



# POKYN PRO PUBLICITU

Program Interreg Rakousko – Česko 2021–2027

Verze 1  
20.10.2023



Výzkum a inovace



Klima a životní prostředí



Vzdělávání, kultura a cestovní ruch



Přeshraniční správa

## Obsah

Předmluva .....	3
1. Obecné informace .....	4
2. Plánování komunikačních opatření při přípravě projektu.....	5
3. Logo Programu .....	7
3.1. Logo Programu (základní).....	7
3.2. Logo Programu se zkratkou projektu .....	8
3.3. Grafická pravidla použití loga .....	9
3.4. Barvy loga .....	10
3.5. Nesprávné užití loga .....	11
3.6. Kombinace log .....	12
4. Pravidla publicity pro povinné komunikační aktivity .....	13
4.1. Katalog projektů .....	13
4.2. Prezentace na internetu .....	13
4.3. Komunikační materiály určené veřejnosti a účastníkům projektových aktivit .....	14
4.4. Trvalá cedule nebo billboard .....	14
4.5. Plakát.....	15
4.6. Komunikační akce u projektů strategického významu .....	15
5. Pravidla publicity pro volitelné komunikační aktivity.....	16
6. Finanční opravy .....	18
6.1. Finanční opravy u povinných nástrojů .....	18
6.2. Pravidla pro uplatňování finančních oprav u nepovinných nástrojů publicity.....	19

## Předmluva

Vážení projektoví partneři,

blahopřejeme Vám, že jste pro svůj projekt získali podporu z programu spolupráce Interreg Rakousko – Česko 2021–2027. Zároveň nás těší, že svým projektem přispějete k dosažení cílů Programu.

Při realizaci projektu nelze opomenout ani informování veřejnosti o financování projektu prostřednictvím Programu a o výsledcích projektu. Nedílnou součástí realizace projektu proto musí být také vhodná publicita a práce s veřejností.

### **Přeshraniční spolupráce a její výsledky by měly být vidět!**

Tato příručka Vám má pomoci při realizaci publicity projektu. V případě dotazů se obraťte na svého Kontrolora nebo na Společný sekretariát.

Těšíme se na spolupráci!

*Řídící orgán Interreg Rakousko – Česko 2021–2027*

## 1. Obecné informace

Platí zásada, že poskytnutí dotace z Programu musí být dostatečně prezentováno a zviditelněno – dle čl. 36 odst. 4 a 5 nařízení (EU) 2021/1059, čl. 47 a přílohy č. IX nařízení (EU) 2021/1060. Povinnosti jsou závazné pro všechny projektové partnery, kteří získávají dotaci z Programu.

Vedoucí partner zajišťuje celkovou koordinaci publicity projektu na obou stranách hranice. Pokud projekt obdrží dotaci z Programu, zajistí partneři, aby byly veřejnost i subjekty účastníci se projektu o této dotaci informovány.

Výdaje na publicitu jsou způsobilými výdaji, pokud jsou zahrnuty v rozpočtu projektu. Je proto doporučeno, aby projektoví partneři již při přípravě žádosti o podporu s příslušnými regionálními subjekty nebo Společným sekretariátem konzultovali, jaké povinnosti týkající se propagace budou muset splnit.

Neplnění pravidel pro správné zajištění publicity projektu/části projektu, a to ani po výzvě k nápravě, může vést k nevyplacení části dotace, příp. navrácení již vyplacených prostředků (uvedeno níže).

Pravidla publicity platí také pro malé projekty realizované v rámci Fondu malých projektů.



Všechny materiály pro správnou realizaci publicity naleznete ke stažení na adrese [www.interreg.at-cz.eu](http://www.interreg.at-cz.eu)<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> Na webové stránky se lze připojit také přes [www.at-cz.eu](http://www.at-cz.eu).

## 2. Plánování komunikačních opatření při přípravě projektu

Publicita tvoří nedílnou součást realizace projektu, přispívá k dosažení specifických cílů projektu a má dopad na aktivitu a kvalitu projektu. V projektové žádosti je nutné definovat vhodné komunikační cíle a aktivity, které jsou součástí tematických pracovních balíčků.

