

## 4.6 Publicita

Poskytnutí dotace z EFRR musí být dostatečně prezentováno a zviditelněno, pravidla pro propagaci projektů financovaných v rámci Programu jsou upravena v čl. 115 Nařízení (EU) č. 1303/2013 a v příloze č. XII tohoto Nařízení. Problematiku publicity dále upravuje Kapitola II prováděcího Nařízení (EU) č. 821/2014 a příloha č. II tohoto Nařízení.

Publicitní činnosti jsou prováděny všemi projektovými partnery. Hlavní příjemce však zajišťuje celkovou koordinaci publicity pro projekt na obou stranách hranice. Pokud projekt obdrží dotaci z EFRR, zajistí projektoví partneři, aby byly veřejnost i subjekty účastníci se projektu o této dotaci informovány vhodnými informačními opatřeními. Projektový partner za tímto účelem jasně uvede, že realizovaný projekt byl podpořen v rámci Programu, který je spolufinancován z EFRR.

V případě, že má Hlavní příjemce vlastní internetovou stránku, zveřejní na ní stručný popis projektu úměrný míře podpory, včetně jeho cílů a výsledků a zdůrazní, že je daný projekt financován z prostředků EU.

Pravidla publicity platí stejná i pro mikroprojekty.

### 4.6.1 Náležitosti publicity

Veškerá informační a propagační opatření musejí obsahovat náležitosti, které jsou uvedeny v příloze č. XII nařízení (EU) č. 1303/2013:

## 4.6 Promocja

Przyznanie dofinansowania z EFRR musi być promowane i prezentowane w wystarczającym stopniu, Zasady promocji projektów finansowanych w ramach Programu wynikają z art. 115 Rozporządzenia (UE) nr 1303/2013 oraz załącznika nr XII niniejszego Rozporządzenia. Zasady promocji reguluje również Rozdział II rozporządzenia wykonawczego (UE) nr 821/2014 i załącznik nr II do tego Rozporządzenia.

Za działania promocyjne odpowiedzialni są wszyscy Partnerzy projektu. Główny Beneficjent odpowiada jednak za zapewnienie ogólnej koordynacji promocji projektu po obu stronach granicy. Jeżeli projekt otrzyma dofinansowanie z EFRR, Partnerzy projektu zapewnią, aby opinia publiczna i podmioty uczestniczące w projekcie były informowane o dofinansowaniu za pomocą odpowiednich działań informacyjnych. W tym celu Partner projektu w jednoznaczny sposób deklaruje, że projekt otrzymał wsparcie w ramach Programu, który jest współfinansowany z EFRR.

Jeżeli Główny Beneficjent ma własną stronę internetową, opublikuje na niej zwięzły opis projektu adekwatny wobec otrzymanego dofinansowania, wraz z podaniem celów i wyników, podkreślając, że dany projekt finansowany jest ze środków UE.

Przy realizacji mikroprojektów obowiązuje takie same zasady promocji.

### 4.6.1 Elementy promocji

Wszelkie działania informacyjne i promocyjne powinny obejmować elementy określone na mocy XII do Rozporządzenia Ogólnego nr 1303/2013:

- logo Evropské unie v souladu s grafickými normami stanovenými v příloze II prováděcího Nařízení (EU) č. 821/2014, kterým se stanoví pravidla pro uplatňování Nařízení (EU) č. 1303/2013 a odkaz<sup>21</sup> na Evropskou unii;
- odkaz na EFRR ve znění „Evropský fond pro regionální rozvoj“;
- Všechna potřebná loga jsou k dispozici ke stažení na stránkách Programu [www.cz-pl.eu](http://www.cz-pl.eu) pod záložkou „Příjemce - Publicita“. Pokud na těchto stránkách nebude k dispozici požadovaný formát loga, je možné obrátit se s požadavkem konkrétního formátu přímo na JS.
- logo Unii Europejskiej zgodnie ze standardami graficznymi dotyczącymi symbolu Unii, określonymi w załączniku II do rozporządzenia wykonawczego Komisji (UE) nr 821/2014, ustanawiającym zasady stosowania rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1303/2013, wraz z odniesieniem<sup>1</sup> do Unii Europejskiej
- Odniesienie do EFRR, w brzmieniu: Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego;
- Wszystkie niezbędne logo i symbole są dostępne do pobrania na stronie Programu [www.cz-pl.eu](http://www.cz-pl.eu) pod zakładką „Beneficjent – Promocja“. Jeżeli na stronie Programu wymagany format logo nie będzie akurat dostępny, z prośbą o udostępnienie określonego formatu logo można zwrócić się bezpośrednio do WS.

