



1 stycznia 2018 r



Komunikacja i widoczność

w działaniach zewnętrznych finansowanych przez UE

Wymagania dla partnerów wdrażających
(Projektowanie)

1. Wstęp	4
2. Planowanie komunikacji i widoczności	7
2.1 Kryteria planowania	8
2.1.1 Kryteria komunikacji i widoczności	8
2.1.2 Branding	9
2.1.3 Wyjątkowe sytuacje	10
2.2 Docelowi odbiorcy	10
2.3 Plan komunikacji i widoczności	11
2.4 Łączenie zasobów komunikacyjnych i zapewniających widoczność	12
2.5 Widoczność UE po zakończeniu etapu finansowanego przez UE	12
3. Wdrażanie komunikacji i widoczności	13
3.1 Komunikacja i widoczność online	14
3.1.1 Strony internetowe	14
3.1.2 Media społecznościowe	15
3.1.3 Elektroniczne biuletyny, artykuły online i blogi	15
3.2 Kampanie informacyjne, wydarzenia, wizyty, spotkania interesariuszy	16
3.3 Prasa i media	17
3.3.1 Komunikaty prasowe	17
3.3.2 Konferencje prasowe	17
3.3.3 Wizyty prasowe	17
3.4 Materiały audiowizualne, zdjęcia i inne produkcje	18
3.4.1 Wideo	18
3.4.2 Dźwięk	19
3.4.4 Inne rodzaje produkcji	19
3.5 Komunikacja i widoczność w druku	20
3.5.1 Biuletyny, ulotki, broszury i inne materiały drukowane	20
3.5.2 Wyświetlacze	21

3.5.3 Pojazdy, zaopatrzenie i wyposażenie	22
3.5.4 Artykuły papiernicze, wizytówki, papier firmowy itp.	22
3.6 Prawa własności intelektualnej	22
3.6.1 Własność partnera wdrażającego do wyników komunikacji	22
3.6.2 Prawo UE do wykorzystywania wyników komunikacji i wcześniej istniejących praw	22
3.6.3 Wskazanie i dowód przyznania wcześniej istniejących praw	24
3.6.4 Prawa osobiste twórców	24
3.6.5 Prawa do obrazu i nagrania dźwiękowe	24
3.6.6 Informacje o prawach autorskich	25
4. Raportowanie	26
4.1 Sprawozdawczość w zakresie komunikacji i widoczności	27
4.2 Widoczność raportów	27
5. Kwestie prawne i umowne	28
5.1 Prawny obowiązek informowania	29
5.1.1 Podstawa prawna	29
5.1.2 Wyjątki od wymagań dotyczących widoczności	29
5.2 Przepisy UE dotyczące tożsamości wizualnej	30
5.2.1 Godło UE	30
5.2.2 Zmiany i uzupełnienia	30
5.3 Objasnienia dotyczace Unii Europejskiej	31
5.4 Zastrzeżenia	32
5.5 Organizacje i agencje międzynarodowe państw członkowskich	32
5.6 Widoczność w konfiguracjach wielu dawców	33



01

Wprowadzenie

1. Wstęp

Unia Europejska (UE) finansuje operacje poza jej granicami (zwane „działaniami zewnętrznymi”) w odpowiedzi na międzynarodowe wyzwania i kryzysy oraz w celu propagowania swoich wartości, zmniejszania ubóstwa oraz przyczyniania się do pokoju i dobrobytu na świecie.¹

Skuteczna komunikacja dotycząca tych operacji pomaga podnosić świadomość na temat zewnętrznych polityk i działań Unii jako podmiotu światowego oraz zapewnia rozliczalność i przejrzystość wykorzystania funduszy UE dla podatników i obywateli krajów partnerskich.

Ogólnym celem tych wymogów w zakresie komunikacji i widoczności (zwanymi dalej „wymogami”) jest zapewnienie, aby wszelka komunikacja na temat działań zewnętrznych finansowanych przez UE była zgodna z wartościami i priorytetami politycznymi Unii oraz z innymi działaniami i wydarzeniami komunikacyjnymi związanymi z UE.

W szczególności wymagania mają na celu zapewnienie, że działania zewnętrzne będą w całości lub częściowo finansowane przez UE² obejmują środki informacyjne i komunikacyjne mające na celu informowanie określonych lub ogólnych docelowych odbiorców o powodach działania, wsparciu UE dla danego kraju lub regionu oraz wynikach i wpływie tego wsparcia.

Kraje partnerskie otrzymujące wsparcie budżetowe z Unii oraz organizacje i agencje międzynarodowe, które podpisały ramy UE lub umowy o delegowaniu zadań, są odesłane do postanowień tych umów dotyczących komunikacji i widoczności. Chociaż niniejszy dokument może dostarczyć przydatnych dodatkowych wskazówek w takich przypadkach, w których jego postanowienia są niezgodne z postanowieniami odpowiednich umów, pierwszeństwo mają te ostatnie.

Wymagania dotyczą zatem przede wszystkim projektów, tj. Dotacji, usług, dostaw i robót budowlanych ze środków UE udzielanych partnerom wdrażającym,³ niezależnie od tego, czy jest zarządzany bezpośrednio przez UE, czy przez inne strony. Partnerzy realizujący takie działania zewnętrzne finansowane przez UE są odpowiedzialni za nagłaśnianie tych działań oraz, bardziej ogólnie, wsparcie udzielane przez UE.

W dokumencie tym opisano zobowiązania prawne partnerów oraz obowiązkowe elementy komunikacji i działań promocyjnych, które muszą towarzyszyć wszystkim działaniom zewnętrznym finansowanym przez UE. O ile odnośne umowy i kontrakty nie stanowią wyraźnie inaczej, stanowią one zatem wiążące umownie ramy mające zastosowanie do wszystkich umów finansowych i umów (w tym zawartych z podwykonawcami), które odnoszą się do Wymagań, niezależnie od instytucji zamawiającej.

Tekst zawiera linki do dokumentów towarzyszących, które zawierają dodatkowe wskazówki.

¹ Traktat, rozdział I, art. 21: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=OJ:C:2016:202:TOC>

² W niniejszym dokumencie termin „finansowane przez UE” odnosi się do działań finansowanych zarówno w całości, jak i częściowo ze środków UE.

³ W niniejszym dokumencie „partner (wdrażający)” jest terminem ogólnym odnoszącym się do wszystkich beneficjentów dotacji, wykonawców, organizacji i agencji zaangażowanych w realizację częściowo lub w całości działań finansowanych przez UE.

Odniesienia w tym dokumencie do „Unii Europejskiej”, „Unii” lub „UE” odnoszą się do Delegatury UE lub departamentu Komisji Europejskiej odpowiedzialnych za dane działanie finansowane przez UE. Wszystkie działania komunikacyjne i informacyjne związane z działaniami finansowanymi przez UE muszą być prowadzone w ścisłej współpracy i koordynacji z odpowiednią delegaturą UE lub departamentem Komisji Europejskiej. W przypadku inicjatyw regionalnych obejmujących kilka krajów, poza główną delegaturą lub departamentem, muszą być zaangażowane przedstawicielstwa we wszystkich zainteresowanych krajach.

