

## **Dobre praktyki**

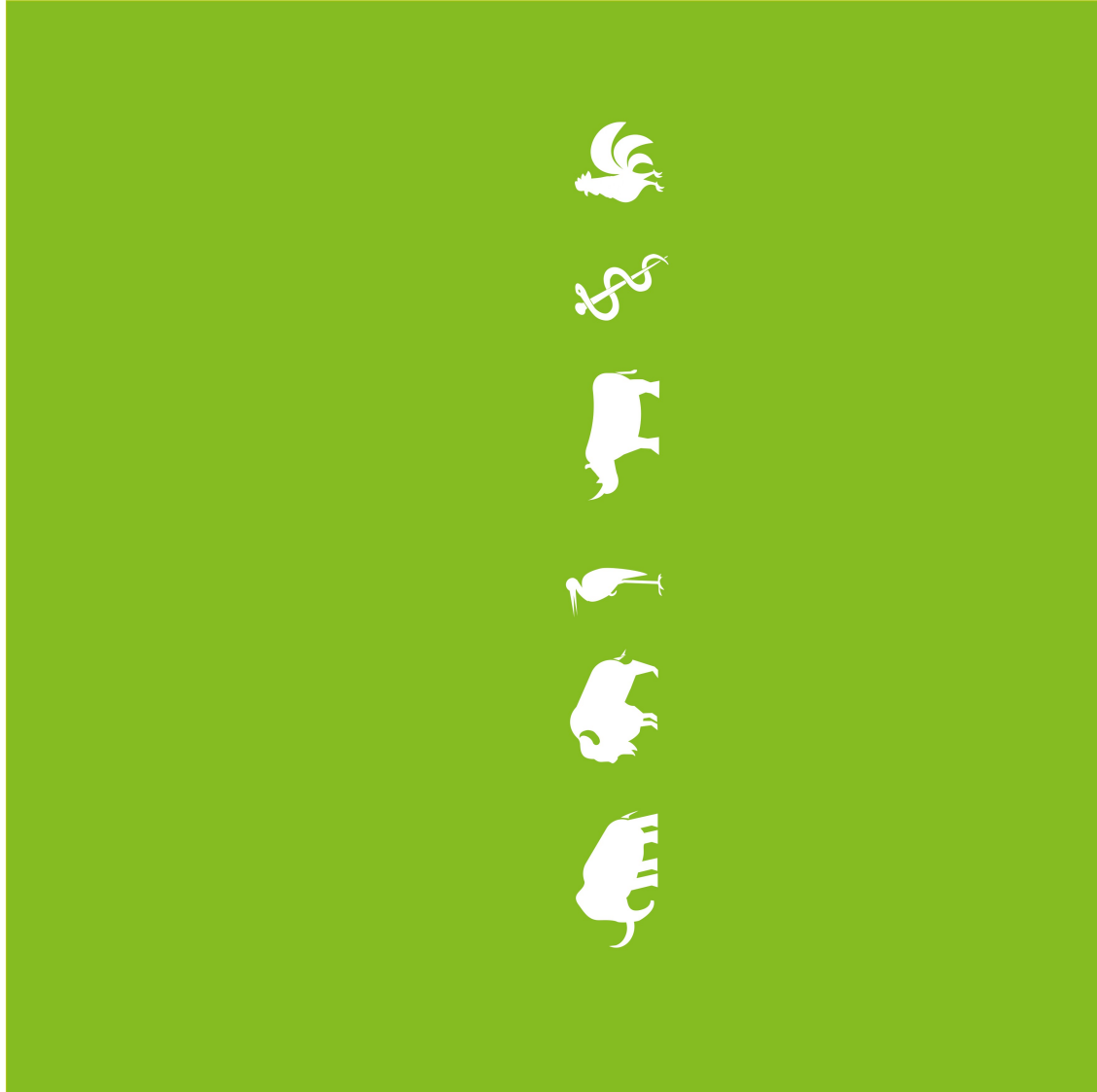
w promowaniu  
projektów unijnych  
wspieranych

z **Programu Infrastruktura i Środowisko**



## **przewodnik**

dla początkujących i średniozaawansowanych



## Wprowadzenie



Komunikacja, informacja, promocja, widoczność – to jedne z ważniejszych spraw przy prowadzeniu projektów, które są realizowane przy wsparciu Unii Europejskiej.