## Použití Loga EU

Všichni příjemci (všichni projektoví partneři, pokud získali z projektu dotaci) jsou povinni uvést finanční spoluúčast Evropské unie na svém podporovaném projektu. Tato povinnost se vztahuje na uveřejněné materiály, prezentace, internetové stránky nebo publikace, jež mají souvislost s podporovaným projektem.

Pokud jde o malé propagační předměty<sup>22</sup>, nemusí být z důvodu čitelnosti a přehlednosti uváděn odkaz na Evropský fond pro regionální rozvoj.

Je třeba věnovat pozornost také barevnému provedení propagačních opatření. Použitá loga mají přesné barevné náležitosti.<sup>23</sup> Je nutné brát

## Zastosowanie logo UE

Wszyscy beneficjenci (wszyscy partnerzy projektu, którzy uzyskali dofinansowanie w ramach Programu) mają obowiązek informowania o udziale finansowym Unii Europejskiej w danym projekcie. Obowiązek ten odnosi się do opublikowanych materiałów, prezentacji, stron internetowych lub publikacji, które mają jakiś związek z projektem, który uzyskał wsparcie.

W przypadku małych gadžetów<sup>22</sup> promocyjnych, z uwagi na czytelność i przejrzystość, nie ma obowiązku umieszczania odniesienia do Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.

Należyta uwagę trzeba zwrócić również na kolorystykę logo wykorzystywanego do promocji działań w projekcie.<sup>23</sup> Zastosowane logo mają określone

<sup>21</sup> Pod tímto pojmem je myšlena povinnost používat na veškerých informačních a propagačních opatřeních spolu se symbolem EU (tzn. s vlajkou) také dvojslovný výraz "Evropská unie" (zkratka „EU“ není postačující). Tudíž všude, včetně malých propagačních předmětů, musí být uveden symbol EU (vlajka) spolu se slovy „Evropská unie“.

<sup>22</sup> Přesná definice malých propagačních předmětů neexistuje. Obecně však platí, že všechny povinné údaje jsou na daný předmět vytisknuty/uvedeny tehdy, pokud to lze provést tak, aby text byl čitelný, přehledný, srozumitelný.

<sup>23</sup> V odůvodněných případech, kdy dojde k použití zvláštních technik (rytí, leptání, gravírování např. do šedého kovu atd.), lze použít pravidla platná pro černobílé provedení. V případě gravírování se rytá část řídí pravidly pro

<sup>21</sup> Pod niniejszym pojęciem rozumiany jest obowiązek stosowania we wszystkich działaniach informacyjnych i promocyjnych wraz z symbolem UE (tzn. flagą) również dwuwyrzowego sformułowania „Unia Europejska“ (skrót „UE“ nie jest wystarczający). Wszędzie zatem, łącznie z drobnymi gadżetami promocyjnymi, powinny być umieszczane symbol UE (flaga) i słowa „Unia Europejska“.

<sup>22</sup> Dokładna definicja drobnych gadżetów promocyjnych nie istnieje. Ogólnie jednak obowiązuje zaada, że wszystkie obowiązkowe dane podaje się/drukuje się na przedmiocie wówczas, jeśli są one dobrze widoczne, przejrzyste i czytelne.

<sup>23</sup> W uzasadnionych przypadkach, gdy zostaną wykorzystane specjalne techniki (rycie, trawienie, grawerowanie, np. w szarym metalu, można zastosować zasady dotyczące wersji czarno-białej. W przypadku grawerowania wyryta część

také v potaz, zdali budou výstupy tištěny barevně nebo monochromaticky (viz příloha č 24). Předepsané barvy a grafické normy jsou uvedené v příloze č. II Prováděcího Nařízení (EU) č. 821/2014 nebo také na stránkách Programu.

### Použití loga Programu

Použití loga Programu je Řídícím orgánem Programu stanoveno jako povinné.

Logo Programu se užívá i s heslem Programu „Překračujeme hranice“ a označení letopočtu trvání Programu „2014–2020“. Výjimkou jsou malé propagační předměty, u nichž lze použít logo Programu bez hesla i letopočtu.