Niniejszy dokument zastępuje „Podręcznik dotyczący komunikacji i widoczności działań zewnętrznych Unii Europejskiej z 2010 r.” Oraz wszelkie inne wytyczne dotyczące komunikacji i widoczności działań zewnętrznych finansowanych przez UE, które zostały wcześniej opublikowane przez poszczególne departamenty UE. Wszelkie odniesienia do Podręcznika 2010 lub innych wytycznych dotyczących komunikacji i widoczności w Warunkach ogólnych oraz innej dokumentacji kontraktowej dotacji i umów podpisanych między UE a stronami trzecimi po opublikowaniu niniejszych Wymagań należy traktować jako odniesienia do niniejszych Wymagań.



02

Planowanie
Komunikacja i widoczność

Wszystkie środki i produkty dotyczące komunikacji i widoczności (C&V) muszą opierać się na planie komunikacji i widoczności opartym na rzetelnej analizie, właściwej kolejności i odpowiednim budżecie. W tym rozdziale omówiono kluczowe elementy i narzędzia procesu planowania C&V.

2.1 Kryteria planowania

2.1.1 Kryteria komunikacji i widoczności

Środki C&V towarzyszące działaniom finansowanym przez UE:

a) muszą być zaprojektowane jako część ustrukturyzowanego planu komunikacji i widoczności opracowanego przez zainteresowanego partnera, zawierającego następujące elementy:

- jasny cel komunikacyjny;
- dobrze zdefiniowani odbiorcy docelowi;
- kluczowe przesłania zgodne z ogólnymi celami UE (i, w miarę możliwości, strategiami komunikacyjnymi) w kraju / regionie partnerskim;
- oś czasu;
- budżet;
- kontekstowe kanały komunikacji;
- wskaźniki do monitorowania i oceny powodzenia i zasięgu działań C&V; wyznaczone
- punkt kontaktowy C&V.

b) muszą używać dokładnych i rzeczowych informacji;

do) muszą być odpowiednio zaplanowane i uporządkowane, ale także wykorzystywać wszelkie odpowiednie możliwości, które mogą się pojawić;

re) musi koncentrować się na ludziach, przyjmując w odpowiednich przypadkach podejście oparte na opowiadaniu historii, które kładzie nacisk na wpływ działania na życie poszczególnych osób, a nie na administracyjne cele pośrednie lub budżety;

mi) musi uwzględniać lokalny kontekst, zwyczaje i praktyki, ale bez uszczerbku dla podstawowych wartości i zasad UE;

fa) w miarę możliwości muszą używać lokalnego języka (języków);

sol) musi być dostosowany do używanych kanałów (np. media społecznościowe) i grupy docelowej (np. młodzież) pod względem stylu i rejestru;⁴

h) muszą być proporcjonalne do skali danego działania pod względem kosztów i korzyści;

ja) w stosownych przypadkach muszą być wykorzystywane poprzez partnerstwa z osobami i organizacjami, które mogą mieć potencjalny efekt mnożnikowy;

jot) muszą być ściśle skoordynowane z działaniami Unii Europejskiej, innymi działaniami finansowanymi przez UE, państwami członkowskimi UE i innymi zainteresowanymi stronami.

⁴Zobacz także jasne wskazówki UE dotyczące pisania pod adresem: https://ec.europa.eu/info/files/claaires-clear-writing-tips_en

Narzędziem używanym do definiowania, analizowania i wyrażania tych czynników do celów kontraktowych jest plan komunikacji i widoczności (sekcja 2.3).



2.1.2 Branding

Godło UE (sekcja 5.2) jest domyślną wizualną marką używaną do potwierdzania i reklamowania finansowego wsparcia Unii dla działań zewnętrznych.⁵

Żadne inne marki wizualne nie mogą być używane w tym celu. Wyjątki mogą być dozwolone tylko w bardzo rzadkich przypadkach, według wyłącznego uznania Unii Europejskiej. Wszystkie takie wyjątki wymagają uprzedniej pisemnej zgody UE.

Bezpośrednio poniżej lub obok godła UE wkład finansowy Unii należy oznaczyć słowami „Finansowany (lub, współfinansowany”, w stosownych przypadkach) przez Unię Europejską” (z pełnym wyrażeniem słów „Unia Europejska”). W stosownych przypadkach do finansowanych przez UE działań w tej dziedzinie można dodać szczegółowe odniesienie do pomocy humanitarnej lub ochrony ludności.

⁵Wytyczne dotyczące używania godła UE: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/use-emblem_en.pdf

Jeżeli zostanie to uznane za istotne dla zamierzonych odbiorców i skuteczne pod względem zwiększonego zasięgu i zaangażowania, partnerzy wdrażający mogą stworzyć specjalne logo lub inne znaki wizualne w celu zidentyfikowania konkretnych działań zewnętrznych finansowanych przez UE. W przypadku gdy takie logo i tytuły danych działań są używane w połączeniu z godłem UE, godło UE musi pozostać odrębne i oddzielne i nie może być łączone ani modyfikowane przez żaden inny znak wizualny, markę lub tekst. Partnerzy tworzący dedykowane logo programów lub inne znaki identyfikacji wizualnej do wykorzystania w połączeniu z godłem UE są odpowiedzialni za zapewnienie, że zostały podjęte wszystkie wymagane środki w odniesieniu do wszelkich powiązanych praw własności intelektualnej.

2.1.3 Wyjątkowe sytuacje

Kwestie bezpieczeństwa lub lokalne uwarunkowania polityczne mogą sprawić, że preferowane lub konieczne będzie ograniczenie działań związanych z komunikacją i widocznością w niektórych krajach lub obszarach (takich jak strefy kryzysowe lub konflikty) lub w określonych okresach (takich jak wybory).

W takich przypadkach grupa docelowa oraz narzędzia widoczności, produkty i kanały wykorzystywane do promocji danego działania będą określane indywidualnie dla każdego przypadku, w porozumieniu i porozumieniu z Unią Europejską.

Tam, gdzie wymagana jest szybka interwencja w odpowiedzi na nagły kryzys, nie jest konieczne natychmiastowe tworzenie pełnego planu komunikacji i widoczności. W takich sytuacjach jednak wsparcie UE musi być od początku odpowiednio wskazane.

Patrz także sekcja 5.1.2 (wyjątki od wymagań dotyczących widoczności).

2.2 Docelowi odbiorcy

Dokładne zidentyfikowanie właściwej grupy docelowej jest kluczem do skutecznej komunikacji. Głównymi odbiorcami docelowymi środków komunikacji i widoczności towarzyszących działaniom zewnętrznym finansowanym przez UE są mieszkańcy kraju lub regionu beneficjenta, dla których wynik działania będzie najbardziej widoczny i najbardziej bezpośrednio istotny. O ile pozwalają na to zasoby, środki komunikacji i promocji partnerów mogą być również skierowane do osób opiniotwórczych, decydentów i ogółu społeczeństwa w UE, chociaż nie są one zasadniczo głównymi odbiorcami.

W ramach tych ogólnych parametrów plany komunikacji i widoczności muszą jasno określać konkretnych odbiorców docelowych dla proponowanych środków i produktów komunikacji i widoczności. Wybór konkretnych odbiorców docelowych musi odzwierciedlać cel komunikacyjny określony w planie C&V. Tacy docelowi odbiorcy mogą obejmować:

- bezpośrednich i pośrednich beneficjentów danego działania;

- liderzy i inne wpływowe postacie, instytucje i organizacje, które mnożą dostarczane informacje;
- osoby spoza rządu i mediów, które mają udział w działaniu finansowanym przez UE lub są nim dotknięte.