Cílem propagačních aktivit je předat znalosti definovaným cílovým skupinám nebo dosáhnout změny jejich názoru či chování. Je možné, že k dosažení specifického cíle projektu bude nutné, aby projektoví partneři realizovali jeden nebo více **komunikačních cílů**.

Pro zvýšení efektivity dopadu publicitních opatření na konkrétní cílovou skupinu je vhodné si klást následující otázky:

- Jaké cílové skupině jsou propagační aktivity určeny, čeho chci dosáhnout?
- Jak velká je cílová skupina? (Stanovte si realistické cíle.)
- Jakým způsobem je možné oslovit co nejlépe cílovou skupinu, jaké použiji metody (např. elektronická a tištěná média, webové stránky nebo newsletter, sociální média, sítě, akce nebo konference, osobní kontakty atd.)?
- Jaké informační a propagační materiály by měly být pro jednotlivé cílové skupiny připraveny? V jakém jazyce? Kdy (v počáteční fázi realizace projektu, v jeho průběhu nebo na jeho konci)?  
Dbejte na ochranu životního prostředí a minimalizujte ekologickou stopu projektu! Např. tištěná média používejte jen v nezbytně nutné míře a vyhněte se výrobě zbytečných a neudržitelných propagačních předmětů (viz Programová příručka, kap. 3.5).
- Kdo zodpovídá za publicitu – jaké jsou role jednotlivých projektových partnerů?
- Jaká je časová náročnost dílčí plánované aktivity a jaké jsou s ní spojené náklady?

Příklady konkrétních komunikačních cílů, které by mohly být formulovány pro určité projektové výsledky:

- *Pokud má být v rámci projektu např. dosaženo větší odolnosti městské zeleně vůči klimatickým změnám (výsledek projektu), může být důležité přesvědčit zainteresované strany/osoby s rozhodovacími pravomocemi, aby přijaly konkrétní opatření (komunikační cíl přispívající k dosažení výsledku projektu č. 1), a zároveň informovat o přínosu změny v oblasti výsadby zeleně také obyvatele (komunikační cíl přispívající k dosažení výsledku projektu č. 2).*
- *Pokud se má v rámci projektu například realizovat koncept úspory energií, je nutné přesvědčit o přijetí konkrétních energeticky úsporných opatření ve veřejných budovách zainteresované strany/osoby s rozhodovacími pravomocemi (komunikační cíl přispívající k dosažení výsledku projektu č. 1) a zároveň přesvědčit obyvatele, aby prostřednictvím navržených opatření šetřili energiemi také v soukromých domácnostech (komunikační cíl přispívající k dosažení výsledku projektu č. 2).*

Pravidla publicity pro komunikační aktivity, které jsou povinné k uskutečnění, jsou uvedena v kapitole 4. Ta byla definována na základě výše uvedených nařízení EU a jsou závazná pro všechny partnery projektu.

V kapitole 5 naleznete také pravidla publicity pro komunikační aktivity, které lze realizovat nepovinně, resp. nejsou povinné pro všechny typy projektů. Jedná se o pokyny, které vám pomohou realizovat komunikaci projektu co nejlépe cíleným způsobem pro všechny cílové skupiny.

### 3. Logo Programu

Při plnění informačních a komunikačních povinností partneři musí uvádět logo Programu obsahující znak Evropské unie ve spojení se slovem Interreg a výrazem „Spolufinancováno Evropskou unií“ (v češtině, němčině nebo angličtině).



Logo je možné užít ve třech jazykových variantách – v češtině, němčině nebo angličtině.

Všechny **přípustné varianty loga** najdete ke stažení na našich internetových stránkách: [www.interreg.at-cz.eu](http://www.interreg.at-cz.eu)

Ujistěte se, že rozlišení loga je dostatečné, zejména v případě tiskových dokumentů!