#### Klasické spojení loga EU a loga programu:



#### Spojení loga EU a loga Programu na malých propagačních předmětech:



wymagania kolorystyczne. Należy brać pod uwagę przede wszystkim to, czy materiały będą drukowane w kolorze lub czy w wersji monochromatycznej (patrz załącznik nr 24). Przepisowe kolory i standardy graficzne podano w załączniku nr II Rozporządzenia Wykonawczego (UE) nr 821/2014, a także na stronie Programu.

### Stosowanie logo Programu

Instytucja Zarządzająca Programu uznaje stosowanie logo Programu za obowiązkowe.

Logo Programu stosowane jest wraz z hasłem „Przekraczamy granice“ oraz latami, w których przebiega realizacja Programu, „2014-2020“. Wyjątkiem są drobne gadżety promocyjne, w przypadku których można zastosować logo Programu bez hasła i lat realizacji.

#### Klasyczne połączenie logo UE i logo programu:



#### Połączenie logo UE i logo Programu na drobnych gadżetach promocyjnych:



použití černé barvy a podkladová, lesklá část se řídí pravidly pro použití bílé barvy. To se týká všech propagačních opatření (výstupy, nosiče, předměty).

podlega zasadom dotyczącym koloru białego. Dotyczy to wszystkich działań promocyjnych (produkty, nośniki, przedmioty).

## Umístění log

Pro umístění log a jejich vzájemné kombinování při naplňování informačních a komunikačních předpisů platí následující pravidla:

- logo EU musí být umístěno na dobře viditelném místě, aby byl naplněn cíl informovat o zdroji financování projektu
- v případě, že jsou logo EU, odkaz na EU a EFRR uvedeny na internetové stránce, musí být:
  - barevné provedení loga EU s odkazem na EFRR a podle technických možností také logo Programu viditelné při otevření internetové stránky, aniž by byl uživatel nucen přesunout se na spodní část této stránky
  - odkaz na EFRR viditelný na stejné internetové stránce
- při kombinaci log musí být logo EU (vlajka EU bez doprovodného textu) minimálně stejně veliké, měřeno na výšku nebo šířku jako největší z těchto dalších použitých log (např. logo Programu či ostatních subjektů);
- v případě tištěných médií (např. publikace, letáky apod.) musí být loga vyobrazena na vnější obálce;

## Umieszczenie logo

Przy umieszczaniu logo na nośnikach i ich łączeniu w ramach realizacji przepisów dotyczących informacji i komunikacji obowiązują następujące zasady:

- logo UE należy umieścić w dobrze widocznym miejscu, tak aby zrealizowany został cel promocji, czyli informowanie o źródłach finansowania projektu
- jeżeli logo UE oraz odniesienie do UE i EFRR umieszczone są na stronie internetowej, należy spełnić następujące warunki:
  - logo UE wraz z odniesieniem do UE i EFRR, a jeżeli jest to możliwe technicznie, również logo Programu, musi posiadać taką kolorystykę oraz musi zostać umieszczone w takim miejscu strony internetowej, aby po jej otwarciu było ono widoczne, bez konieczności przesuwania strony w dół
  - odniesienie (hasło) do EFRR widoczne na tej samej stronie internetowej.
- jeżeli łączy się kilka rodzajów logo, logo UE (flaga UE bez tekstu towarzyszącego) musi być co najmniej tak duże na wysokość i szerokość, jak największe z pozostałych zastosowanych logo (np. logo Programu lub innych podmiotów);
- w przypadku materiałów drukowanych (np. publikacje, ulotki itp.) logo musi zostać umieszczone na okładce zewnętrznej;

<sup>24</sup> Mezi ESI fondy patří: Evropský fond pro regionální rozvoj (EFRR), Evropský sociální fond (ESF), Fond soudržnosti (FS), Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova (EZFRV) a Evropský námořní a rybářský fond (ENRF).

<sup>24</sup> Do funduszy ESI należą: Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego (EFRR), Europejski Fundusz Społeczny (EFS), Fundusz Spójności (FS), Europejskie Fundusze Rolny na rzecz Rozwoju Obszarów Wiejskich (EFRROW) i Europejski Fundusz Morski i Rybacki (EFMR).