2.3 Plan komunikacji i widoczności

Komunikacja zachodzi przez cały cykl projektu, a działania i produkty związane z komunikacją i widocznością muszą być starannie uporządkowane, aby osiągnąć maksymalny wpływ.

O ile wyraźnie nie uzgodniono inaczej z Unią Europejską, partnerzy muszą opracować plan komunikacji i widoczności (CVP) dla realizowanego przez siebie działania i uzyskać zgodę UE przed rozpoczęciem realizacji działań operacyjnych.⁶

CVP dla wszystkich działań, w tym działań regionalnych i tych, w których łączone są zasoby komunikacyjne i informacyjne, muszą dążyć do maksymalizacji synergii z odpowiednią ogólną strategią komunikacyjną UE.

Wszystkie działania i produkty związane z komunikacją i widocznością zawarte w planie muszą spełniać kryteria odpowiedniej komunikacji określone w sekcji 2.1.1.

Poziom szczegółowości planu musi być proporcjonalny do charakteru, zakresu i kosztów działań komunikacyjnych i promocyjnych oraz przewidywanych produktów.

CVP musi zawierać budżet. Skuteczna komunikacja na temat wsparcia UE jest zasadniczym elementem wdrażania, a wszystkie umowy dotyczące finansowania i delegacji oraz umowy o dotacje muszą zawierać szczegółowe postanowienia budżetowe dotyczące działań komunikacyjnych i promocyjnych, które są współmierne do skali, kontekstu i charakteru proponowanego działania.

Obowiązkowy wzór CVP musi zawierać następujące elementy:

Cele

1. Cel (e) komunikacji
2. Grupy docelowe
3. Kluczowe komunikaty według grup docelowych (w odniesieniu do celów operacyjnych działania)

Zajęcia

4. Zidentyfikowane narzędzia i kanały komunikacji
5. Główne przewidywane działania komunikacyjne i orientacyjny harmonogram

⁶Tam, gdzie wymagana jest szybka interwencja w odpowiedzi na nagły kryzys, nie trzeba natychmiast przygotowywać pełnego CVP. W takich przypadkach wsparcie UE musi być jednak odpowiednio widoczne od samego początku (zob. Również 2.1.3 o wyjątkowych sytuacjach)

Ocena

6. Wskaźniki według celu / grupy docelowej

7. Sposoby weryfikacji / informacji zwrotnej

Zasoby

8. Zasoby ludzkie: centralny punkt komunikacji

9. Zasoby finansowe: budżet przeznaczony na działania komunikacyjne

2.4 Łączenie zasobów komunikacyjnych i zapewniających widoczność

Środki komunikacji i widoczności towarzyszące różnym finansowanym przez UE działaniom zewnętrznym o tym samym lub podobnym zakresie geograficznym lub tematycznym można łączyć w celu poprawy wydajności operacyjnej lub strategicznej skuteczności i wpływu.

W takich przypadkach Unia Europejska może zdecydować o połączeniu budżetów komunikacyjnych i promocyjnych dwóch lub więcej oddzielnych działań finansowanych przez UE w jednym instrumencie finansowym.⁷

W przypadku gdy budżety na komunikację i promocję są w ten sposób łączone w części lub w całości, Unia będzie określać zakres, w jakim poszczególne projekty i programy wymagają osobnych CVP w każdym przypadku z osobna.

2.5 Widoczność UE po zakończeniu etapu finansowanego przez UE

Jeżeli działania są kontynuowane po zakończeniu etapu finansowanego przez UE, godło UE nie może zostać włączone do żadnych nowych działań komunikacyjnych towarzyszących działaniu po upływie sześciu miesięcy od zakończenia etapu finansowanego przez UE. Jedynymi wyjątkami są tablice pamiątkowe i tablice informacyjne.

Jednakże materiały informacyjne wydane w związku z działaniem po upływie sześciomiesięcznego okresu muszą zawierać następujące zdanie: "*Wcześniejsza faza tego projektu / programu (<data 1 - data 2>) była wspierana przez Unię Europejską*". Fraza ta musi być tak wyeksponowana, jak widoczność nadana wkładowi UE na etapie finansowanym przez UE.

W przypadku gdy darowizna na rzecz określonego podmiotu pojazdu lub pojazdów wykorzystywanych do realizacji działania finansowanego przez UE konkretnie stanowi jeden z rezultatów działania, partnerzy wdrażający są zobowiązani do usunięcia emblematu UE i innych znaków widoczności UE podczas przenoszenia własności pojazdów po zakończeniu działania.

⁷ Administracyjne i praktyczne implikacje łączenia puli omówiono w przewodniku, o którym mowa w sekcji 1.



03

Realizowanie
Komunikacja i widoczność

Różne etapy cyklu projektu mogą wymagać różnych wyników w zakresie komunikacji i widoczności. Poniższe sekcje zawierają instrukcje dotyczące korzystania z szeregu kanałów komunikacji i widoczności, narzędzi, działań i produktów. Jednak w dziedzinie, która nadal rozwija się dynamicznie, niemożliwe jest uwzględnienie wszystkich ewentualności, a środki C&V powinny z zasady być opracowywane zgodnie z najlepszymi praktykami i zdrowym rozsądkiem oraz w porozumieniu z UE.

3.1 Komunikacja i widoczność online

Informacje o działaniach zewnętrznych finansowanych przez UE są rozpowszechniane za pośrednictwem oficjalnych stron internetowych, platform internetowych i kont w mediach społecznościowych Unii. Na wniosek UE partnerzy wykonawczy są zobowiązani do dostarczenia odpowiednio sformatowanych treści i materiałów wizualnych do publikacji na odpowiednich stronach internetowych UE i na kontach w mediach społecznościowych.

Partnerzy muszą zamieścić informacje o działaniach finansowanych przez UE, które realizują na swoich stronach internetowych i na kontach w mediach społecznościowych, które muszą zawierać w widocznym miejscu godło UE wraz z tekstem potwierdzającym wsparcie Unii (sekcja 2.1.2) oraz zawierać linki do odpowiednich stron internetowych UE i kont w mediach społecznościowych.

3.1.1 Strony internetowe

Wszystkie oficjalne strony internetowe instytucji i agencji UE używają adresów URL w domenie drugiego poziomu " *europa.eu* ":

Jeżeli oprócz umieszczania na swoich stronach internetowych informacji o działaniach finansowanych przez UE, partnerzy wdrażający chcą utworzyć dedykowane, hostowane na zewnątrz strony internetowe (tj. Z adresami URL spoza „ *europa.eu* ” domain w przypadku określonych działań zewnętrznych finansowanych przez UE, takie strony internetowe nie mogą wykorzystywać oficjalnego *europa.eu* ”szablony domen, ale muszą spełniać kryteria odpowiedniej komunikacji i widoczności określone w sekcji 2.1. Muszą one w widocznym miejscu zawierać emblemat UE, któremu musi towarzyszyć tekst potwierdzający wsparcie Unii (sekcja 2.1.2), linki do odpowiednich stron internetowych UE oraz zastrzeżenie (sekcja 5.4).

Partnerzy muszą zapewnić aktualność informacji udostępnianych w takich witrynach oraz prawidłowe działanie wszystkich zamieszczonych linków. Kiedy działania finansowane przez UE dobiegają końca, partnerzy muszą dopilnować, aby takie strony internetowe wskazywały, że nie są już aktywne lub aktualizowane. Jeśli działania są kontynuowane bez finansowania UE, partnerzy muszą postępować zgodnie z instrukcjami podanymi w sekcji 2.5.