### Wprowadzenie

Komunikacja, informacja, promocja, widoczność – to jedne z ważniejszych spraw przy prowadzeniu projektów, które są realizowane przy wsparciu Unii Europejskiej. Znaczenie tego obszaru, który można nazwać „public relations projektu”, jest często umniejszane, mimo że zasady, które obowiązują każdego beneficjenta, stanowią nawet osobny załącznik do umowy o dofinansowanie. O konieczności prowadzenia adekwatnych działań promocyjnych informują też właściwie wszystkie najważniejsze dokumenty związane z unijnymi funduszami – od rozporządzenia ogólnego począwszy. W tle zawsze powinny być też wartości Unii Europejskiej, bo to o niej i znaczeniu Funduszy Europejskich dla nas wszystkich, chcemy tak naprawdę mówić, prowadząc działania promocyjne projektu.

W Programie Infrastruktura i Środowisko realizujemy wiele dużych, spektakularnych, ważnych inwestycji. Takich, o których się mówi, które codziennie spotyka się w drodze do pracy, z których korzysta się intensywnie – chociaż czasami może nieświadomie. Wbrew pozorom duże projekty wcale nie są łatwiejsze do pokazania. Jak np. sprawić, by kierowcy dowiedzieli się, że droga, którą właśnie podróżują, to efekt działania Funduszy Europejskich? Albo wielki park – jak turystom i spacerowiczom przekazać taką informację?

Kilkanaście lat obecności Funduszy Europejskich w Polsce pozwoliło już zgromadzić ogromne doświadczenie w promowaniu unijnego wkładu w polskie inwestycje. Warto sięgać po to doświadczenie, planując projekty na kolejne lata. Pytamy zatem tych, którzy wiedzą, jak skutecznie promować Fundusze Europejskie. My zapytaliśmy! O najlepszych, najskuteczniejszych i najciekawszych działaniach promocyjnych opowiedzieli beneficjenci Programu Infrastruktura i Środowisko. Specjalnie na potrzeby tego przewodnika.

Pytajmy tych, którzy wiedzą, jak skutecznie promować Fundusze Europejskie.

Do pewnych działań beneficjent jest zobowiązany, nie może z nich zrezygnować.



#### Najważniejsze zasady

**Do pewnych działań beneficjent jest zobowiązany, nie może z nich zrezygnować. Jest to przede wszystkim:**

- o oznaczenie konkretnymi logotypami strony internetowej, na której znalazła się informacja o prowadzonym projekcie
- o oznaczenie tymi logotypami również wszystkich materiałów i działań, które wiążą się z projektem – dokumentacji, materiałów informacyjnych (drukowanych lub elektronicznych)
- o informowanie o fakcie przyznania dofinansowania w czasie wystąpień publicznych – spotkania z mediami, konferencje
- o oznaczenie plakatem lub tablicą informacyjną miejsca realizacji projektu

**Co zrobić, żeby trzymać się tych zasad we właściwy sposób? Sięgać do źródeł! Są to:**

- o Umowa o dofinansowanie
- o Podrecznik wnioskodawcy i beneficjenta programów polityki spójności 2014-2020 w zakresie informacji i promocji
- o Strony internetowe instytucji pośredniczącej i zarządzającej
- o Szkolenia, które te instytucje organizują.

#### Praktyka czyni mistrza – najlepsze przykłady

W dalszej części tego przewodnika znajdują się przykłady, jak można poradzić sobie z promocją projektu dofinansowanego z Funduszy Europejskich. Z ok. 4 tysięcy projektów, które są lub były realizowane w Programie Infrastuktura i Środowisko, wybraliśmy tylko kilka – mamy nadzieję, że będą one bardzo inspirujące!

Zachęcamy do dalszych poszukiwań – świetnych przykładów dobrze prowadzonych działań informacyjno-promocyjnych jest naprawdę mnóstwo. Takie dobre praktyki będziemy publikować również na stronie internetowej <https://www.pois.gov.pl/strony/o-programie/projekty/dobre-praktyki-w-informacji-i-promocji/>



Zobacz sam!