- v textech pro informační a komunikační opatření k danému projektu se vypíše označení „Evropská unie“;
- účastníky projektu je nutno o podpoře Evropskou unií z Evropského fondu pro regionální rozvoj informovat. Odpovídající odkaz (informaci, heslo) je nutno umístit i na potvrzení a osvědčení o účasti;
- na akcích (např. konference), je nutno zviditelnit vlajku Evropské unie;
- v tiskových zprávách a veřejných interview je na podporu získanou z Evropské unie a z Evropského fondu pro regionální rozvoj nutno upozornit odpovídajícími formulacemi.
- vztahuje-li se informační nebo komunikační opatření k jednomu nebo několika projektům, spolufinancovaných z více než jednoho fondu, lze odkaz na EFRR nahradit odkazem na fondy ESI<sup>24</sup>

- w tekstach przeznaczonych do działań o charakterze informacyjnym i komunikacyjnym odnośnie danego projektu należy umieścić sformułowanie „Unia Europejska“;
- uczestników projektu należy poinformować o wsparciu z Unii Europejskiej oraz Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego. Odpowiedni odnośnik (informację, hasło) należy umieścić również na potwierdzeniu i zaświadczeniu o uczestnictwie;
- na wydarzeniach (np. konferencje) należy uwidocznic flagę Unii Europejskiej;
- w komunikatach prasowych i udzielanych publicznie wywiadach należy zwrócić uwagę na wsparcie otrzymane z Unii Europejskiej oraz Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego za pomocą odpowiednich sformułowań;
- jeżeli działanie informacyjne lub komunikacyjne odnosi się do jednego lub kilku projektów współfinansowanych z kilku funduszy, odnośnik do EFRR należy zastąpić odniesieniem do funduszy ESI<sup>24</sup>



- U předmětů trvalejší povahy (např. tužky, trička, tašky, bloky, hračky apod.) musí být logo EU<sup>25</sup> součástí předmětu, nestačí jejich uvedení jen na obalu propagačního předmětu.
- V případě použití jiných log např. na plakátech apod. je nezbytné mít uzavřenou sponzorskou dohodu a v případě, že ji příjemce nemá, platí obecná pravidla pro sankce za publicitu – platí pouze pro polskou stranu.
- Doporučuje se loga EU a programu uvádět v jednom řádku a jiná loga v jiném řádku.

ŘO dále doporučuje při použití loga EU řídit se také následujícími zásadami:

- u předmětů, kde je obal součástí propagačního předmětu (např. kazeta s medailí, krabička s CD bez potisku - je-li na CD potisk s textem či jinými logy, musí být natištěna i povinná publicita), může být logo uvedeno na obalu;
- logo lze také umístit na předmět pomocí samolepky, pokud není svojí podstatou propagačním předmětem (např. lampa se samolepkou).

- w przypadku przedmiotów o większej trwałości (np. ołówki, długopisy, koszulki, torby, bloki, zabawki itp.) logo EU<sup>25</sup> musi stanowić trwały element przedmiotu, nie wystarczy umieszczenie go na opakowaniu gadżetu promocyjnego.
- W przypadku zastosowania innych logo, np. na plakatach itp., należy mieć zawartą umowę sponsoringową a w przypadku, gdy beneficjent jej nie posiada, obowiązują ogólne zasady dotyczące sankcji z tytułu promocji – dotyczy tylko strony polskiej.
- Zalecane jest stosowanie logotypów UE i programu w jednym wierszu, innych logotypów w innym.

IZ zaleca również stosowanie następujących zasad odnośnie wykorzystania logo UE:

- w przypadku przedmiotów, gdzie opakowanie stanowi część przedmiotu promocyjnego (np. medal w kasetce, pudełko z CD bez nadruku – jeżeli na CD znajduje się tekst z tekstem innym niż logo UE, należy na CD nadrukować również obowiązkowe teksty promocyjne), logo można umieścić na opakowaniu;
- logo można również umieścić na przedmiocie za pomocą folii samoprzylepnej/naklejki, o ile on sam nie jest przedmiotem promocyjnym (np. lampa z naklejką).

<sup>25</sup> Za logo EU je v tomto textu považován symbol Evropské unie (vlajka) vč. všech povinných textů, tj. „Evropská unie“, „Evropský fond pro regionální rozvoj“. V případě malých propagačních předmětů je pak za logo EU považována pouze vlajka EU s textem „Evropská unie“.

<sup>25</sup> Za logo UE w niniejszym tekście uznaje się symbol Unii Europejskiej (flagę), wraz ze wszystkimi obowiązującymi sformułowaniami słownymi, tj. „Unia Europejska“, „Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego“. W przypadku drobnych gadżetów promocyjnych za logo UE uznaje się wyłącznie flagę UE z tekstem „Unia Europejska“.