Po zakończeniu działań zewnętrznych finansowanych przez UE partnerzy wdrażający muszą udostępnić UE wszystkie kluczowe materiały i dokumentację wygenerowaną w ramach działania (zdjęcia, filmy i wyniki techniczne, takie jak badania i materiały szkoleniowe) w odpowiednim formacie.

3.1.2 Media społecznościowe

Jeżeli oprócz umieszczania informacji o działaniach finansowanych przez UE na swoich macierzystych kontach w mediach społecznościowych, partnerzy wdrażający chcą ustanowić specjalne konta w mediach społecznościowych dla określonych działań zewnętrznych finansowanych przez UE, konta takie muszą spełniać kryteria odpowiedniej komunikacji i widoczności określone w sekcji 2.1 oraz z najlepszymi praktykami dla danego kanału mediów społecznościowych. Muszą one w rozpoznawalny sposób należeć do wspieranych działań i być bezpośrednio identyfikowalne z nimi, a także muszą zawierać w widocznym miejscu godło UE wraz z tekstem potwierdzającym wsparcie Unii Europejskiej (sekcja 2.1.2), linki do odpowiednich kont w mediach społecznościowych UE i stron internetowych, oraz zrzeczenie się odpowiedzialności (sekcja 5.4).



Partnerzy muszą upewnić się, że informacje podawane przez takie konta są aktualne, a wszystkie prezentowane linki działają poprawnie. Po zakończeniu finansowanych przez UE działań zewnętrznych z dedykowanymi kontami w mediach społecznościowych partnerzy wdrażający muszą dopilnować, aby konta te wyraźnie wskazywały (np. W opisie profilu), że nie są już aktywne lub zaktualizowane. Jeśli działania są kontynuowane bez finansowania UE, partnerzy muszą postępować zgodnie z instrukcjami podanymi w sekcji 2.5.

3.1.3 Elektroniczne biuletyny, artykuły online i blogi

Partnerzy opracowujący i rozpowszechniający biuletyny elektroniczne, artykuły online i posty na blogach w celu informowania zainteresowanych stron o działaniach zewnętrznych finansowanych przez UE muszą spełniać kryteria odpowiednich

komunikacja i widoczność określone w sekcji 2.1 niniejszych Wymagań oraz z najlepszymi praktykami dla danego kanału komunikacji.

Zrzeczenie się odpowiedzialności (sekcja 5.4) musi wyraźnie wskazywać, że dany biuletyn, artykuł internetowy lub wpis na blogu niekoniecznie odzwierciedla poglądy Unii Europejskiej.

3.2 Kampanie informacyjne, wydarzenia, wizyty, spotkania interesariuszy

Kampanie informacyjne, wydarzenia, wizyty na wysokim szczeblu i spotkania interesariuszy podlegają kryteriom odpowiedniej komunikacji i widoczności określonym w sekcji 2.1 niniejszych Wymagań. Stosowanie haseł, sloganów i logo znajduje się w sekcji 2.1.2.

Delegatura UE akredytowana w kraju beneficjenta musi być ściśle zaangażowana w przygotowanie i realizację takich wydarzeń, w tym w kontakty z mediami.

Kampanie

Kampanie informacyjne prowadzone przez partnerów realizujących działania finansowane przez UE, które łączą cele operacyjne tych działań z ogólnymi celami UE w danym kraju lub regionie lub które podkreślają osiągnięcia konkretnych działań lub ogólne partnerstwo UE z tym krajem lub regionem, musi być zatwierdzony przez Unię i koordynowany z nią.

Wydarzenia, wizyty

Wydarzenia publiczne (takie jak konferencje, warsztaty, seminaria, debaty, kursy szkoleniowe, targi i wystawy), które są finansowane z budżetu C&V danego działania finansowanego przez UE w celu upublicznienia celów lub osiągnięć działania, muszą być zatwierdzone przez i koordynowane z: Unia Europejska, niezależnie od tego, czy wydarzenie jest organizowane bezpośrednio przez partnera wdrażającego, czy nie.

Godło UE (sekcja 5.2.1) musi być umieszczone w widocznym miejscu w materiałach, w Internecie iw miejscach, aby zapewnić, że osoby biorące udział w takich wydarzeniach są świadome wsparcia finansowego UE.

Organizując prestiżowe wizyty wyższych urzędników, przywódców politycznych i innych osób publicznych w miejscach, w których prowadzone są działania finansowane przez UE, partnerzy muszą współpracować z UE w celu zorganizowania odpowiednich relacji za pośrednictwem komunikatów prasowych, wydarzeń medialnych, relacji online i okazji do robienia zdjęć.

3.3 Prasa i media

3.3.1 Komunikaty prasowe

Komunikaty prasowe mogą być wydawane, na przykład przy rozpoczęciu działania, w celu podkreślenia jego celów, beneficjentów i budżetu oraz partnerstwa UE z danym krajem lub regionem, a po zakończeniu działania, w celu nagłośnienia wyników i osiągnięć działania .

Partnerzy, którzy chcą wydawać komunikaty prasowe lub publicznie przedstawiać oświadczenia związane z realizowanym przez siebie działaniem finansowanym przez UE, muszą najpierw uzyskać zgodę UE na tekst. W przypadku gdy komunikat prasowy jest wydawany przez Unię, zainteresowany partner wykonawczy musi dostarczyć na żądanie wszystkie wymagane informacje techniczne i kontekst.

3.3.2 Konferencje prasowe

Konferencje prasowe organizowane w kontekście planu komunikacji i promocji (sekcja 2.3.2) działania finansowanego przez UE muszą być zawsze organizowane we współpracy z Unią. Na samej konferencji prasowej flaga UE musi być wywieszona, jeśli wyświetlane są inne flagi lub emblematy.

3.3.3 Wizyty prasowe

Wizyty mediów w miejscach, w których prowadzone są działania finansowane przez UE, muszą być zaplanowane w odpowiednim czasie i odpowiednio przygotowane. Zasadniczo grupom dziennikarzy wizytujących muszą towarzyszyć przedstawiciele UE.



3.4 Materiały audiowizualne, zdjęcia i inne produkcje

Materiały audiowizualne i fotograficzne muszą spełniać kryteria odpowiedniej komunikacji i widoczności określone w sekcji 2.1 oraz ogólnie uznawane standardy i najlepsze praktyki w danej dziedzinie.

Unia Europejska jest uprawniona do wykorzystywania lub powielania wszystkich materiałów audiowizualnych i fotograficznych wyprodukowanych z funduszy UE, zgodnie z sekcją 3.6 dotyczącą praw własności intelektualnej.

Dalsze wymagania dotyczące konkretnych produktów do komunikacji i widoczności przedstawiono poniżej.

3.4.1 Wideo

Filmy wyprodukowane w ramach działań zewnętrznych finansowanych przez UE muszą zostać zatwierdzone przez UE przed ich wyświetlaniem, transmisją lub dystrybucją. Muszą zawierać emblemat UE na początku i / lub na końcu produkcji, wraz z następującym tekstem:

' Ten [film / wideo /...] został wyprodukowany przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej '.

Zastrzeżenia muszą być zawarte w sposób wskazany w sekcji 5.4.

