

**METODICKÝ POKYN  
PRO PUBLICITU A KOMUNIKACI  
EVROPSKÝCH STRUKTURÁLNÍCH A  
INVESTIČNÍCH FONDŮ  
V PROGRAMOVÉM OBDOBÍ 2014-2020**

Verze: 4  
říjen 2015

**MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR**

Národní orgán pro koordinaci

Odbor publicity EU

Staroměstské náměstí 6

110 15 Praha 1

E-mail: [nok@mmr.cz](mailto:nok@mmr.cz)

**Vydáno Ministerstvem pro místní rozvoj ČR dne 15. 10. 2015 s účinností od 1. 1. 2016.**

## OBSAH

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. PŘEHLED PROVEDENÝCH ZMĚN .....</b>   | <b>3</b>  |
| <b>2. ÚVODNÍ USTANOVENÍ.....</b>   | <b>4</b>  |
| <b>3. ZÁVAZNOST A ÚČINNOST .....</b>   | <b>5</b>  |
| <b>4. IMPLEMENTAČNÍ STRUKTURA V OBLASTI PUBLICITY .....</b>                                | <b>6</b>  |
| 4.1 KOMUNIKAČNÍ ÚŘEDNÍK .....  | 7         |
| 4.2 PRACOVNÍ SKUPINA PRO INFORMOVÁNÍ A PUBLICITU .....                                     | 7         |
| 4.3 HLAVNÍ ÚKOLY PRACOVNÍ SKUPINY .....  | 7         |
| 4.4 ČINNOST NÁRODNÍHO KOORDINÁTORA V OBLASTI PUBLICITY .....                               | 8         |
| 4.5 ČINNOST ŘÍDICÍCH ORGÁNŮ V OBLASTI PUBLICITY .....                                      | 8         |
| <b>5. POVINNÉ NÁLEŽITOSTI PUBLICITY ESI FONDŮ .....</b>                                    | <b>9</b>  |
| 5.1 SPOLEČNÁ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE .....   | 9         |
| 5.2 ROČNÍ KOMUNIKAČNÍ PLÁN ' .....   | 11        |
| 5.3 ZASTŘEŠUJÍCÍ WEBOVÉ STRÁNKY .....  | 14        |
| 5.4 SEZNAM OPERACÍ' .....  | 15        |
| 5.5 ZÁKLADNÍ POVINNOSTI PŘÍJEMCŮ' .....  | 16        |
| 5.6 POVINNÉ A NEPOVINNÉ NÁSTROJE .....   | 19        |
| 5.7 POVINNÉ PRVKY NA POVINNÝCH I NEPOVINNÝCH NÁSTROJÍCH/ VOLITELNÉ PUBLICITĚ .....         | 19        |
| 5.7.1 PRVKY UPRAVENÉ OBECNÝM A PROVÁDĚCÍM NAŘÍZENÍM .....                                  | 19        |
| 5.7.2 PRVKY UPRAVENÉ TÍMTO METODICKÝM POKYNEM .....  | 20        |
| 5.8 SANKCE.....  | 24        |
| 5.9 ĚVALUACE PUBLICITY A PLNĚNÍ INDIKÁTORŮ .....   | 28        |
| <b>6. ZÁKLADNÍ PRAVIDLA PRO NAKLÁDÁNÍ S PROSTŘEDKY ESI FONDŮ V OBLASTI PUBLICITY .....</b> | <b>30</b> |
| <b>7. DŮSLEDKY NEDODRŽENÍ METODICKÉHO POKYNU .....</b>                                     | <b>32</b> |

# 1. PŘEHLED PROVEDENÝCH ZMĚN

Uvedená tabulka obsahuje přehled všech změn/aktualizací a datum jejich účinnosti.