- v případě pořizování vybavení platí pravidlo, že není nutné označovat ty předměty, které nejsou určené cílové skupině nebo veřejnosti, ale jsou primárně určeny projektovým partnerům (např. HW vybavení pro administraci projektu, vybavení kanceláře pro administraci projektu apod.). Dále 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 A3 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)

- W przypadku nabywania wyposażenia obowiązuje zasada, że nie jest konieczne oznaczanie przedmiotów, które nie są przeznaczone dla grupy do celowej lub uczestników, ale są przede wszystkim przeznaczone dla partnerów projektowych (np. sprzęt komputerowy do administracji projektu, wyposażenie biura administracji projektu itp.). Ponadto nie jest konieczne oznaczanie wyposażenia dla grupy docelowej lub opinii publicznej, o ile wyposażenie tworzy zespoły przedmiotów a promocja w miejscu, w którym wyposażenie to się znajduje jest zapewniona w sposób zbiorowy np. tablica informacyjna, plakat A3 itp. (np. w sali lekcyjnej w ramach projektu nie jest konieczne oznaczanie każdej sztuki wyposażenia lub sprzętu, jeśli w Sali jest umieszczona tablica informacyjna spełniająca wymogi promocji).

#### 4.6.2 Způsob zajištění publicity v závislosti na typu projektu

Projektoví partneři jsou povinni v závislosti na typu projektu realizovat následující opatření:

**Projekty s celkovým veřejným příspěvkem nad 500 000 EUR spočívající ve financování infrastruktury nebo stavebních prací**

- netýká se FMP

**Projekty s celkovým veřejným příspěvkem nad 500 000 EUR spočívající v nákupu hmotného předmětu**

- netýká se FMP

#### 4.6.2 Sposoby zapewnienia promocji w zależności od typu projektu

Partnerzy projektu mają obowiązek zapewnienia następujących działań promocyjnych w zależności od typu projektu:

**Projekty o całkowitym dofinansowaniu ze środków publicznych powyżej 500 tys. EUR, polegające na finansowaniu działań w zakresie infrastruktury lub robót budowlanych**

- nie dotyczy FM

**Projekty o całkowitym dofinansowaniu ze środków publicznych powyżej 500 tys. EUR, polegające na zakupie przedmiotu materialnego**

- nie dotyczy FM

### Ostatní projekty

U všech ostatních projektů mají projektoví partneři po dobu realizace projektu povinnost umístit na dobře viditelném místě alespoň jeden plakát (minimálně velikosti A3), který musí obsahovat:

- informace o projektu
- logo EU s odkazy na EU a EFRR

Dále jsou projektoví partneři povinni zvolit vhodnou formu propagace odpovídající charakteru projektu tak, aby bylo zajištěno, že cílové skupiny budou informovány o tom, že projekt je realizován v rámci Programu, který je spolufinancován z Evropského fondu pro regionální rozvoj<sup>29</sup>. Např.:

- V případě seminářů, workshopů, školení, konferencí, výstav, veletrhů použitím plakátu, roll-upu, označením vystavovaných předmětů, polepu stánku, uvedením výše popsanych náležitostí na pozvánkách, v podkladech apod.,
- v případě menších infrastrukturních projektů použitím informační cedule v průběhu realizace projektu a pamětní desky po skončení realizace projektu v místě infrastruktury apod.,
- internetové stránky projektu,
- inzerce (v novinách, rozhlasu, TV),

### Pozostałe projekty

W przypadku wszystkich pozostałych projektów Partnerzy projektu mają obowiązek umieszczenia na dobrze widocznym miejscu przynajmniej jednego plakatu (o minimalnym formacie A3), który musi zawierać następujące informacje:

- informacje o projekcie
- symbol UE oraz odniesienie do UE i EFRR

Ponadto partnerzy mają obowiązek wybrania odpowiedniej formy promocji, odpowiadającej charakterowi projektu, tak aby stanowiło to gwarancję, że grupy docelowe zostaną odpowiednio poinformowane o realizacji projektu w ramach Programu, który jest współfinansowany z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego.<sup>29</sup> np.

- w przypadku seminariów, warsztatów, szkoleń, konferencji, wystaw, targów poprzez zastosowanie plakatu, rollupu, oznaczenie wystawianych przedmiotów, obklejenie stoiska, umieszczenie powyższych obowiązkowych elementów na zaproszeniach, w materiałach, itp.
- w przypadku mniejszych projektów infrastrukturalnych – wykorzystanie tablicy informacyjnej w trakcie realizacji projektu i płyty pamiątkowej po zakończeniu realizacji projektu w miejscu infrastruktury itp.
- strona internetowa projektu
- ogłoszenia (w gazetach, radiu, TV)



- informační a komunikační materiál vyrobený v rámci realizovaného projektu (plakát, leták, brožura, skládačka, informační sdělení, zpravodaj, studie, atd.).

