



Spolufinancováno
Evropskou unií



Ministerstvo
vnitra

POVINNÁ PUBLICITA

Metodický list



POVINNÉ LOGO—ZNAK



**Spolufinancováno
Evropskou unií**



**Financováno
Evropskou unií**

Logo spolufinancováno EU bude využito v případě, kdy je projekt financován i z jiných zdrojů než EU (státní rozpočet, vlastní zdroje). V případě, kdy je projekt financován 100% z EU, bude využito logo financováno EU.

Doporučeno je využívat i s logem řídicího orgánu (tedy Ministerstva vnitra).



**Spolufinancováno
Evropskou unií**



Ministerstvo
vnitra

Další verze log (například černobílá či cizojazyčná verze) jsou uloženy na webu Fondů Evropské unie v oblasti vnitřních věcí – Pro žadatele a příjemce – Prvky povinné publicity.

*Oficiální internetová stránka/sociální síť
(v případě, že existuje)*

- Název projektu
- Cíl projektu (v případě webu také výsledky projektu)
- Text „financováno/spolufinancováno Evropskou unií“

Je nutné, aby byla povinná publicita vidět “na první pohled” - tedy bez nutnosti scrollování (posouvání).

Popis na webu je potřeba aktualizovat v případě změn informací.

V případě příspěvku na sociálních sítích stačí 1 příspěvek za celou dobu realizace projektu. Popis projektu/příspěvek musí být zveřejněn minimálně do konce fyzické realizace projektu (v případě postup, pokud to daná sociální síť umožňuje).

Pokud příjemce průběžně informuje své sledující o aktivitách v rámci projektu (například, že proběhla nějaká akce), mají tyto příspěvky charakter PR článků a je tedy dostačující, aby bylo uvedeno jen logo EU s textem “financováno/spolufinancováno EU”.

Plakát

- Minimální velikost A3
- Povinný text – název projektu, cíl projektu, znak EU a označení „financováno/spolufinancováno Evropskou unií“

Doporučeno je využívat generátor povinné publicity -
<https://publicita.dotaceeu.cz>

Plakát musí být umístěn v místě realizace projektu v rámci realizace projektu – tedy od zahájení (nejpozději do podání první zprávy o realizaci) po skutečné ukončení projektu. V případě, kdy se projekt realizuje na více místech, je potřeba mít plakát umístěn na všech.

Příklady dobré praxe	Příklady špatné praxe
<p>Plakát/stálá pamětní deska byl/a umístěn/a ve vstupních prostorách (například recepce) organizace. Příjemce sdílel na Instagramu fotku z realizovaného jazykového kurzu a na fotce byl pouze znak EU s textem “spolufinancováno EU” - bez nutnosti identifikace projektu či jeho cíle.</p>	<p>Plakát nebyl umístěn na viditelném místě pro veřejnost (byl umístěn například v kanceláři, na nástěnce bez možnosti přístupu veřejnosti). Příspěvek na sociální síti byl uveřejněn po omezenou dobu (například prostřednictvím story nebo reel) – příspěvek je nutné mít zveřejněný po celou dobu realizace projektu, dohledatelný a viditelný. Informace o projektu byly z webu odstraněny po schválení první zprávy o realizaci. Příjemce v rámci první zprávy o realizaci neuložil do ISKP fotografii plakátu, umístěném v místě realizace projektu (nikoliv pdf z generátoru publicity) - musí být identifikovatelné, že se jedná o místo realizace. Příjemce informoval o projektu (rozsáhlým textem), nicméně povinnou publicitu měl až v samotném závěru textu - těžce dohledatelnou.</p>

POVINNÉ V PŘÍPADĚ NAPLNĚNÍ UVEDENÝCH PŘEDPOKLADŮ

<p><i>Dokumenty a komunikační materiály pro veřejnost</i></p>	<p>V případě, kdy vznikají dokumenty a komunikační materiály pro veřejnost (například pozvánky, prezenční listiny, brožury apod.) je potřeba je označit logem (viz výše a textem „Financováno/Spolufinancováno z EU).</p>
<p><i>Dočasný billboard/stálá pamětní deska/stálý billboard</i></p>	<p>V případě projektu, který zahrnuje hmotnou investici a u něhož celkové náklady přesahují 100 000 Euro, vystaví příjemce na veřejně viditelném místě billboard, permanentní billboard nebo stálou pamětní desku (v takovém případě pak není povinnost mít plakát - ten je dočasným billboardem/stálou pamětní deskou/stálým billboardem nahrazen).</p>
<p><i>Komunikační akce (v MS označeno jako Event)</i></p>	<p>U projektů s náklady přesahujícími 10 000 000 Euro má příjemce povinnost uskutečnit komunikační akci (například tiskovou konferenci, den otevřených dveří apod.) a pozvat zástupce řídicího orgánu, který pozve zástupce Evropské komise. Povinnost lze naplnit i realizací jiné komunikační aktivity (např. drobná mediální kampaň v regionu), o níž je příjemce povinen s předstihem informovat řídicí orgán.</p>

Kompletní informace k publicitě lze nalézt v **Pravidlech pro žadatele a příjemce - obecná část - kapitola 19 - Pravidla pro informování a komunikaci FEUVV a užívání loga EU.**