Logo je základním vizuálním prvkem programu Interreg Rakousko – Česko 2021–2027. Logo musí být uvedeno a musí být **jasně viditelné a čitelné**. Jeho umístění a velikost musí být úměrné rozměrům použitého materiálu nebo dokumentu.

Logo Programu se zpravidla používá v barevném provedení. Monochromatickou verzi loga lze použít ve specifických a výjimečných případech, kdy je logo použito na materiálech nebo technologiích omezujících či neumožňujících použití barevné verze (například tisk na textil nebo gravírování do skla a rytí do kamene nebo kovu), případně je-li to vhodnější z důvodu estetického (např. použití černobílého provedení loga v černobílé brožure nebo na černobílém propagačním předmětu apod.).

Logo Programu existuje ve dvou grafických provedeních:

- logo Programu (základní)
- logo Programu se zkratkou projektu

#### 3.1. Logo Programu (základní)

Základní logo Programu obsahuje povinné prvky stanovené v nařízení, kterými jsou znak Evropské unie ve spojení se slovem Interreg a výrazem „Spolufinancováno Evropskou unií“.

### 3.2. Logo Programu se zkratkou projektu

V případě zájmu projektových partnerů může projekt obdržet od Společného sekretariátu optimálně při zahájení projektu speciální logo Programu se stručným názvem (zkratkou) projektu. Toto logo projektu vychází z loga Programu, které rozšiřuje o individuální odkaz na projekt.

Doporučuje se používat jej pro veškerou externí komunikaci. Tento jednotný vzhled dodá projektům i Programu jako celku větší účinek navenek.

Použití loga se zkratkou projektu nevyklučuje současné používání základního loga Programu.

Pro použití loga Programu se zkratkou projektu platí stejná pravidla jako pro základní logo Programu.

Pokud se to v kontextu projektu jeví jako vhodné, lze vytvořit vlastní logo projektu. Obecně ale orgány Programu doporučují používat logo Programu s integrovanou zkratkou projektu před vlastním logem projektu.

*Vertikální umístění:*

**Interreg**  
Österreich – Tschechien



Kofinanziert von der  
Europäischen Union

---

Smart ECO Future

*Horizontální umístění:*

**Interreg**  
Österreich – Tschechien



Kofinanziert von der  
Europäischen Union

Smart ECO Future



### 3.3. Grafická pravidla použití loga

Standardní je užití **barevného** loga (základní nebo se zkratkou projektu). Na **tmavém pozadí** musí být logo **podloženo bílým obdélníkem**.



Na **velmi světlém pozadí** může být užitá **standardní barevná varianta loga**. Znak EU musí být bíle orámován.



Varianta loga s **bílým písmem a barevným znakem EU** může být užitá, pokud logo není vytištěno na **bílém nebo velmi světlém pozadí**. Znak EU musí být bíle orámován.



**Černobílou variantu loga** lze místo barevného loga použít pouze ve výjimečných a odůvodněných případech.

**Interreg**  
Österreich – Tschechien



Kofinanziert von der  
Europäischen Union



### 3.4. Barvy loga

Barevné schéma loga je přesně definováno. Přesné označení barev pro všechny běžné barevné formáty naleznete v tabulce níže.