- materiały informacyjne i komunikacyjne stworzone w ramach realizowanego projektu (plakat, ulotka, broszura, folder, komunikat informacyjny, biuletyn, opracowanie studyjne itp.).

#### 4.6.3 Pravidla pro správné zajištění publicity projektu a posuzování jejího naplnění

Výdaje na publicitu jsou způsobilé k financování z EFRR, pokud jsou zahrnuty v rozpočtu, který je součástí projektové žádosti. Je proto vhodné, aby projektový partner s příslušnými orgány (JS, příslušné regionální subjekty) konzultoval již při přípravě projektové žádosti, jaké povinnosti týkající se propagace bude muset splnit, pokud mu bude dotace udělena, a tyto aktivity zahrnul do rozpočtu.

#### 4.6.4 Sankce za nedodržení pravidel publicity

V případě nedodržení pravidel publicity může být na příslušného projektového partnera uvalena **sankce**.

Pro účely sankcí jsou porušení rozdělena do 3 kategorií:

- **publicita úplně chybí** – tj. nejsou provedena žádná z výše uvedených opatření, která mají informovat o finanční podpoře z Programu;
- **publicita je nekompletní** – opatření zajišťující informovanost o finanční podpoře z Programu jsou provedena, ovšem neobsahují veškeré náležitosti, které jsou stanoveny v čl. 2.2, Přílohy XII Nařízení (EU) č. 1303/2013 rozšířené o požadavky Programu, tj.:
  - uvedení loga EU vč. odkazu na Evropskou unii,

#### 4.6.3 Zasady właściwego zapewnienia promocji oraz oceny jej realizacji

Wydatki na promocję są kwalifikowalne do dofinansowania z EFRR, jeżeli zostały one ujęte w budżecie projektu, stanowiącym część wniosku projektowego. Z tego względu wskazane jest, aby partner konsultował z odpowiednimi instytucjami (WS, odpowiednie Podmioty Regionalne), już na etapie przygotowywania wniosku projektowego, obowiązki, jakie będzie musiał spełnić w zakresie promocji w przypadku przyznania dofinansowania, zaś wydatki na te działania ujął już w budżecie projektu.

#### 4.6.4 Sankcje za nieprzestrzeganie zasad promocji

W przypadku nieprzestrzegania zasad promocji dany Partner projektu może zostać ukarany za pośrednictwem **sankcji**.

W celu klasyfikacji sankcji uchybienia podzielono na 3 kategorie:

- **całkowity brak promocji**, tzn. nie zrealizowanego żadnego z powyższych środków, które mają na celu informowanie o dofinansowaniu z Programu;
- **promocja jest niekompletna** – zrealizowane środki, zapewniające informacje o dofinansowaniu z Programu nie spełniają wszystkich wymagań podanych w art. 2.2, Załącznika XII rozporządzenia (UE) nr 1303/2013 oraz wymagań Programu, tj.:

- uvedení odkazu na EFRR (pokud se nejedná o malý propagační předmět),
  - uvedení loga programu
  - uvedení názvu projektu, cílů projektu, případně dalších informací o projektu, pokud jsou vyžadovány (v případě dočasného billboardu, trvalé pamětní desky, plakátu A3, internetových stran – viz výše požadavky pro jednotlivé typy projektů)
- **publicita je nepředpisová** – opatření zajišťující informovanost o finanční podpoře z Programu nesplňují náležitosti uvedené v čl. 4 Prováděcího Nařízení (EU) č. 821/2014 a Příloze II tohoto Nařízení, tj.
- nejsou dodrženy grafické standardy a pravidla pro barevné provedení loga, používání fontů písma,
  - nejsou dodržena pravidla pro umístění loga
  - nejsou dodržena pravidla týkající se velikosti loga a v případě dočasných billboardů a trvalých pamětních desek podílu plochy, které mají informace o projektu vč. loga zaujímat

a) sankce v případě nedodržení publicity u konkrétního **výstupu projektu** – pochybení je rozděleno dle závažnosti na 3 skupiny a ke každé skupině je stanoveno %, o které se krátí způsobilé výdaje přímo vynaložené v souvislosti s pořízením výstupu<sup>30</sup>:

<sup>30</sup> Pokud nelze výdaje spojené s daným výstupem jednoznačně oddělit, uplatňuje se uvedená sankce v % na celkové způsobilé výdaje daného partnera. Je-li výstupem seminář, workshop, školení, konference, výstava či veletrh, uplatňuje se uvedená sankce v % ze způsobilých výdajů na propagaci dané akce.