Partnerzy wdrażający muszą zapewnić, aby wszystkie takie produkcje wideo były udostępniane Unii Europejskiej w formacie określonym w umowie, wraz ze wszystkimi informacjami dotyczącymi ich emisji,

dystrybucja i zasięg oraz za pomocą odpowiednich metadanych opisowych w języku angielskim, w tym: tytułu, streszczenia, dat filmowania i produkcji, firmy produkcyjnej, reżysera i wersji językowych, a także scenariuszy i plików z napisami, jeśli są dostępne.

3.4.2 Dźwięk

Produkcje radiowe i inne produkcje audio produkowane w ramach działań zewnętrznych finansowanych przez UE muszą zostać zatwierdzone przez UE przed ich emisją lub dystrybucją. Muszą zawierać następującą frazę:

' Ten [program /...] powstał przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej '.

Zastrzeżenia muszą być zawarte w sposób wskazany w sekcji 5.4.

Partnerzy wdrażający muszą zapewnić, aby kopie takich produkcji audio były udostępniane Unii Europejskiej w formatach określonych w umowie, wraz ze wszystkimi informacjami dotyczącymi ich nadawania, dystrybucji i zasięgu oraz za pomocą odpowiednich metadanych opisowych w języku angielskim, w tym: tytuł, streszczenie, daty nagrania i produkcji, firma produkcyjna, reżyser i wersje językowe.

3.4.3 Fotografia

Postęp, wyniki i wpływ działań finansowanych przez UE i powiązanych wydarzeń muszą, tam gdzie to stosowne i możliwe, zostać udokumentowane zdjęciami w celu późniejszego wykorzystania w działaniach komunikacyjnych i produktach.

Kopia wszystkich zdjęć wykonanych w ramach działań zewnętrznych finansowanych przez UE musi zostać udostępniona Unii Europejskiej w formacie określonym w umowie.

Do fotografii należy dołączyć IPTC⁸ metadane lub oddzielny plik metadanych w języku angielskim z wyszczególnieniem (dla każdego obrazu) nazwiska fotografa, daty produkcji, miejsca produkcji i krótkiego opisu zdjęcia, w tym nazwisk i funkcji wszelkich możliwych do zidentyfikowania osób.

3.4.4 Inne rodzaje produkcji

W przypadku tradycyjnych i mało zaawansowanych technologicznie produkcji i akcji C&V wyprodukowanych z funduszy UE (takich jak teatr, pantomima, *grioci*, heroldowie i artyści uliczni), możliwości promowania widoczności UE muszą być określone indywidualnie dla każdego przypadku w porozumieniu z Unią Europejską.

⁸ Międzynarodowa Rada ds. Prasy i Telekomunikacji

3.5 Komunikacja i widoczność w druku



Drukowane materiały informacyjne i promocyjne wyprodukowane z funduszy UE muszą w widocznym miejscu zawierać emblemat UE (sekcja 5.2.1).

3.5.1 Biuletyny, ulotki, broszury i inne materiały drukowane

Podczas gdy media i praktyki rozpowszechniania informacji docelowych odbiorców muszą być brane pod uwagę, biuletyny, ulotki, broszury i inne materiały drukowane (w tym artykuły prasowe, czasopisma i komentarze) muszą być domyślnie rozpowszechniane w formie elektronicznej za pośrednictwem stron internetowych, media, e-mail itp., na podstawie planu C&V danego działania (patrz także 3.1.3). Wszelkie wersje papierowe muszą być produkowane z uwzględnieniem najlepszych praktyk środowiskowych.

Biuletyny, ulotki, broszury i inne materiały drukowane muszą spełniać kryteria odpowiedniej komunikacji i widoczności określone w sekcji 2.1 oraz ogólnie uznawane standardy i najlepsze praktyki w danej dziedzinie.

Jeśli biuletyny, ulotki, broszury i inne materiały drukowane opracowane przez partnera zawierają definicję Unii Europejskiej (zob. Sekcja 5.3), na okładce lub na pierwszej stronie należy wyraźnie wskazać publikację jako część działania finansowanego przez UE. Dolny baner na przedniej lub tylnej stronie musi zawierać wyłączenie odpowiedzialności (sekcja 5.4).

Elektroniczne oraz, jeśli są dostępne, papierowe kopie publikacji wydanych w kontekście działań zewnętrznych finansowanych przez UE muszą zostać zatwierdzone przez Unię Europejską przed publikacją.

3.5.2 Ekrany

3.5.2.1 Panele wyświetlacza

Panele prezentacyjne muszą określać kluczowe produkty i struktury zarządzania projektami działań finansowanych przez UE, do których się odnoszą. Muszą być dobrze widoczne, aby przechodnie mogli je przeczytać i zrozumieć charakter działania i rolę UE jako donatora. Tablice informacyjne muszą być ustawione obok dróg dojazdowych do miejsca akcji i muszą pozostać na miejscu od rozpoczęcia akcji do sześciu miesięcy po jej zakończeniu.

Partnerzy muszą również tworzyć panele ekspozycyjne podczas promowania działań finansowanych przez UE na wystawach lub imprezach oraz przy wejściach do ośrodków szkoleniowych, recepcjach biurowych itp.

Jeżeli UE jest jedynym donatorem wspierającym działanie, emblemat UE (sekcja 5.2.1) musi pojawić się na panelu wyświetlacza w miejscu, w którym będzie najlepiej widoczny. W przypadku wielu darczyńców emblemat UE musi być co najmniej tak widoczny, jak symbole innych partnerów finansowych, a umiejscowienie emblematów na panelu musi zostać ustalone w porozumieniu ze wszystkimi darczyńcami.

3.5.2.2 Banery

W przypadku banerów plastikowych lub tekstylnych tworzonych jako tło dla specjalnych wydarzeń, takich jak inauguracje i konferencje, oraz w przypadku gdy UE jest jedynym darczyńcą wspierającym działanie, emblemat UE (sekcja 5.2.1) musi znajdować się na banerze w miejscu, w którym będzie najlepiej widoczny. W przypadku wielu darczyńców emblemat UE musi być co najmniej tak widoczny, jak symbole innych partnerów finansowych, a umiejscowienie emblematów na sztandarze należy ustalić w porozumieniu ze wszystkimi darczyńcami.

3.5.2.3 Tablice pamiątkowe

Wkład UE w budowę stałych konstrukcji, takich jak domy, przychodnie, fabryki, instytucje, ośrodki szkoleniowe, drogi i mosty, musi zostać potwierdzony trwałymi tablicami pamiątkowymi. Należy je umieścić np. Podczas ceremonii otwarcia, w najbardziej widocznej części konstrukcji, np. Przy wejściu głównym lub przed budynkiem.

Tablica musi zawierać następujące zdanie: " *Ten [rodzaj konstrukcji] został zbudowany przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej* ".

W przypadku gdy UE jest jedynym donatorem, emblemat UE (sekcja 5.2.1) musi znajdować się na tablicy w najbardziej widocznym miejscu. W przypadku wielu darczyńców godło UE musi być co najmniej tak widoczne, jak symbole innych partnerów finansowych, a umiejscowienie emblematów na sztandarze należy ustalić w porozumieniu ze wszystkimi darczyńcami.