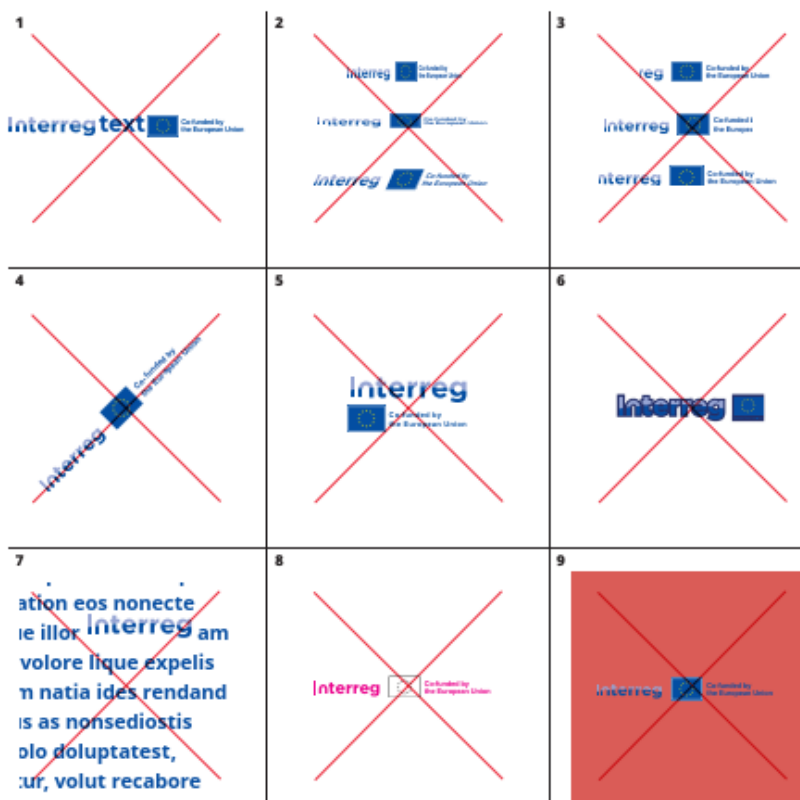
<p><b>Colour</b> Reflex Blue</p> <p><b>Pantone</b> Reflex Blue</p> <p><b>CMYK</b> 100 / 80 / 0 / 0</p> <p><b>HEX</b> 003399</p> <p><b>RGB</b> 0 / 51 / 153</p>	<p><b>Colour</b> Light Blue</p> <p><b>Pantone</b> 2716</p> <p><b>CMYK</b> 41 / 30 / 0 / 0</p> <p><b>HEX</b> 9FAEE5</p> <p><b>RGB</b> 159 / 174 / 229</p>
<p><b>Colour</b> Yellow</p> <p><b>Pantone</b> Yellow</p> <p><b>CMYK</b> 0 / 0 / 100 / 0</p> <p><b>HEX</b> FFCC00</p> <p><b>RGB</b> 255 / 204 / 0</p>	<p><b>Colour</b> Black</p> <p><b>Pantone</b> Black</p> <p><b>CMYK</b> 0 / 0 / 0 / 100</p> <p><b>HEX</b> 000000</p> <p><b>RGB</b> 0 / 0 / 0</p> <p><b>Colour</b> White</p> <p><b>Pantone</b> /</p> <p><b>CMYK</b> 0 / 0 / 0 / 0</p> <p><b>HEX</b> ffffff</p> <p><b>RGB</b> 255 / 255 / 255</p>

### 3.5. Nesprávné užití loga

Logo musí být použito v předepsaném formátu (viz kap. 3.1 a 3.2). Úpravy loga jsou nepřípustné a mohou vést k udělení sankce (viz kap. 6).

Nepřípustné změny loga:

- 1) Nepřidávejte k logu žádné další prvky.
- 2) Logo neupravujte (nezkreslujte, neroztahujte, nepřepisujte kurzívou atd.).
- 3) Zachovejte celistvost loga.
- 4) Logo neotáčejte.
- 5) Neměňte pořadí prvků loga.
- 6) Nedávejte písmo do rámečku.
- 7) Neužívejte logo v textu.
- 8) Nepřevracejte logo.
- 9) Nepoužívejte barevné logo na barevném pozadí. Jako pozadí v takovém případě použijte bílý obdélník nebo použijte variantu loga určenou pro barevné pozadí.



### 3.6. Kombinace log

Pokud vedle loga Programu jsou uvedena i jiná loga (**např. loga projektových partnerů**), musí mít znak EU (bez doprovodného textu „Spolufinancováno Evropskou unií“), který je součástí loga, vždy nejméně stejnou velikost, měřeno na výšku nebo na šířku, jako ostatní použitá loga.