Tabulka 1 - Seznam provedených změn a aktualizací

| Kapitola/strana           | Předmět aktualizace   | Účinnost (datum) |
|---------------------------|---|------------------|
| Celý dokument             | Úprava názvů a označení článků příslušných nařízení EU v návaznosti na jejich schválení dne 17. prosince 2013 (nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1299/2013 – č. 1306/2013).                     | 1. dubna 2014    |
| Celý dokument             | Sjednocení vizuální stránky MP s ostatními metodickými dokumenty MMR-NOK.   | 1. února 2015    |
| Celý dokument             | Upřesnění textů na základě Provděcího nařízení Komise (EU) č. 821/2014.   | 1. února 2015    |
| Kapitoly č. 7.6; 7.7; 7.8 | Na základě zapracování Provděcího nařízení Komise (EU) č. 821/2014 došlo ke změně povahy uvedených kapitol z doporučujících na závazné. Případné výjimky z tohoto pravidla jsou uvedeny přímo v kapitolách. | 1. února 2015    |
| Kapitola č. 3             | Upravena závaznost MP pro Program rozvoje venkova   | 1. ledna 2016    |
| Kapitola č. 5             | Upravení závaznosti Manuálu jednotného vizuálního stylu ESI fondů jakožto doporučujícího  | 1. ledna 2016    |
| Kapitola 5.5              | Odstranění nepřesnosti v povinnosti umístování plakátu A3   | 1. ledna 2016    |
| Kapitoly 4 a 5            | V rámci sjednocení s ostatními MP byly vypuštěny původní kapitoly č. 4 a 5 (Slovník pojmů a Právní základ). Tyto kapitoly budou součástí zastřešujícího MP pro řízení programů.                             | 1. ledna 2016    |

## 2. ÚVODNÍ USTANOVENÍ

Základním cílem metodického pokynu pro oblast publicity je nastavení funkčního prostředí pro účinnou komunikaci programů a projektů financovaných z Evropského fondu pro regionální rozvoj (dále také „EFRR“), Evropského sociálního fondu (dále také „ESF“), Fondu soudržnosti (dále také „FS“), Evropského zemědělského fondu pro rozvoj venkova (dále také „EZFRV“) a Evropského námořního a rybářského fondu (dále také „ENRF“), tedy Evropských strukturálních a investičních fondů (dále také „ESI fondy“) v programovém období 2014-2020. Dále má pracovníkům implementační struktury, kteří se budou zabývat publicitou a komunikací, určit základní povinnosti a postupy vyplývající z nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013.

Povinnosti popsané v metodickém pokynu vycházejí jak z povinného minima vyplývajícího z legislativy EU, tak z povinností vyplývajících z jiných závazných a doporučujících dokumentů<sup>1</sup> a ze společné dohody řídicích orgánů programů.

**Metodický pokyn pro publicitu a komunikaci Evropských strukturálních a investičních fondů v programovém období 2014-2020** (dále také „MP publicita“ nebo „MP“) navazuje na **Metodiku komunikace realizace fondů EU v programovém období 2007-2013** z ledna 2007. Obsah dokumentu byl vytvořen ve spolupráci s řídicími orgány programů Dohody o partnerství 2014-2020 (dále také „řídicí orgány“, „ŘO OP“ nebo „ŘO“).

MP publicita popisuje systém a pravidla spolupráce mezi Národním orgánem pro koordinaci (dále také „NOK“, nebo „národní koordinátor“) a jednotlivými řídicími orgány programů a také mezi jednotlivými ŘO OP navzájem, které tvoří základ pro úspěšnou publicitu ESI fondů v České republice. Zohledňuje zkušenosti z předchozích programových období a klade si za cíl maximálně využít potenciál spolupráce mezi řídicími orgány a eliminovat případná rizika.

---

<sup>1</sup> Tj. ostatní metodické pokyny a metodická doporučení jednotného metodického prostředí 2014-2020.

### 3. ZÁVAZNOST A ÚČINNOST

MP publicita byl schválen usnesením vlády ČR č. 44 ze dne 15. ledna 2014 a je závazný pro všechny řídicí orgány jednotlivých programů ESI fondů, které jsou zastřešeny Dohodou o partnerství: EFRR, ESF, FS a ENRF s výjimkou programů cíle 2 – Evropská územní spolupráce, pro které má MP publicita jako celek doporučující charakter. Program rozvoje venkova je metodický pokyn doporučujícího charakteru, nicméně v souladu s UV č. 540/2015 budou na základě dohody mezi ministrem/yní pro místní rozvoj a ministrem/yní zemědělství vybrané dílčí kapitoly zapracovány do Postupů spojených s přípravou, řízením, realizací, monitorováním a vyhodnocováním Programu rozvoje venkova na období let 2014-2020 (dále Postupy). Tyto kapitoly budou v Postupech mít podobu závazně platných postupů a pravidel.