3.5.3 Pojazdy, zaopatrzenie i wyposażenie

Wszystkie pojazdy wykorzystywane w działaniach finansowanych przez UE muszą być wyraźnie oznaczone i w widoczny sposób opatrzone godłem UE i zwrotem „ *Przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej* ” w języku operacyjnym programu UE oraz w języku lokalnym. Inne emblematy, takie jak logo partnera wdrażającego i innych darczyńców, mogą pojawiać się na pojazdach, ale emblemat UE musi być eksponowany co najmniej tak samo, jak logo innych partnerów. Zob. Również sekcja 2.5, aby zapoznać się z zasadami dotyczącymi widoczności pojazdu po zakończeniu działania.

O ile Unia nie postanowi inaczej, wszelkie dostawy lub sprzęt dostarczone w ramach działania finansowanego przez UE muszą być wyraźnie oznaczone i muszą być umieszczone w widocznym miejscu godła UE i wyrażenia „ *Przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej* ” w języku operacyjnym programu UE oraz w języku lokalnym.

3.5.4 Artykuły papiernicze, wizytówki, papier firmowy itp.

Jeżeli tytuł działania finansowanego przez UE jest wymieniony na materiałach piśmiennych (na przykład w nagłówkach listów firmowych, tematach korespondencji, stronach tytułowych faksu, wizytówkach i podpisach e-mailowych) używanych przez partnera wdrażającego, musi mu towarzyszyć zwrot „ *Ten projekt / program jest finansowany / współfinansowany przez Unię Europejską* ” lub odpowiednie słowa. W żadnych okolicznościach godło UE nie może być umieszczane na wizytówkach partnerów, materiałach piśmiennych ani w korespondencji (pocztą lub e-mailem).

3.6 Prawa własności intelektualnej

3.6.1 Odpowiedzialność partnera wdrażającego za wyniki komunikacji

O ile Unia Europejska nie postanowi inaczej przed rozpoczęciem danego działania, partnerzy wdrażający zachowują pełne prawo własności oraz prawa własności przemysłowej i intelektualnej do wszystkich materiałów i produktów („wyników”) związanych z komunikacją i widocznością (C&V) opracowanych w ramach wsparcia. działań zewnętrznych finansowanych przez UE objętych tymi wymogami.

3.6.2 Prawo UE do wykorzystywania wyników komunikacji i wcześniej istniejących praw

Partnerzy wykonawczy udzielają Unii nieodpłatnej, niewyłącznej i nieodwoławczej licencji na korzystanie ze wszystkich materiałów i produktów („wyników”) służących do komunikacji i promocji, opracowanych w celu wsparcia działań zewnętrznych finansowanych przez UE objętych niniejszymi wymogami, w celu:

- (za) do użytku wewnętrznego: w szczególności UE ma prawo do udostępniania tych wyników instytucjom i agencjom UE i państw członkowskich UE oraz ich pracownikom, aw tym celu do kopiowania i powielania wyników w całości lub w części w nieograniczonej liczbie kopii ;
- (b) zwielokrotnianie: UE ma prawo zezwolić na bezpośrednio lub pośrednio, tymczasowe lub trwałe zwielokrotnianie tych wyników w jakikolwiek sposób (mechaniczny, cyfrowy lub inny) iw dowolnej formie, (do)w całości lub w części; publiczne udostępnianie: UE ma prawo zezwalać na wszelkie pokazy, przedstawienia lub inne formy publicznego udostępniania tych wyników za pomocą wszelkich środków przekazu, w tym drogą przewodową lub bezprzewodową, internetu i kabla oraz komunikacja i nadawanie satelitarne;
- (re) rozpowszechnianie: UE ma prawo zezwalać na wszelkie formy publicznego rozpowszechniania tych wyników - lub ich kopii -;
- (mi) adaptacja: UE ma prawo zezwolić na wszelkie modyfikacje tych wyników;
- (fa) tłumaczenie: UE ma prawo zezwalać na wszelkie tłumaczenia, adaptacje i ustalenia, tworzenie dzieł pochodnych i wszelkie inne zmiany tych wyników, pod warunkiem, że w stosownych przypadkach szanowane są autorskie prawa osobiste;
- (sol) sublicencjonowanie: UE ma prawo do udzielania sublicencji stronom trzecim na sposoby eksploatacji określone w lit. a) - f);
- (h) przechowywanie i archiwizacja: UE ma prawo do przechowywania i archiwizowania tych wyników zgodnie ze swoimi wewnętrznymi zasadami zarządzania dokumentami, w tym poprzez digitalizację lub konwersję formatu w celu zachowania lub ponownego wykorzystania;
- (ja) ponowne wykorzystywanie dokumentów: jeżeli wyniki przyjmują formę dokumentów, UE ma prawo zezwolić na ich ponowne wykorzystanie zgodnie z decyzją Komisji 2011/833 / UE z dnia 12 grudnia 2011 r. w sprawie ponownego wykorzystywania dokumentów Komisji, jeżeli ta decyzja ma zastosowanie i dokumenty są objęte jej zakresem i nie są wyłączone na mocy żadnego z jej przepisów. Do celów niniejszego przepisu terminy „ponowne wykorzystanie” i „dokument” mają znaczenie nadane im w decyzji 2011/833 / UE.

Niniejsza licencja obejmuje wszystkie terytoria na całym świecie i jest ważna przez okres ochrony praw własności intelektualnej.

Powyższe sposoby eksploatacji mogą zostać dalej rozwinięte, uszczegółowione i określone w konkretnych umowach o dotację lub umowach, które mogą przewidywać dalsze tego rodzaju prawa UE.

Partnerzy wdrażający muszą zapewnić, że wcześniej istniejące prawa uwzględnione w wynikach działania są wolne od roszczeń twórców lub jakichkolwiek innych osób trzecich oraz że Unia ma prawo do korzystania z tych wcześniej istniejących praw. Wcześniej istniejące prawa mogą być wykorzystywane do tych samych celów i na takich samych warunkach, jakie mają zastosowanie do praw do wykorzystywania wyników działania w zakresie komunikacji i widoczności, chyba że w umowach o dotację lub kontraktach, o których mowa, określono inaczej.

3.6.3 Wskazanie i dowód przyznania wcześniej istniejących praw

Partnerzy wdrażający muszą sporządzić listę wszystkich wcześniej istniejących praw do komunikacji i wyników działania, określając właścicieli tych praw. Partnerzy wdrażający muszą dostarczyć UE tę listę najpóźniej w momencie składania wniosków o wypłatę salda.

Na pisemny wniosek UE partnerzy wdrażający muszą przedstawić dowody, że posiadają lub mają prawo do korzystania ze wszystkich wcześniej wymienionych praw, z wyjątkiem tych, które są własnością Unii Europejskiej lub są przez nią licencjonowane.

3.6.4 Prawa osobiste twórców

Zapewniając komunikację i wyniki działań zewnętrznych finansowanych przez UE, partnerzy wykonawczy zapewniają, że zainteresowani twórcy nie będą sprzeciwiać się następującym ze względu na ich autorskie prawa osobiste:

- a) że ich nazwiska mogą być wymienione lub niewymienione, gdy wyniki są prezentowane publicznie;
- (b) że wyniki mogą być rozpowszechniane lub nie po ich dostarczeniu w ostatecznej wersji do Unia Europejska;
- c) aby wyniki można było dostosować zgodnie z sekcją 3.6.2 niniejszych wymagań, pod warunkiem że odbywa się to w sposób, który nie szkodzi czci ani reputacji twórców.