Příklad kombinace log:



Kofinanziert von der  
Europäischen Union



Znak EU **ŠIRŠÍ** než logo partnera: splňuje stanovená pravidla



Kofinanziert von der  
Europäischen Union



Znak EU **VYŠŠÍ** než logo partnera: splňuje stanovená pravidla

## 4. Pravidla publicity pro povinné komunikační aktivity

Povinné nástroje a komunikační aktivity jsou stanoveny na základě nařízení EU a jsou závazné pro všechny projektové partnery, pro které jsou relevantní. Jiné než níže uvedené komunikační nástroje a aktivity nejsou povinné a jsou považovány za nepovinnou publicitu (viz kap. 5).

### 4.1. Katalog projektů

Na webových stránkách Programu se nachází sekce Katalog projektů<sup>2</sup>, která slouží jako vlastní webové stránky každého projektu. Vedoucí partner je povinen v Katalogu projektů pravidelně informovat o aktuálním stavu realizace projektu (nejméně jednou za monitorovací období). To zahrnuje informace o realizovaných aktivitách, dosažených výstupech a výsledcích, plánovaných akcích a realizovaných informačních a propagačních opatřeních. Přístupové údaje budou vedoucímu partnerovi poskytnuty Společným sekretariátem až po uzavření Smlouvy o poskytnutí prostředků z EFRR.

### 4.2. Prezentace na internetu

Každý projektový partner projektu Interreg musí na svých oficiálních internetových stránkách<sup>3</sup> během prvního monitorovacího období popsat projekt Interreg včetně cílů a výstupů, jasně uvést finanční podporu z EFRR a zobrazit logo Programu.

- Pokud má projektový partner vlastní webové stránky organizace, musí být na vhodném místě zveřejněn krátký popis projektu (např. pod odkazem „Naše projekty“). Tento popis by měl být úměrný rozsahu podpory, měly by být popsány cíle a výstupy projektu a měla by být zdůrazněna finanční podpora z EFRR. Za těchto podmínek nemusí být logo Programu na úvodní stránce (= home page) organizace.

*Doporučení: Na stránce, kde je umístěn popis projektu, by se logo Programu mělo v optimálním případě zobrazit barevně v zobrazovacím okně digitálního zařízení ihned po vstupu na tuto stránku tak, aby uživatelé nemuseli stránkou rolovat dolů.*

- Pokud má projekt své vlastní webové stránky financované z programu Interreg Rakousko – Česko 2021–2027<sup>4</sup>, pak by se logo Programu **v optimálním případě** mělo zobrazovat barevně hned po načtení úvodní stránky (=home page) v rámci zobrazovacího okna digitálního zařízení tak, aby uživatel nemusel na stránce rolovat dolů.

<sup>2</sup> Ve smyslu databáze projektů, dříve iBox.

<sup>3</sup> Pokud neexistují webové stránky, partnerské organizace projektu lze to provést i na sociálních sítích (dbejte na dobrou viditelnost).

<sup>4</sup> Webové stránky projektu mohou být z Programu financovány, pokud webová stránka významně přispívá k dosažení plánovaných cílů projektu nebo pokud tyto webové stránky musí zahrnovat technické prvky, které nelze realizovat v rámci Katalogu projektů na webových stránkách Programu, nebo pokud nelze pokrýt požadované funkcionality prostřednictvím kanálů sociálních médií používaných pro projekt.

### 4.3. Komunikační materiály určené veřejnosti a účastníkům projektových aktivit

Dokumenty a komunikační materiály určené pro širokou veřejnost nebo účastníky musí obsahovat logo Programu. V případě audia stačí zdůraznit podporu z programu Interreg.

### 4.4. Trvalá cedule nebo billboard

U projektů, jejichž celkové náklady přesahují 100 000 eur, musí projektový partner, který realizuje hmotnou investici nebo zakoupení vybavení, umístit v místě realizace trvalou ceduli nebo billboard s informacemi o projektu a logem Programu jasně viditelné pro veřejnost.

Hmotnou investicí se rozumí stavební práce nebo pořízení hmotného vybavení, které je hlavním cílem projektu, a neslouží tedy pouze jako prostředek k dosažení cíle používaný personálem projektu.