- umieszczenie logo UE wraz z odniesieniem (hasłem) do Unii Europejskiej;
  - umieszczenie odniesienia do EFRR (jeżeli nie jest to drobny gadżet promocyjny);
  - umieszczenie logo Programu
  - umieszczenie nazwy projektu, celów projektu, ewentualnie innych informacji o projekcie, jeżeli są one wymagane (w przypadku tymczasowego billboardu, trwałej tablicy pamiątkowej, plakatu A3, strony internetowej – zob. powyższe wymagania dla poszczególnych typów projektów)
- **promocja jest niezgodna z przepisami** – środki zapewniające informacje o dofinansowaniu z Programu nie spełniają wymagań podanych w art. 4 rozporządzenia wykonawczego (UE) nr 821/2014 i Załączniku II do niniejszego Rozporządzenia, tj.:
- nie przestrzegano standardów graficznych i zasad kolorystyki logo i odpowiedniej czcionki;
  - nie przestrzegano zasad umieszczenia logo;
  - nie przestrzegano zasad dotyczących rozmiaru logo, zaś w przypadku tymczasowych billboardów i trwałych tablic pamiątkowych rozmiarów powierzchni, na której umieszczono informacje o projekcie, w tym logo.
- a) sankcje w przypadku braku odpowiedniej promocji dla konkretnego **produktu projektu** – uchybienia podzielono na 3 grupy, zaś dla każdej grupy ustalono wartość %, o którą obniżone zostaną wydatki poniesione w bezpośrednim związku z wykonaniem produktu:<sup>30</sup>

<sup>30</sup> Jeżeli nie sposób jednoznacznie oddzielić wydatków związanych z danym produktem, podany % sankcji odnosi się do całkowitych wydatków kwalifikowalnych danego partnera. Jeżeli produktem jest seminarium, warsztaty, szkolenie, konferencja, wystawa lub targi, podana sankcja w % stosowana jest do wydatków kwalifikowalnych przeznaczonych na promocję danego wydarzenia.

- publicita úplně chybí – způsobilé výdaje se krátí ve výši 5 %,
- publicita je nekompletní (nesplňuje všechny náležitosti uvedené v čl. 2.2, Přílohy XII Nařízení (EU) č. 1303/2013 – způsobilé výdaje se krátí ve výši 3 %,
- publicita je nepředpisová (nesplňuje náležitosti uvedené v čl. 4 Prováděcího Nařízení (EU) č. 821/2014 a Příloze II tohoto Nařízení – způsobilé výdaje se krátí o 1 %.

b) sankce v případě nedodržení publicity u konkrétního **prostředku (nosiče) publicity** – pochybení je rozděleno dle závažnosti na 3 skupiny a ke každé skupině je stanoveno %, o které se krátí způsobilé výdaje na daný prostředek publicity:

- publicita úplně chybí – způsobilé výdaje se krátí ve výši 50 %,
- publicita je nekompletní (tj. nesplňuje všechny náležitosti uvedené čl. 2.2, Přílohy XII Nařízení (EU) č. 1303/2013 – způsobilé výdaje se krátí ve výši 25 %,
- publicita je nepředpisová (tj. nesplňuje náležitosti uvedené v čl. 4 Prováděcího Nařízení (EU) č. 821/2014 a Příloze II tohoto Nařízení – způsobilé výdaje se krátí ve výši 15 %.

c) sankce v případě nedodržení publicity u **propagačního předmětu** – pochybení je rozděleno dle závažnosti na 3 skupiny a ke každé skupině je stanoveno %, o které se krátí způsobilé výdaje na daný propagační předmět:

- publicita úplně chybí – způsobilé výdaje se krátí ve výši 100 %,

- całkowity brak promocji – wydatki kwalifikowalne zostaną obniżone o 5%,
- promocja jest niekompletna (nie spełnia wszystkich wymagań podanych w art. 2.2, Załącznika XII rozporządzenia (UE) nr 1303/2013 – wydatki kwalifikowalne zostaną obniżone o 3%.
- promocja jest niezgodna z przepisami (nie spełnia warunków podanych w art. 4 rozporządzenia wykonawczego (UE) nr 821/2014 i Załączniku II do niniejszego Rozporządzenia) – wydatki kwalifikowalne zostaną obniżone o 1%.