1. Nie taki mamut straszny, jak go malują

str. 7



2. „Zróbże minę uprzejmą, żubrze”

str. 13



3. Fundusze Europejskie uskrzydlaią

str. 23



4. Na rogato

str. 31



5. Każdy ma swoją opowieść,  
czyli jak ożywić historię

str. 41



6. Najważniejszy jest pomysł. I plan!

str. 49

Wiele przedsięwzięć nie ujrzałoby światła dziennego bez dofinansowania Funduszy Europejskich. Albo ich realizacja byłaby możliwa, ale w mniejszym zakresie. Warto o tym mówić głośno. Dlatego tak ważną jest promocja projektów, które uzyskały wsparcie unijne.

Projekt „BocianiMy w Lasach. Dobre praktyki ochrony i zarządzania populacją bociana czarnego *Ciconia nigra* na terenach leśnych” mógł być po prostu zadaniem badawczym, którym pasjonują się naukowcy. Jego efekty oczywiście posłużyłyby ochronie rzadkiego gatunku, ale czy ktoś poza garstką zaangażowanych w projekt zapalczów w ogóle by o nim usłyszał?

Czy projekt „BocianiMy w Lasach” miałby szansę na realizację, gdyby nie pieniądze z Funduszy Europejskich Programu Infrastruktura i Środowisko?

Dariusz Anderwald, pomysłodawca i kierownik projektu „BocianiMy w Lasach”, pracownik Leśnego Zakładu Doswiadczeń SGGW w Rogowie, prezes Komitetu Ochrony Orłów: Na pewno nie w takim szerokim zakresie. Dzięki dofinansowaniu mogliśmy objąć działaniami projektu 50 nadleśnictw z 17 Leśnych Kompleksów Promocyjnych z terenu całej Polski. Mogliśmy także kupić specjalistyczne urządzenia śledzące ptaki (log-gery) oraz stworzyć internetową mapę lotów online.

W zakresie działań znalazł się monitoring siedlisk, tak ważny dla tego gatunku, odbudowa gniazd, zakup fotopułapek i ich montaż przy gniazdach, zabezpieczanie opaskami drzew gniazdowych przed drapieżnikami. Dzięki tym działaniom zarówno badacze, jak i leśnicy mogli lepiej poznać ten gatunek ptaka po to, żeby lepiej go chronić.

Trzeba było przekonywać pracowników zaangażowanych w projekt, że te działania mają sens?

DA: Myśle, że dzięki temu, że na początku trzeba było spędzić bardzo dużo czasu na przygotowaniu projektu, następnie pracach terenowych w siedliskach bocianów, to szybko zrodziła się pewna więź. Jak się obserwuje, jak dane gniazdo żyje, jak się wykluwają pisklęta, jak dorastają, to leśnicy w terenie także zmieniają swoje podejście – te gniazda przestają być anonimowe, a gospodarze terenu zaczynają mówić „moje gniazdo” albo „moje boćki”. Dlatego chętniej chcą podejmować działania mające na celu ochronę tego gatunku i siedlisk.

25



Dlaczego tak dużo sił włożyli Państwo w promocję projektu?

DA: Zależało nam na tym, aby pokazać ten piękny gatunek, przybliżyć jego biologię jak największej liczbie osób. Bocian biały, ze względu na swój bliiski kontakt z siedliskami ludzkimi, jest powszechnie znany. Bocian czarny z kolei wiedzie skryty tryb życia. Gnieździ się w lasach, często na terenach trudnodostępnych, a jako gatunek parosiolowy, czyli taki, którego ochrona zapewniana zachowaniem siedlisk także dla wielu innych gatunków, jest niezwykle cenna. Tereny mokradłowe, wilgotne, odgrywają kluczową rolę w przyrodzie i z tymi terenami bocian czarny jest związany. Dostrzeżenie i poznanie jego roli, przybliżenie i oswojenie się z wymaganiami tego gatunku i najzwyczajniej w świecie dostrzeżenie jego piękna, pozwoli otworzyć się szerokiemu gronu odbiorców na wymóg ochrony miejsc gniazdowania. Bardzo nam zależało na rozszerzeniu wiedzy wśród leśników zarządzających tymi terenami. Tą wiedzą chcieliśmy zainteresować również społeczeństwo, bo przecież lasy są naszym wspólnym dobrem.

Wielu beneficjentów decyduje się na minimalny zakres działań związanych z promocją. Informacja na stronie internetowej, plakat, tablica informacyjna i nic poza tym. Państwa podejście było zupełnie inne. Dlaczego?