Minimální informace na trvalé ceduli nebo billboardu:

- název projektu;
- hlavní cíl projektu;
- logo Interreg se symbolem EU, informací o spolufinancování a názvem Programu.

Trvalá cedule nebo billboard by měly být vystaveny co nejdříve po zahájení realizace projektu, nejpozději jakmile je zahájena fyzická realizace projektu nebo jakmile je nainstalováno zakoupené vybavení. V případě, kdy jsou první monitorovací období věnována pouze projektové a administrativní přípravě (např. příprava výběrových řízení atd.), je možné povinnost propagace projektu doložit později. V takovém případě je příjemce povinen splnit povinnou publicitu nejpozději při předložení následující zprávy o realizaci za období, ve kterém došlo k zahájení fyzické realizace projektu/příslušné části projektu. Fyzickou realizací projektu rozumíme první stavební úkony v případě stavebních projektů, resp. nákup pořizovaného vybavení.

V průběhu realizace projektu je možné vystavit dočasný billboard, který musí být nahrazen trvalou cedulí nebo stálým billboardem nejpozději 3 měsíce po ukončení fyzické realizace projektu (dokončení projektu). O splnění této povinnosti pak příjemce informuje v první zprávě o udržitelnosti projektu.

Realizuje-li příjemce na jednom místě více projektů z jednoho programu, je možné umístit na jeden billboard nebo pamětní desku více projektů při zachování dostatečné čitelnosti textů.

V případě zvýšení celkových nákladů projektu v průběhu realizace dojde k revizi naplnění povinností příjemce. Dojde-li k navýšení celkových nákladů projektu nad 100 000 eur, musí příjemce nechat vyhotovit billboard/pamětní desku dle výše uvedených povinností do předložení nejbližší další zprávy o realizaci projektu. V případě snížení celkových výdajů projektu, kdy příjemce již splnil stanovenou povinnost a nově by se na něj vztahovala pouze povinnost vystavit plakát, má se za to, že povinnou publicitu splnil již umístěním billboardu/pamětní desky a plakát vystaven být nemusí.

#### 4.5. Plakát

V případech, kdy se na projektového partnera nevztahuje povinnost vystavit trvalou ceduli nebo billboard, musí být na snadno viditelném místě vystaven plakát formátu A3 nebo větší nebo rovnocenná elektronická informační tabule s informacemi o projektu a logem Programu (příklady vzorů plakátů najdete na internetových stránkách Programu). V případech, kdy nelze umístit plakát v místě realizace projektu (např. projekty zaměřené na práci v terénu apod.), je možné plakát umístit v sídle projektového partnera.

Povinnost vystavení plakátu je nutné splnit ihned po zahájení realizace projektu. Plakát nebo elektronické zobrazovací zařízení musí být umístěn/o minimálně po celou dobu fyzické realizace projektu.

Minimální informace, které na plakátu musí být zveřejněny, jsou následující:

- název projektu;
- hlavní cíl projektu;
- logo Interreg se symbolem EU, informací o spolufinancování a názvem Programu.

Pokud projektový partner realizuje z Programu více projektů v jednom místě, je možné pro všechny tyto projekty umístit pouze jeden plakát o minimální velikosti A3, a to při zachování dostatečné čitelnosti všech textů. V případě elektronického zobrazovacího zařízení, které bude zobrazovat informace o více projektech, mohou informace/plakáty na obrazovce rotovat.

#### 4.6. Komunikační akce u projektů strategického významu

U projektů strategického významu<sup>5</sup> a projektů s celkovými náklady vyššími než 5 000 000 eur musí být uspořádána akce pro veřejnost a musí být včas přizván Řídící orgán a Evropská komise.

---

<sup>5</sup> Podle čl. 2 odst. 5 nařízení (EU) 2021/1060 jsou projekty strategického významu projekty, které významně přispívají k dosažení cílů Programu a na které se vztahují zvláštní monitorovací a komunikační opatření. O zařazení projektu do kategorie projektů strategického významu rozhoduje Řídící orgán po dohodě s partnery Programu.