Jeżeli istnieją osobiste prawa osobiste do części wyników chronionych prawem autorskim, partnerzy wykonawczy muszą uzyskać zgodę zainteresowanych twórców na przyznanie lub zrzeczenie się odpowiednich osobistych praw osobistych zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, a na żądanie przedstawić w tym celu dowody w postaci dokumentów.

3.6.5 Prawa do obrazu i nagrania dźwiękowe

Jeżeli wizerunki osób fizycznych, ich głosy lub jakiegokolwiek inne prywatne cechy osobiste są rozpoznawalne w komunikacji i wynikach działania zewnętrznego finansowanego przez UE, partnerzy wdrażający muszą uzyskać oświadczenia od zainteresowanych osób (lub w przypadku nieletnich od osób sprawujących władzę rodzicielską) wyrażające zgodę na określone wykorzystanie ich wizerunku, głosu lub innego osobistego dobra osobistego oraz, na żądanie, przekazują Unii Europejskiej odpisy tych oświadczeń. Partnerzy muszą podjąć niezbędne kroki w celu uzyskania takiej zgody zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa.

3.6.6 Informacje o prawach autorskich

Informacje o prawach autorskich muszą być zawarte w komunikatach i wynikach widoczności działań zewnętrznych finansowanych ze środków UE, sformułowane w następujący sposób: „© - year - nazwa właściciela praw autorskich. Wszelkie prawa zastrzeżone. Licencja udzielona Unii Europejskiej na określonych warunkach”.



04

Raportowanie

4.1 Raportowanie dotyczące komunikacji i widoczności

Partnerzy muszą dopilnować, aby ich sprawozdania umowne zawierały szczegółowe sprawozdanie z realizacji planu komunikacji i promocji działania, oceniając wyniki i zasięg środków komunikacyjnych przeprowadzonych w celu wsparcia działania oraz odpowiednio ilustrując ich ocenę za pomocą wycinków prasowych, fotografii, próbki, pliki audio i wideo, transkrypcje itp.

Zgodnie z punktem 3.6, partnerzy muszą również zapewnić, zgodnie z punktem 3.6, poszanowanie praw autorskich do wszystkich materiałów wykorzystywanych do celów ilustracyjnych w ich raportowaniu.

4.2 Widoczność raportów

W zależności od rodzaju działań Unia Europejska wymaga różnego rodzaju raportów administracyjnych obejmujących fazę realizacji cyklu projektowego. We wszystkich przypadkach wymagany jest raport końcowy, w większości raporty okresowe / okresowe, a w niektórych przypadkach raporty wstępne. Unia wykorzystuje te sprawozdania do monitorowania i oceny realizacji i wyników działań finansowanych przez UE oraz do odpowiedniego informowania rządów krajów partnerskich, Parlamentu Europejskiego, podatników UE i innych zainteresowanych stron.

Szczegółowe wymagania dotyczące sprawozdawczości (treść, częstotliwość, procedury składania wniosków itp.) Są określone w ogólnych warunkach wszystkich umów i mogą różnić się w zależności od działania, ale wszystkie raporty administracyjne muszą zawierać okładkę z tytułem działania, umową numer referencyjny oraz datę złożenia raportu.

Godło UE (sekcja 5.2.1) musi znajdować się na przedniej okładce. W przypadku gdy zaangażowanych jest wielu darczyńców, emblemat UE musi być co najmniej tak eksponowany, jak symbole innych partnerów finansowych, a jego umiejscowienie na okładce musi być określone w porozumieniu z nimi. Godło partnera (-ów) wdrażającego (-ych) lub wykonawcy (-ów) może również znajdować się na przedniej okładce.

Tylna okładka raportu musi zawierać wyłączenie odpowiedzialności (patrz sekcja 5.4).



05

Prawne i
kwestie umowne

5.1 Prawny obowiązek komunikowania się

O ile Unia Europejska nie zażąda lub nie uzgodni inaczej, i zgodnie z Warunkami ogólnymi wszyscy partnerzy UE, czy to wykonawcy, beneficjenci dotacji czy podmioty zarządzające środkami w imieniu Unii, muszą podjąć wszelkie kroki niezbędne do wyraźnego upublicznienia faktu, że Unia Europejska sfinansowała lub współfinansowała dane działanie. W szczególności wkład finansowy UE musi znajdować się we wszystkich informacjach przekazywanych końcowym beneficjentom działania, w sprawozdaniach wewnętrznych i rocznych oraz we wszelkich kontaktach z mediami. W stosownych przypadkach należy umieścić emblemat UE.

5.1.1 Podstawa prawna

Zobowiązanie UE, a co za tym idzie jej partnerów wykonawczych, do informowania o działaniach zewnętrznych finansowanych przez UE i zapewniania ich widoczności ma podstawę prawną w dokumentach regulujących współpracę i pomoc międzynarodową Unii, z których najważniejszym jest wspólne rozporządzenie wykonawcze 11 marca 2014⁹, Artykuł 4.5, którego treść brzmi następująco:

' Udzielając pomocy finansowej Unii, o której mowa w ust. 1, Komisja podejmuje w stosownych przypadkach wszelkie niezbędne środki w celu zapewnienia widoczności wsparcia finansowego Unii. Obejmuje to środki nakładające wymogi widoczności na odbiorców środków unijnych, z wyjątkiem należycie uzasadnionych przypadków. Komisja jest odpowiedzialna za monitorowanie przestrzegania tych wymagań przez odbiorców ”.

Podobnie, w zasadach stosowania rozporządzenia finansowego z dnia 29 października 2012 r. Obowiązkowe jest, aby wszystkie umowy umowne UE powierzające zadania związane z wykonaniem budżetu innym podmiotom i osobom zawierały postanowienia gwarantujące widoczność działań Unii.¹⁰

5.1.2 Wyjątki od wymagań dotyczących widoczności

Wyjątki od standardowych umownych zobowiązań dotyczących widoczności są przyznawane wyłącznie w indywidualnych przypadkach. Wszelkie takie wyjątki muszą być należycie uzasadnione i posiadać uprzednią pisemną zgodę Unii Europejskiej. Zakres wyjątku musi być określony w każdym przypadku: zwolnienie z wymagań dotyczących widoczności w terenie nie oznacza automatycznie wyłączenia z innych typów standardowej widzialności (patrz także sekcja 2.1.3 w sytuacjach wyjątkowych).

⁹ <http://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2014/236/oj?eliuri=eli:reg:2014:236:o>

¹⁰ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex%3A32012R1268>

5.2 Przepisy UE dotyczące tożsamości wizualnej



5.2.1 Godło UE

Wspólnym elementem oznaczającym wszystkie działania zewnętrzne finansowane przez UE jest emblemat UE:¹¹

Niezależnie od skali, zakresu lub celu działania, emblemat UE musi być widoczny i eksponowany - co najmniej tak samo wyeksponowany, jak symbol odnośnego partnera wdrażającego - na wszystkich materiałach komunikacyjnych i informacyjnych związanych z działaniem.

Godło UE jest głównym elementem tożsamości wizualnej Unii, a partnerzy muszą odnieść się do wytycznych dotyczących tożsamości wizualnej UE, które mają zapewnić jej prawidłowe użycie (zob. Również sekcja 2.1.2).

