplach).

Stosuje się gradient promienisty, w dowolnej konfiguracji ustawienia kąтового.



GRADIENT PROMIENISTY

CMYK: 89, 86, 20, 6
RGB: 26, 36, 192

CMYK: 100, 90, 36, 29
RGB: 0, 18, 116



GRADIENT PROMIENISTY

CMYK: 26, 100, 90, 26
RGB: 140, 0, 19

CMYK: 17, 100, 90, 7
RGB: 197, 0, 24

REGULAMIN KORZYSTANIA ZE ZNAKU KRAJOWEGO PLANU ODBUDOWY I NEXT GENERATION EU

§ 1

Niniejszy Regulamin (dalej: Regulamin) określa zasady korzystania ze znaku Krajowego Planu Odbudowy (dalej: znak KPO) i NextGenerationEU (dalej: znak NGEU).

§ 2

1. Celem stosowania znaku KPO i znaku NGEU jest poinformowanie opinii publicznej o współfinansowaniu przedsięwzięcia ze środków UE w ramach Krajowego Planu Odbudowy.
2. Stosowanie znaków polega na oznaczeniu m.in. materiałów informacyjnych i promocyjnych, dokumentów, stron internetowych i profili w mediach społecznościowych, miejsc, przedmiotów, sprzętów i obiektów w ramach realizacji reform, inwestycji i przedsięwzięć, zgodnie ze Strategią Promocji i Informacji Krajowego Planu Odbudowy i Zwiększania Odporności.
3. Uwzględniając regulacje ust. 2, znak KPO może być wykorzystywany w mediach do ilustrowania materiałów o tematyce związanej ze wsparciem z KPO.
4. Księga wizualizacji KPO oraz pliki ze znakiem KPO i znakiem NextGenerationEU w polskiej i angielskiej wersji językowej dostępne są do pobrania na stronie internetowej:
www.funduszeuropejskie.gov.pl/kpo.

§ 3

1. Znak KPO i znak NGEU może być wykorzystywany wyłącznie przez podmioty do tego zobowiązane w tym:
 - a. instytucje odpowiedzialne za inwestycje lub reformy oraz jednostki wspierające;
 - b. odbiorców ostatecznych wsparcia realizujących przedsięwzięcia finansowane z KPO;
 - c. podmioty współpracujące z ww. instytucjami i/lub ostatecznymi odbiorcami, wykonujące na ich rzecz na podstawie umów lub porozumień zadania związane z realizacją przedsięwzięć.
2. Pobranie znaku KPO i znaku NGEU, jego wykorzystywanie jest równoznaczne z akceptacją postanowień niniejszego Regulaminu. Podmiot korzystający ze znaku KPO i znaku NGEU ma obowiązek dbać, by nie był on wykorzystywany w sposób sprzeczny z Regulaminem, w szczególności by nie był umieszczany w publikacjach i materiałach naruszających prawo.
3. Podmioty wykorzystujące znak KPO i znak NGEU zobowiązane są do przestrzegania wymogów graficznych (wymiary, kolorystyka, rozmieszczenie, tło, miejsca umieszczenia, pole ochronne, współwystępowanie z innymi znakami itp.) zgodnie z zasadami opisanymi w Księdze wizualizacji KPO.
4. Znak KPO i znak NGEU musi być używany w sposób

uniemożliwiający ich zniekształcenie. W szczególności zabrania się usuwania bądź dodawania jakichkolwiek elementów słownych lub graficznych do znaku KPO i znaku NGEU z wyłączeniem sytuacji opisanych w Księdze wizualizacji KPO, z zastrzeżeniem § 4 ust. 5.

5. Znak KPO i znak NGEU nie może być częścią żadnego innego logo i nie może być umieszczany obok innych znaków graficznych poza sytuacjami wskazanymi w Księdze wizualizacji KPO.

§ 4

1. Stosowanie znaku KPO i znaku NGEU do celów innych niż wymienione w § 2 ust. 1 i 2 oraz przez podmioty inne niż określone w § 3 ust. 1 wymaga uzyskania pisemnej zgody ministra właściwego do spraw rozwoju regionalnego – Instytucji Koordynującej Krajowy Plan Odbudowy (dalej: IK KPO).

2. IK KPO zastrzega sobie prawo do kontrolowania sposobu wykorzystania znaku KPO i znaku NGEU.

3. IK KPO określa szczegółowe wymogi wykorzystywania znaku KPO i NGEU, w tym dokonuje interpretacji w zakresie stosowania niniejszych zasad oraz regulacji zawartych w Księdze wizualizacji KPO.

4. W razie pytań lub wątpliwości dotyczących korzystania ze znaku KPO i NGEU należy kontaktować się:

- a. w przypadku instytucji funkcjonujących w systemie wdrażania KPO – z instytucją nadrzędną w systemie wdrażania KPO;
- b. w przypadku odbiorców ostatecznych – z instytucją, która przyznała dofinansowanie;
- c. w przypadku podmiotów współpracujących z instytucjami

lub beneficjentami – odpowiednio z instytucją/odbiorcą ostatecznym, z którymi podpisano porozumienie/umowę.

5. IK KPO może tworzyć lub wyrazić zgodę na tworzenie i wykorzystywanie dodatkowych znaków zgodnie z zasadami opisanymi w Księdze wizualizacji KPO na potrzeby identyfikacji wizualnej poszczególnych elementów służących realizacji KPO.

§ 5

IK KPO ma prawo do zmiany Regulaminu w każdym czasie, przy czym zmiany te obowiązują od chwili ogłoszenia, tj. zamieszczenia na stronie internetowej: www.funduszeuropejskie.gov.pl/kpo, chyba, że IK KPO postanowi inaczej.

§ 6

Regulamin ma zastosowanie od dnia zamieszczenia go na stronie internetowej: www.funduszeuropejskie.gov.pl/kpo.