## 5. Pravidla publicity pro volitelné komunikační aktivity

Vedle povinných nástrojů publicity, jejichž používání je stanoveno nařízením EU (viz. kap. 4), mohou projektoví partneři v projektu používat další nástroje publicity, kterými jsou zejména propagační předměty, inzeráty apod. Tyto nástroje jsou volitelné, tzn., že jejich používání v projektu není stanoveno nařízením EU, ale stejně jako u povinné publicity, tak i v případě volitelné publicity platí následující pokyny pro publicitu.

Mezi nástroje volitelné publicity se řadí mimo jiné:

- Zveřejnění výsledků projektu ve formě studií, koncepcí, pokynů, mobilních aplikací atd.
- články v tisku, inzeráty, tisková prohlášení;
- příspěvky v rozhlasovém či TV vysílání;  
*U audio materiálů (jako je příspěvek v rozhlasovém vysílání), kde není možné uvést logo, je nutné zdůraznit podporu z programu Interreg.*
- propagační předměty, tj. neadresné předměty, které je možné nechat volně k dispozici veřejnosti.

Provádění nepovinných komunikačních opatření:

- **(Tištěné) materiály určené pro veřejnost a účastníky**

Při zveřejňování výsledků projektu (např. v podobě studií, koncepcí, pokynů, mobilních aplikací atd.) je třeba uvést informace o financování z prostředků programu a logo Programu. U materiálů určených pro veřejnost a/nebo účastníky (např. brožury, letáky, diplomy, osvědčení apod.) je nutné umístit logo Programu na první (titulní) stranu. V odůvodněných případech může být logo Programu uvnitř tištěného materiálu nebo na poslední straně. Logo Programu by musí být umístěno na obálce vždy, pokud jsou na ní uvedena i jiná loga.

V případě publikací, knih apod. je vhodné podle možností připojit následující prohlášení: „Za obsah této publikace odpovídají výhradně vydavatelské organizace.“

- **Propagační předměty trvalého charakteru (propisky, bloky, šňůrky, hrnky, USB disky apod.)**

Logo Programu musí být jasně viditelnou součástí předmětu. Nestačí uvést logo Programu na obalu předmětu.

- **Audiovizuální materiály**

U videomateriálů (jako jsou filmy, videa, spoty pro kina atd.) by mělo být logo Programu umístěno v úvodních a závěrečných titulcích.



- Akce pro veřejnost

V místě konání akce pro veřejnost, jako jsou výstavy, soutěže, konference, semináře apod., se doporučuje viditelně umístit logo Programu nebo vlajku Evropské unie (např. pomocí vlajky, stolní vlaječky, roll-upu nebo plakátu).

Logo Programu musí být uvedeno také na doprovodných materiálech akce pro veřejnost a účastníky (materiály pro účastníky, prezentace, prezenční listiny, pozvánky apod.).

- Označování pořízeného vybavení

V případě pořízení vybavení platí pravidlo, že není nutné označovat předměty, které nejsou určeny cílové skupině nebo veřejnosti, ale jsou primárně určeny projektovým partnerům (např. vybavení pro administraci projektu apod.).

Není nezbytné označovat vybavení určené pro cílovou skupinu či veřejnost, pokud toto vybavení tvoří soubor předmětů a publicita je v místě, kde se vybavení nachází, zajištěna hromadně např. informační cedulí, plakátem apod.

*Např.: V učebně vytvořené v rámci projektu není nutné označovat každý kus nábytku nebo techniky, pokud je v učebně umístěna informační cedule splňující náležitosti publicity.*

- Nedodržení publicity v médiích

Nedodržení opatření povinné publicity v médiích (např. denním tisku a v TV/rozhlasovém vysílání) je sankcionováno pouze v případě, že si projektový partner vysílání nebo článek v tisku objednal a výdaje na něj vykazuje v rozpočtu projektu, a tudíž má jako zadavatel právo a možnost výsledný produkt ovlivnit.

