

Közös identitás közös megteremtése online eszközökkel

A DG REGIO közzétette online generátorát és márkakönyvét. A projektkezdvezményezettek mostantól kezdve néhány kattintással teljesíthetik a Bizottság kommunikációs és láthatósági követelményeit. Tevékenységeik és eredményeik helyi szintű megosztásával segítik az uniós támogatások európai szintű elismerését.

A kohéziós politika láthatóságának fejlesztése fő prioritássá vált. A kohéziós finanszírozás, amely évente több ezer projektet támogat Európa-szerte, az EU legkonkrétabb megnyilvánulása a gyakorlatban.

E beavatkozások hatékonyabb kommunikációja nemcsak az EU emberek életére gyakorolt előnyös hatásaira hívhatja fel a figyelmet, hanem az Unióról alkotott képet is javíthatja. Számos kutatási tanulmány rámutatott arra, hogy a kohéziós politika kedvezően hat a polgárok európai projektekkel kapcsolatos véleményére.

A kohéziós politikával kapcsolatos kommunikáció jogszabályi környezete az egymást követő programozási időszakok során – a nyilvánosságra vonatkozó egyszerű követelményektől kezdve a kommunikációs és átláthatósági kötelezettségekig – folyamatosan fejlődött. A 2014–2020 közötti programozási időszakban döntő lépésre került sor: a kommunikációt a programok stratégiai funkciójaként ismerték el.

A 2021–2027 közötti időszakra vonatkozó új rendelkezések megőrizték ezt a megközelítést. Egyensúly megteremtésére törekedtek a tagállamok, az irányító hatóságok és a kedvezményezettek felelősségének megerősítése és a szabályozásból eredő, rájuk rótt terhek könnyítése között.

Egyértelmű üzenet

Az új programozási időszakban jelentős paradigmaváltás történt. Az Európai Bizottság – felismerve a számtalan különféle logókból álló jelenlegi rendszer túlzott bonyolultságát és zavarosságát –



úgy döntött, hogy a jövőben valamennyi programot egyetlen, az uniós embléma használatával kommunikálnak. Ezen túlmenően pedig a közös rendelkezésekről szóló rendeletben foglalt hét alap, valamint a Horizont 2020-hoz és a Kreatív Európához hasonló programok az uniós embléma mellett a finanszírozásra utaló „Az Európai Unió (társ-)finanszírozásával” mondatot alkalmazzák majd. A választott megközelítés ezzel az egyértelmű üzenettel az EU-t a legerősebb márkajelzésként ismeri el és ismételten megerősíti azt.

Az eredményes kommunikáció végső soron a hatóságok és az érintett projektgazdák tényleges elkötelezettségén áll vagy bukik. A programok és a projektek megvalósítása során a kommunikációra központi elemként kell tekinteni, nem pedig kipálgatási feladatként.



A DG REGIO annak érdekében, hogy az irányító hatóságok és a projektkezdő szervezetek hatékonyan teljesítsék a kommunikációs rendelkezések minimumkövetelményeit egy, A kohéziós politika 2021–2027 közötti kommunikálására vonatkozó támogatási csomag című dokumentumot dolgozott ki a tagállamok szakértőivel együttműködésben.

Erőteljesebb szemléltető eszközök

Ez a csomag a három részből áll: [A kohéziós politika kommunikálásáról](#) szóló kiadvány, amely a 2014–2020 közötti programozási időszak legjobb kommunikációs gyakorlataiból álló inspirációs forrás, valamint egy, [A kommunikációs tevékenységek nyomon követéséről és értékeléséről](#) szóló második kiadvány. A két kiadványt 2019-ben tették közzé. A támogatási csomag harmadik eleme pedig a márkáépítésről szól és az alábbi két részből áll: egy úgynevezett „online generátor” és egy márkakönyv.

A rendelet értelmében a kedvezményezettek kötelesek egy fizikai hirdetőtáblát, plakettet vagy posztert elhelyezni a projekt helyszínén. Az uniós támogatású projektek számára ezekben véve ezek a reklámelemek szinte mindenhol elérhetik az európaiakat.

Európai szinten azonban hiányzik egyfajta közös vizuális identitás, helyette a vizuális elemek kuszasága tapasztalható: az operatív programokban, a különféle uniós alapoknál, valamint a tagállamok, sőt a régiók is számtalan különböző vizuális identitást alkalmaznak. Az online generátor a fennálló helyzet harmonizálása, valamint az uniós támogatás üzenetének egyértelműsítése és megerősítése céljából európai szintű vizuális identitást alkot, lehetővé téve valamennyi projektkezdő számára egy sablon alkalmazásával a kötelező reklámelemek testre szabását.

Az online generátor egy márkakönyvvel egészül ki, amely tanácsokkal szolgál a fizikai kommunikációs elemek leghatékonyabb használatára – például a megfogalmazására és az elhelyezésére – vonatkozóan. Emellett az uniós márkajelzéssel kapcsolatos további információkkal szolgál azon kedvezményezettek számára, akik saját tervező grafikust alkalmaznak a kommunikációs elemek személyre szabására.

Egyszerűség, láthatóság és átláthatóság: ezek a következő programozási időszak kommunikációs megközelítésének alapelvei. A generátor és a márkakönyv ennek megfelelően



A közzétételre vonatkozó egységes formanyomtatvány biztosítja a vizuális következetességet a különböző kommunikációs eszközök között

egy lehetőség, nem pedig kötelezettség az irányító hatóságok és a projektkezdő szervezetek számára, hogy a láthatóságra vonatkozó minimumkövetelményeket egy ellenőrzött megoldás segítségével csupán néhány kattintással teljesítsék. A kedvezményezettek így az európai polgárok összehangolt megszólítása mellett erőforrásaikat túlnyomórészt az egyéb kommunikációs tevékenységekre fordíthatják.

Az új vizuális identitás – az EU által támogatott programokra vonatkozó közös finanszírozási szöveggel együtt – a fokozott egységesítéshez vezető konkrét lépés. Az EU által elért eredmények kommunikálásának megerősítése fontosabb, mint valaha. A közös értékekre és jövőképre épülő Európai Uniót láttatni kell!

Az online generátor 2021 első felében lesz elérhető – térjen vissza: hamarosan közzétesszük a közvetlen hivatkozást! ■