DA: Takie działania, jak pokazanie zdjęć, filmików z fotopułapek na portalach społecznościowych, a także życia na żywo z gniazda, pokazanego okiem kamery, jest ogromną dawką wiedzy o tym gatunku. Jednocześnie sprawia, że te gniazda, miejsca, bociany przestają być anonimowe. Przeżywamy ich perypetie, kibicujemy podczas pierwszych wylotów, martwimy się w czasie wiatrów i burz, bo mamy bezpośrednią możliwość odwiedzenia ich na portalach społecznościowych na podglądzie z kamery. Organizacja warsztatów edukacyjnych dla młodzieży w szkołach i stworzenie pakietu edukacyjnego pozwoliły przybliżyć już młodemu pokoleniu istotę ochrony tego gatunku. Konkursy dla dzieci podczas warsztatów (zorganizowanych w czasie ogólnopolskich dni bociana czarnego) miały pozwolić dzieciom utozsamić się z tymi ptakami. Uczniowie tworzyli przebrania, wykonywali „zabawki” z surowców wtórnych przedstawiające sylwetki bociana czarnego i dzięki temu zdobywali odpowiednią wiedzę dotyczącą tego rzadkiego gatunku ptaka. A stąd już prosta droga do wyrobienia i w dzieciach, i w dorosłych większego szacunku dla przyrody w ogóle. Bo przecież jest ona TAKA ciekawa!

Ogólnopolskie Dni Bociana Czarnego, serwis internetowy, kanały w mediach społecznościowych... Wokół bociana czarnego – i oczywiście całego przedsięwzięcia – udało się stworzyć przestrzeń, która częściowo przetrwała, mimo zakończenia projektu. Czy takie były zamierzenia od początku?

DA: Tak, zależało nam na tym, aby ta wiedza zdobyta podczas projektu nie została zamknięta w szufladzie tyl- ko dla nas, ale żeby wywołała skutki na szeroka skalę. Mimo że oficjalnie projekt jest zakończony, to wciąż na-

Zależało nam na tym, aby ta wiedza zdobyta podczas projektu nie została zamknięta w szufladzie tylko dla nas, ale żeby wywołała skutki na szeroka skalę.

26





dajemy transmisje z bocianich gniazd, utrzymujemy kontakt z wieloma internautami w mediach społecznościowych i nadal współpracujemy z nadleśnictwami na terenie całego kraju.

**Kto leśnikom, naukowcom, podpowiadał, jak prowadzić działania informacyjne i promocyjne?**

**DA:** Mielismy doświadczenia z poprzedniego projektu „Bubobory w Lasach Państwowych”. Komitet Ochrony Orłów, jako współtwórca projektu, także ma doświadczenie w promocyji projektów, a Lasy Państwowe bardzo duży nacisk kładą na działania promocyjne, więc także mają ogromne doświadczenie. Wystarczyło je połączyć i skorzystać z nich przy planowaniu działań w ramach projektu.

**Które działania spotkały się z największym zainteresowaniem?**

**DA:** Na pewno transmisje online z gniazda bocianów w Puszczy Noteckiej, potem w Wolsztynie i Bolewicach. Transmisje te oglądali ludzie z bardzo odległych krajów, np. z Tajwanu, Japonii, Hongkongu, Indii czy Brazylii. Sukcesem była też jedyna taka w naszym kraju **Mapa lotów** bocianów czarnych, która prezentowała migracje bocianów czarnych wyposażonych w loggery GPS-GSM.

**Można by się spodziewać, że taki sympatyczny ptak jak bocian czarny nie potrzebuje promocji, promuje się sam. A jak było naprawdę? Łatwo, czy trudno?**

**DA:** Trudność polegała na zgraniu się z terminami. Chcieliśmy, aby te działania były zgodne z biologią gatunku i były wpisane w harmonogram w zgodzie z rytmem tocącym się w przyrodzie. Wszystkie działania musieliśmy wykonywać zgodnie z metodyką monitoringu gatunku. I niestety nie zawsze bociani chcieli „współpracować”. Na przykład niekoniecznie chcieli wystąpić w reality show z gniazda i transmisja online w pierwszym roku z Wrocławiu nie do końca się powiodła – ptaki zmieniły lokalizację.