Jakékoli další výjimky z dílčích ustanovení tohoto pokynu jsou výslovně uvedeny u jednotlivých kapitol.<sup>2</sup> Metodický pokyn není primárně závazný pro žadatele a příjemce, upravuje však základní pravidla pro řídicí orgány jednotlivých programů, které je musí zapracovat do všech souvisejících a navazujících metodických dokumentů.<sup>3</sup>

MP publicita bude aktualizován dle potřeby. Účinnosti aktualizovaná verze MP publicita nabude zpravidla 1. den třetího měsíce po měsíci, kdy byla vydána aktualizovaná verze MP publicita, vždy bude přihlédnuto k rozsahu provedených změn tak, aby subjekty implementace měly možnost zapracovat a aplikovat změny do své řídicí dokumentace.

Tento metodický pokyn nabývá účinnosti od 1. dne třetího měsíce, který následuje po měsíci, kdy byl metodický pokyn schválen vládou ČR. Metodický pokyn nemá retroaktivní platnost.

NOK je povinen při prvním vydání a veškerých následných aktualizacích MP zveřejnit na zastřešujících webových stránkách<sup>4</sup> ESI fondů a zároveň informovat dopisem ministra o jeho vydání/aktualizaci řídicí orgány.

V případě rozporu metodického pokynu s právními předpisy EU či ČR mají právní předpisy vždy přednost. Neplatí pro požadavky, které mohou být nad rámec těchto předpisů a slouží pro nastavení koordinace v rámci ČR a dosahování cílů Dohody o partnerství (dále také „DoP“).

---

<sup>2</sup> Viz poznámky pod čarou č. 17, 18, 22, 23.

<sup>3</sup> Pro útvar Národního orgánu pro koordinaci, který je zodpovědný za oblast publicity, je MP publicita závazný automaticky.

<sup>4</sup> Dostupný také z [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz), [www.s-f.cz](http://www.s-f.cz) a [www.dotaceeu.cz](http://www.dotaceeu.cz).

## 4. IMPLEMENTAČNÍ STRUKTURA V OBLASTI PUBLICITY

Pro efektivní komunikaci ESI fondů je klíčová spolupráce mezi jednotlivými subjekty implementační struktury v oblasti publicity nejen při samotné přípravě komunikační strategie, ale také v průběhu realizace po celou dobu programového období. Cílem spolupráce je včasné předávání informací, sdílení příkladů dobré praxe, eliminace rizik a tím maximální dosažení cílů v oblasti publicity. Nastavení a vymezení rolí jednotlivých subjektů implementační struktury ESI fondů je obsahem této kapitoly.

V programovém období 2014-2020 byly v rámci Dohody o partnerství definovány tyto programy:

Tabulka 2 – Přehled programů v programovém období 2014-2020

| Cíl                               | Fond          | Program  | Řídící orgán | Národní koordinátor v ČR |
|-----------------------------------|---------------|--|--------------|--------------------------|
| Investice pro růst a zaměstnanost | EFRR, FS, ESF | OP Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost   | MPO          |                          |
|                                   |               | OP Výzkum, vývoj a vzdělávání  | MŠMT         |                          |
|                                   |               | OP Zaměstnanost  | MPSV         |                          |
|                                   |               | OP Doprava   | MD           |                          |
|                                   |               | OP Životní prostředí   | MŽP          |                          |
|                                   |               | Integrovaný regionální operační program  | MMR          |                          |
|                                   |               | OP Praha – pól růstu ČR  | Hl. m. Praha |                          |
|                                   |               | OP Technická pomoc   | MMR          |                          |
| Evropská územní spolupráce        | EFRR          | INTERREG V-A Česká republika – Polská republika  | MMR          |                          |
|                                   |               | INTERREG V-A Slovenská republika – Česká republika   |              | MMR                      |
|                                   |               | Program INTERREG V-A Rakousko - Česká republika  |              | MMR                      |
|                                   |               | Program přeshraniční spolupráce Česká republika - Svobodný stát Bavorsko Cíl EÚS 2014-2020 |              | MMR                      |
|                                   |               | Program spolupráce Svobodný stát Sasko – Česká republika 2014–2020                         |              | MMR                      |
|                                   |               | Program nadnárodní spolupráce Interreg CENTRAL EUROPE                                      |              | MMR                      |
|                                   |               | Program nadnárodní spolupráce Interreg DANUBE  |              | MMR                      |
|                                   |               | Programy meziregionální spolupráce (INTERREG EUROPE, ESPON 2020, INTERACT III, URBACT III) |              | MMR                      |
| EZFRV                             |               | Program rozvoje venkova  | MZe          |                          |
| ENRF                              |               | OP Rybářství   | MZe          |                          |