b) sankcje w przypadku braku odpowiedniej promocji dla konkretnego **medium (nośnika) promocji** – uchybienie to podzielono na 3 grupy. Dla każdej grupy ustalono wartość %, o którą obniżone zostaną wydatki poniesione w bezpośrednim związku z danym medium promocji:

- całkowity brak promocji – wydatki kwalifikowalne zostaną obniżone o 50%,
- promocja jest niekompletna (nie spełnia wszystkich wymagań podanych w art. 2.2, Załącznika XII rozporządzenia (UE) nr 1303/2013 – wydatki kwalifikowalne zostaną obniżone o 25%,
- promocja jest niezgodna z przepisami (nie spełnia warunków podanych w art. 4 rozporządzenia wykonawczego (UE) nr 821/2014 i Załączniku II do niniejszego Rozporządzenia – wydatki kwalifikowalne zostaną obniżone o 15%.

c) sankcje w przypadku braku odpowiedniej promocji dla konkretnego **gadżetu promocyjnego** - uchybienie to podzielono na 3 grupy. Dla każdej grupy ustalono wartość %, o którą obniżone zostaną wydatki poniesione w bezpośrednim związku z danym przedmiotem/gadżetem:

- całkowity brak promocji – wydatki kwalifikowalne zostaną obniżone o 100%,

- publicita je nekompletní (tj. nesplňuje všechny náležitosti uvedené čl. 2.2, Přílohy XII Nařízení (EU) č. 1303/2013 – způsobilé výdaje se krátí ve výši 50 %,
- publicita je nepředpisová (tj. nesplňuje náležitosti uvedené v čl. 4 Prováděcího Nařízení (EU) č. 821/2014 a Příloze II tohoto Nařízení – způsobilé výdaje se krátí ve výši 25 %.

- promocja jest niekompletna (nie spełnia wszystkich wymagań podanych w art. 2.2. Załącznika XII rozporządzenia (UE) nr 1303/2013 – wydatki kwalifikowalne zostaną obniżone o 50%,
- promocja jest niezgodna z przepisami (nie spełnia warunków podanych w art. 4 rozporządzenia wykonawczego (UE) nr 821/2014 i Załączniku II do niniejszego Rozporządzenia – wydatki kwalifikowalne zostaną obniżone o 25%.

V případě, že dojde k poškození některého z nástrojů publicity cizí osobou, je příjemce povinen dát tento nástroj do původního stavu minimálně na dobu udržitelnosti projektu. Pro tyto případy doporučuje ŘO nástroje publicity pojistit standardním způsobem.

Nedodržení povinné publicity v denním tisku a v TV/rozhlasovém vysílání je sankcionováno pouze v případě, že příjemce vysílání nebo článek v tisku financuje a má tudíž jako zadavatel právo a možnost výsledný produkt ovlivnit. V opačném případě nebude dodržování publicity sankcionováno, a to z toho důvodu, že příjemce dotace nemá většinou možnost autorizace nebo ovlivnění finální podoby novinového článku nebo TV vysílání, které si přímo neobjednal. V případě placených radiových spotů je postačující uvést odkaz na spolufinancování Evropskou unií nebo Evropským fondem pro regionální rozvoj (postačující je jedna z těchto variant), odkaz na přínos intervence může být vynechán.

Jeżeli dojdzie do uszkodzenia któregoś z narzędzi promocyjnych przez osobę trzecią, beneficjent ma obowiązek doprowadzenia tego narzędzia do stanu pierwotnego, przynajmniej na okres trwałości projektu. W taki wypadkach IZ zaleca ubezpieczenie narzędzi promocji w standardowy sposób.

Brak odpowiedniej promocji w prasie codziennej i w TV/radiu sankcjonowany jest wyłącznie w przypadku, że beneficjent finansuje transmisję lub artykuł w prasie, a tym samym jako zlecający ma prawo i możliwość wpłynięcia na ostateczny produkt. W przeciwnym razie beneficjent dotacji nie ma przeważnie możliwości autoryzacji lub wpływu na finalną postać artykułu w gazecie lub transmisji TV, które nie zostały przez niego zamówione. W przypadku płatnych spotów radiowych wystarczy umieścić odniesienie do współfinansowania przez Unię Europejską lub Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego (wystarczy jedna z tych wersji), odniesienie do korzyści z projektu można pominąć.