**Nie wszystkim pisana jest kariera medialna i a poza ptakami musiała też „zagrać” cała otoczek techniczna.**

**DA:** To prawda. A fotoułapki czasami nie chciały współpracować, karty pamięci zbyt szybko się zapelniały i nie mieliśmy pełnego podglądu na cały sezon. Albo przy nieprzewidzianych zjawiskach atmosferycznych zmieniał się ich kadr. To było dość kłopotliwe, bo nie ma możliwości poprawek w czasie sezonu lęgowego – ani dodatkowych środków finansowych. Tymi zadaniami nie mogły też zajmować się przypadkowe osoby, a tylko te, które miały określone umiejętności i kwalifikacje, a także oczywiście znajomość gatunku. Wybór wykonawców warsztatów lub budowy gniazda czy twórcy mapy lotów musiał być zatem bardzo precyzyjnie opisany i dokonany. To też nie było łatwym etapem.

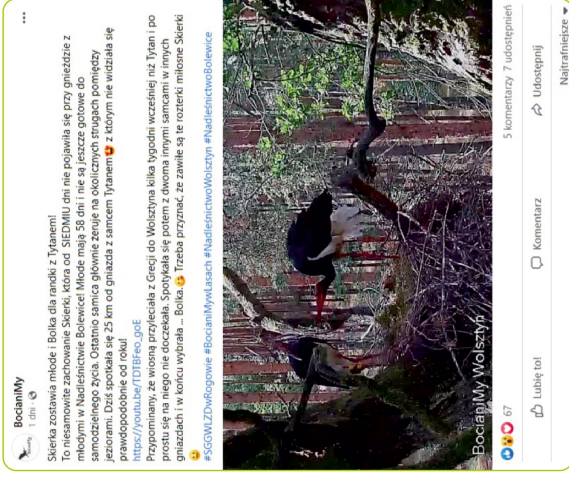
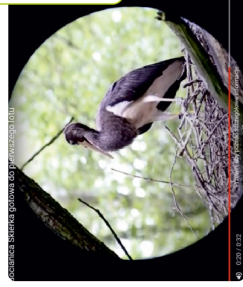


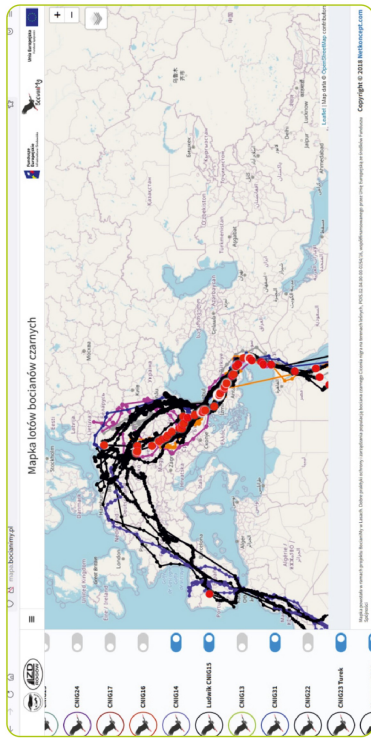
**Bocianie love story**

Dzisiaj trzeba być dobrym w social media. Ekipa bociana czarnego z pewnością jest. Od profilu **Bocianimy** na Facebooku trudno się oderwać. Czwórek zagłada raz i przepadła. Bociani wciąż są jak dobry serial. Czy Skierka wróci do dzieci? Kogo wybierze? Boika, czy Tytana? A co z Adasiem? Czy na pewno nie stalo mu się nic poważnego po upadku z drzewa? Bociani stają się naszymi przyjaciółmi. Wracamy. I to chodź! Posty wyświetlają się znajomym i znajomym znajomym. O projekcie dowiaduje się coraz więcej osób. Koszt? Zwykle żaden lub niewielki, chociaż konieczne, jest stałe zaangażowanie i kreatywność.

– Dużą siłą tego profilu jest systematyczna publikacja i angażujące treści – ocenia specjalista od social media w Ministerstwie Funduszy i Polityki Regionalnej. Chwali profil **Bocianimy** również za przyjemne w odbiorze opisy i atrakcyjne zdjęcia. A to są zasoby, na które niepotrzebne są duże budżety!