- Poškození nosiče publicity

Pokud dojde k poškození nosiče publicity třetí stranou během doby trvání projektu, musí jej projektový partner uvést do původního stavu.

## 6. Finanční opravy

Pokud nejsou dodržena pravidla publicity, informuje Kontrolor projektového partnera o nedostatcích a požádá o jejich nápravu. Pokud projektový partner této žádosti v dohodnuté lhůtě nevyhoví nebo pokud není možné nedostatky odstranit, budou uloženy sankce. Výše sankce závisí na rozsahu nedodržení pravidel publicity, např. zda publicita chybí úplně, nebo zda chybí jen některé její součásti, případně zda nejsou splněny některé technické parametry (například barevné provedení).

Pokud je náprava ve lhůtě učiněna, není přistoupeno k uplatnění finanční opravy.

Jakékoli pochybení podléhající finanční opravě musí být viditelné pouhým okem. Grafické odchylky, které nejsou rozeznatelné pouhým okem, nejsou považovány za porušení grafických pravidel.

### 6.1. Finanční opravy u povinných nástrojů

U povinných nástrojů (viz kap. 4) se má za to, že náprava je možná vždy, a to opravou chybně provedeného nástroje, nebo umístěním nástroje nového.

Výjimkou jsou aktivity pro zajištění informovanosti veřejnosti a účastníků projektu o podpoře z EU. Zde náprava nemusí být možná vzhledem k tomu, že tyto aktivity v době jejich kontroly již proběhly.

Procento je vyměřeno z celkové výše dotace<sup>6</sup> pro projektového partnera, a sice v její aktuální výši v době pochybení dotčeného partnera.

Výše finančních oprav, které se použijí na povinná komunikační opatření projektu:

POCHYBENÍ	VÝŠE FINANČNÍ OPRAVY
Nástroj povinné publicity chybí zcela.	1,0 % z celkové částky dotace projektového partnera
Nástroj povinné publicity je uveden chybně: <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Logo Programu se symbolem EU včetně povinného sdělení (rozměr, umístění apod.)</li> <li>▪ rozměr plakátu nebo elektronického zobrazovacího zařízení neodpovídá min. požadované velikosti formátu A3.</li> </ul>	0,5 % z celkové částky dotace projektového partnera
Nejsou dodrženy zásady pro používání loga Programu současně s dalšími logy.	0,1 % z celkové částky dotace projektového partnera

<sup>6</sup> Pro české projektové partnery: včetně dotace ze SR

V souvislosti s povinností příjemce zajistit v podkladech, dokumentech a komunikačních materiálech týkajících se realizace projektu určených pro širokou veřejnost nebo pro účastníky prohlášení, které viditelně zdůrazní podporu z Evropské unie v rámci Programu (viz kap. 4.3), se má za to, že je-li na některém z dokumentů nebo jiném prostředku komunikace s veřejností a s účastníky publicita uvedena chybně nebo zcela chybí, nemusí to ještě automaticky vést k udělení sankce, pokud příjemce doloží, že veřejnost nebo účastníci dané akce byli prostřednictvím jiných forem publicity dostatečně informováni.

## 6.2. Pravidla pro uplatňování finančních oprav u nepovinných nástrojů publicity

Finanční opravy u nepovinných nástrojů publicity:

POCHYBENÍ	VÝŠE FINANČNÍ OPRAVY
Logo Programu se znakem EU včetně povinného doprovodného textu chybí zcela.	100 % nezpůsobilých výdajů na celý nepovinný nástroj publicity  nebo 0,03 % z celkové výše dotace v případě, že nelze vyčíslit výdaje na nepovinný nástroj publicity
Logo Programu se znakem EU včetně povinného doprovodného textu je uvedeno chybně v rozporu s kap. 3.	50 % nezpůsobilých výdajů na chybně označený nepovinný nástroj publicity  nebo 0,01 % z celkové výše dotace v případě, že nelze vyčíslit výdaje na nepovinný nástroj publicity