Międzyinstytucjonalny przewodnik stylistyczny¹² określa zasady używania i reprodukcji godła UE w następujący sposób:

- minimalna wysokość godła UE to 1 cm;
- nazwa Unii Europejskiej musi być zawsze podawana w całości;
- krój pisma używany w połączeniu z godłem UE musi być jednym z następujących: Arial, Calibri, Garamond, Trebuchet, Tahoma lub Verdana. Stosowanie kursywy, podkreślenia i efektów czcionek jest niedozwolone;
- nie ma szczególnych zasad dotyczących umiejscowienia tekstu w stosunku do godła UE, ale tekst nie może w żaden sposób kolidować, krzyżować lub zakrywać godła;
- rozmiar czcionki musi być proporcjonalny do rozmiaru godła;
- w zależności od tła kolor czcionki może być odblaskowy niebieski (ten sam kolor niebieski co flaga UE), czarny lub biały.

5.2.2 Zmiany i uzupełnienia

Gdy godło UE jest reprodukowane w jakimkolwiek przedstawieniu graficznym, musi być używane w całości, bez żadnych zmian lub dodatków. Prezentacja lub reprodukcja godła nie może zawierać flagi ani symbolu innego kraju, ofiarodawcy, agencji lub organizacji. Graficzne przedstawienie każdego z takich partnerów musi być wyświetlane osobno.

¹¹ Logotyp Komisji Europejskiej (nazwa instytucji ze stylizowanym przedstawieniem budynku Berlaymont) może nie być wykorzystywane w komunikacji z odbiorcami spoza UE.

¹² Widzieć: <http://publications.europa.eu/code/en/en-5000100.htm>

5.3 Wyjaśnienie Unii Europejskiej

Przekazując informacje o UE, jej instytucjach lub polityce w pisemnych komunikatach, partnerzy muszą zapewnić, że podane informacje są dokładne i poprawne. Każde z poniższych oświadczeń używanych przez partnerów musi być sporządzone w odpowiednim (-ych) języku (-ach) lokalnym (-ych) oraz w języku operacyjnym UE danego działania.

Ogólne oświadczenie o UE

Partnerzy lub wykonawcy, którzy chcą zawrzeć ogólne oświadczenie na temat UE w pisemnej korespondencji, mogą skorzystać z następującego standardowego oświadczenia ogólnego:

„Państwa członkowskie Unii Europejskiej postanowiły połączyć swoje know-how, zasoby i przeznaczenie. Razem stworzyli strefę stabilności, demokracji i zrównoważonego rozwoju, przy jednoczesnym zachowaniu różnorodności kulturowej, tolerancji i wolności jednostki. Unia Europejska jest zdecydowana dzielić się swoimi osiągnięciami i wartościami z krajami i narodami spoza jej granic”.

Alternatywne lub dodatkowe ogólne stwierdzenia, które mogą być odpowiednie, np. Dotyczące instrumentu finansującego działanie, bardziej ogólnych celów rozwoju lub współpracy UE lub konkretnego partnerstwa, muszą zostać wyraźnie zatwierdzone na piśmie przez Unię Europejską przed publikacją.

W przypadku pomocy humanitarnej i działań w zakresie ochrony ludności finansowanych przez Dyрекcję Generalną Unii Europejskiej ds. Ochrony Ludności i Pomocy Humanitarnej (DG ECHO) należy użyć następującego tekstu:

‘ Unia Europejska wraz ze swoimi państwami członkowskimi jest wiodącym światowym donatorem pomocy humanitarnej. UE pomaga co roku ponad 120 milionom ofiar konfliktów i katastrof. Z siedzibą w Brukseli i globalną siecią biur terenowych Unia zapewnia pomoc osobom najbardziej narażonym wyłącznie na podstawie potrzeb humanitarnych, bez dyskryminacji ze względu na rasę, przynależność etniczną, religię, płeć, wiek, narodowość czy przynależność polityczną”.

Definicje Unii Europejskiej i jej instytucji

Partnerzy, którzy chcą zawrzeć bardziej szczegółowe informacje o UE w swoich materiałach komunikacyjnych, muszą stosować oświadczenia zatwierdzone przez Unię Europejską i jej instytucje, chyba że Unia wyraźnie wydała inne instrukcje.

Łącza internetowe

Aby zapewnić dalsze informacje na temat instytucji i polityk UE, linki internetowe w publikacjach tworzonych przez partnerów wdrażających muszą odnosić się do oficjalnych źródeł UE, w szczególności <http://europa.eu> i / lub odpowiednią stronę internetową delegatury UE.

5.4 Zastrzeżenia

UE nie ponosi odpowiedzialności za treść materiałów komunikacyjnych przygotowanych przez partnerów wdrażających, z których wszystkie muszą zawierać standardowe wyłączenie odpowiedzialności, przetłumaczone na język (i) lokalny (-e) w stosownych przypadkach.

W przypadku publikacji w formie drukowanej lub elektronicznej:

„Niniejsza publikacja powstała przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej. Wyłącznie odpowiedzialność za jej treść ponosi <nazwa autora / partnera> i niekoniecznie odzwierciedla ona poglądy Unii Europejskiej”;

W przypadku stron internetowych i kont w mediach społecznościowych:

„Ta <witryna / konto> została stworzona i utrzymywana przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej. Wyłącznie odpowiedzialność za jego treść ponosi <nazwa autora / partnera> i niekoniecznie odzwierciedlają one poglądy Unii Europejskiej”

W przypadku filmów i innych materiałów audiowizualnych:

„Ten <wideo / film / program / nagranie> został wyprodukowany przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej. Za jego treść wyłączną odpowiedzialność ponosi <imię i nazwisko autora / partnera> i niekoniecznie odzwierciedlają one poglądy Unii Europejskiej”.

5.5 Międzynarodowe organizacje i agencje państw członkowskich

Unia Europejska zawiera umowy ramowe i umowy o delegowaniu zadań z organizacjami i agencjami międzynarodowymi państw członkowskich UE, które pomyślnie przeszły „ocenę filarową” zgodności ich wewnętrznych procedur zarządzania finansami, procedur administracyjnych i kontrolnych ze standardami wymaganymi do zarządzania funduszami UE.¹³

Umowy ramowe i umowy o delegowaniu zadań zawarte z partnerami „ocenianymi na podstawie filarów” zawierają szczegółowe przepisy dotyczące komunikacji i widoczności, które są zasadniczo dostosowane do tych wymogów. Jednak w przypadkach, gdy postanowienia wymagań są sprzeczne z odpowiednimi postanowieniami obowiązującej umowy ramowej lub umowy o delegowaniu zadań lub w inny sposób odbiegają od nich, pierwszeństwo ma ta ostatnia.

¹³ Patrz podstawa prawna w sekcji 5.1 powyżej.

5.6 Widoczność w konfiguracjach wielu dawców

W przypadku gdy wielu darczyńców wnosi wkład finansowy do działania współfinansowanego przez Unię Europejską, partner wiodący musi zapewnić, aby widoczność wsparcia UE była co najmniej taka sama jak innych darczyńców we wszystkich materiałach komunikacyjnych, wydarzeniach, kanałach itp. , objęte niniejszymi Wymaganiami.

W przypadku organizacji obejmujących wielu darczyńców prowadzonych przez partnera międzynarodowego, z którym Unia Europejska zawarła umowę ramową lub umowę o delegowaniu zadań (zob. Sekcja 5.5), zastosowanie mają postanowienia tej umowy dotyczące komunikacji i widoczności.