Trzeba przyznać, że ten projekt dawał duże możliwości tworzenia oryginalnych, aktualnych materiałów. Kamery zamontowane przy gniazdach to kopalnia atrakcyjnych filmików – w sam raz na kanał wideo. Dzięki umieszczeniu transmisji na kanale YouTube, możliwość oglądania bocianów czarnych na żywo – a tym samym poznawanie ich biologii i zwyczajów – zapewniono ogromnej rzeszy internautów z wielu krajów na całym świecie. Tylko w sezonie 2020 transmisja miała 1 280 068 wyświetleń! Najciekawsze materiały zgromadzono na playlistach, które z wierzają obecnie ponad 230 filmów z kilku sezonów:





### Dokąd poleciał Ludwik spod Olsztyna?

Analiza lotów zaobrazkowanych bocianów to zabawa na długie godziny. Niewiele projektów będzie mogło przygotować taką aplikację, ale mapy – zwłaszcza te interaktywne – zawsze wciągają. Autorzy bocianiego projektu trzymają rękę na pulsie. W swoich działaniach starają się nawiązywać do aktualnych wydarzeń, co zwiększa zasięgi, pozwala dotrzeć do nowych odbiorców. Dzięki temu projekt nie jest odzwyczajony od rzeczywistości, nie żyje własnym życiem, ale jest osadzony w realiach otaczającego nas świata.



### Hajstra\* – trochę edukacji dla każdego


Ciekawostki. To lubimy wszyscy. Dzieci – ciekawe świata z natury – chętnie usłyszają kolejną porcję niesamowitych informacji z serii „czy wiecie, że...”. Dorosli nie wzgardzą nowinkami, dzięki którym zabysną w towarzystwie. To między innymi dlatego wszelkie publikacje, informatory, zeszyty ćwiczeń, lekcje czy spotkania tematyczne cieszą się taką popularnością. Twórcy serwisu **BocianiMy** również stworzyli kilka naprawdę interesujących pozycji.

\* hajstra – regionalne określenie bociana czarnego



**BocianiMy**  
22 sierpnia o 07:11

Zima w Czardzie, lato w dalekiej Ukrainie  
Tutek, dwuletni bocian spod Tucholi, otrzymał nadajnik #BocianiMy 3 lipca 2021 roku. A teraz właśnie kończy lato w ... Srodkowej Ukrainie. Zimę spędził w Czardzie ponad 4300 km na SW, wiosnę w SE Rumunii. Wczoraj ruszył prosto w region działań wojennych na S w kierunku na Krymi Mińaj z dala elektrownie w Zaporożu, szeroką dolinę Dniepru i na wysokości Chersonisa skierował na W, by przez Odessę dotrzeć do bezpiecznej Moldawii. Nasze owulujące bociany czarne w swoje pierwsze lato rzadko obcierają do kraju pochodzenia i spędzają ten czas kilkaset kilometrów poniżej, najczęstszą są to: Węgry, Bułgaria, Rumunia i Moldawia, rzadziej Turcja czy Ukraina. Dopiero w trzecim roku życia powracają do polski, szukają partnerów życiowych i wolnych gniazd, które zwykle widać jeszcze tylko „gosiennie” obwieszać. Tutek #Tutek #Tutek #ChwałaUkrainie #SGOVLZDwrogowie



### To jest maratoni!

Ważna jest zatem analiza posiadanych zasobów i ich przemyślana eksploatacja. Rozłożenie sił i zaplanowanie działań na dłuższy czas przyniesie lepsze korzyści, niż pojedynczy strzał czy jednorazowa akcja. Taka strategia niesłaby za sobą jedynie chwilowe zainteresowanie, które – jeśli nie będzie regularnie podsyćcane – zaniknie. Odbiorca straci chęć na śledzenie kanałów i treści, które nie są żywe, aktualizowane, cały czas zaskakujące i interesujące. Dzięki realizacji projektu **BocianiMy w Lasach**, bocian czarny został gwiazdą, rolę jego mentorów jest dbać o rozwój tej kariery.

Zobacz sam!



**Wydawca:**  
Ministerstwo Funduszy i Polityki Regionalnej,  
Departament Programów Infrastrukturalnych,  
Wspólna 2/4, 00-926 Warszawa,  
[www.pois.gov.pl](http://www.pois.gov.pl)

**Tekst i opracowanie merytoryczne:**  
Barbara Toczyska

**Opracowanie:**  
PromArte Sztuka Promocji,  
[www.promarte.pl](http://www.promarte.pl)

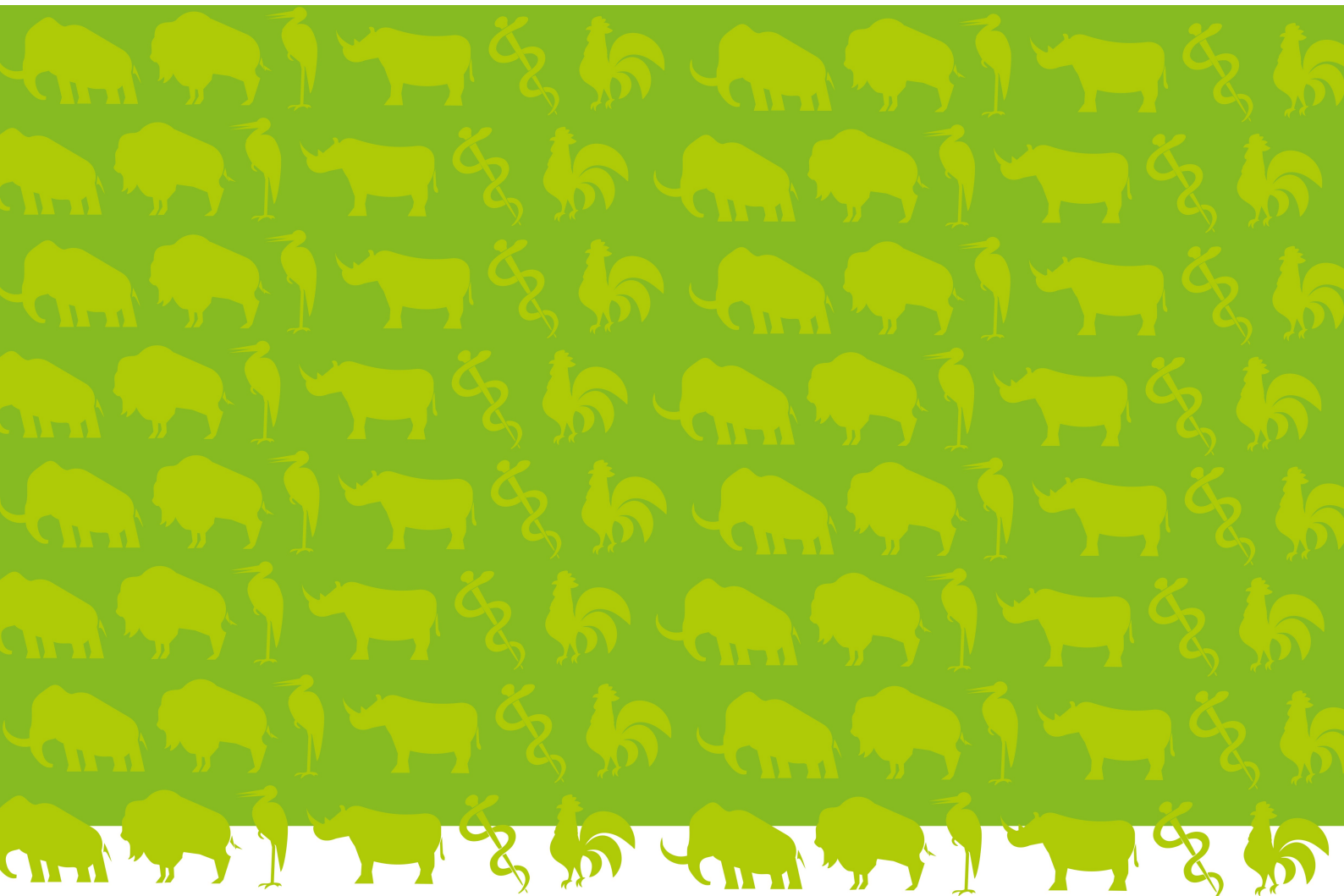
**Projekt i skład:**  
Agnieszka Kurtok

**Pomoc w przygotowaniu publikacji oraz udostępnienie materiałów graficznych i zdjęć:**  
Uniwersytet Medyczny im. Karola Marcinkowskiego w Poznaniu,  
Leśny Zakład Doświadczalny SGGW w Rogowie,  
Urząd Transportu Kolejowego,  
Małopolski Instytut Kultury w Krakowie,  
Ministerstwo Klimatu i Środowiska  
→ **Bardzo dziękujemy!**

ISBN: 978-83-7610-729-5

Egzemplarz bezpłatny





Publikacja finansowana ze środków Funduszu Spójności i budżetu państwa  
w ramach pomocy technicznej Programu Operacyjnego Infrastruktura i Środowisko 2014–2020