## **4.1 KOMUNIKAČNÍ ÚŘEDNÍK**

Roli informačního a komunikačního úředníka, v souladu s čl. 117 odst. 1 Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013, pro programové období 2014-2020 plní ředitel/ka věcně příslušného útvaru na Ministerstvu pro místní rozvoj ČR. Věcně příslušným útvar je takový, v jehož gesci je výkon funkce NOK pro oblast publicity.

## **4.2 PRACOVNÍ SKUPINA PRO INFORMOVÁNÍ A PUBLICITU**

Hlavní platformou pro spolupráci mezi jednotlivými řídicími orgány a národním koordinátorem je, v souladu s čl. 117 odst. 2 Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013, Pracovní skupina pro informování a publicitu fondů EU pro programové období 2014-2020 (dále také „pracovní skupina“, „PS publicita“ nebo „PS“). Jednání pracovní skupiny probíhá v souladu se Statutem a Jednacím řádem PS zpravidla čtyřikrát ročně a svolává ji předseda pracovní skupiny, kterým je komunikační úředník dle kap. 4.1 tohoto metodického pokynu.

Mezi členy PS publicita patří zástupci NOK a všech řídicích orgánů programů Dohody o partnerství:

1. Zástupce Národního orgánu pro koordinaci – předseda (NOK) – komunikační úředník dle kap. 4.1
2. Zástupce Národního orgánu pro koordinaci – tajemník (NOK)
3. Zástupce OP Podnikání a inovace pro konkurenceschopnost (MPO)
4. Zástupce OP Výzkum, vývoj a vzdělávání (MŠMT)
5. Zástupce OP Zaměstnanost (MPSV)
6. Zástupce OP Doprava (MD)
7. Zástupce OP Životní prostředí (MŽP)
8. Zástupce Integrovaného regionálního operačního programu (MMR)
9. Zástupce OP Praha – pól růstu ČR (Hl. m. Praha)
10. Zástupce OP Technická pomoc (MMR)
11. Zástupce OP INTERREG V-A Česká republika – Polská republika (MMR)
12. Zástupce Programu rozvoje venkova (MZe)
13. Zástupce OP Rybářství (MZe)

## **4.3 HLAVNÍ ÚKOLY PRACOVNÍ SKUPINY**

1. Nastavení celkové koncepce a cílů Společné komunikační strategie a cílů sledovaných indikátory (viz kap. 5.9);
2. Naplňování cílů Společné komunikační strategie a cílů sledovaných indikátory (viz kap. 5.9);
3. Využití potenciálu spolupráce u realizovaných komunikačních aktivit tak, aby došlo k efektivnímu vynaložení finančních a lidských zdrojů. Koordinace aktivit je zajišťována



prostřednictvím zasedání PS a také předkládáním ročních komunikačních plánů Národnímu orgánu pro koordinaci k připomínkám, jak ukládá kap 5.2;

4. Spolupráce na dílčích / průřezových komunikačních aktivitách Národního orgánu pro koordinaci, které mají celoplošný dopad na nejširší cílové skupiny;  
Předávání informací, zkušeností a příkladů dobré praxe jak na úrovni ČR, tak v rámci spolupráce s ostatními členskými zeměmi a EK.

#### **4.4 ČINNOST NÁRODNÍHO KOORDINÁTORA V OBLASTI PUBLICITY**

1. Koordinace naplňování cílů stanovených ve Společné komunikační strategii a cílů sledovaných indikátory (viz kap. 5.9);
2. Vystupování jako partnera vůči EK a zastupování ČR na pracovní skupině pro oblast publicity na úrovni členských států INFORM;
3. Koordinace a realizace průřezových / dílčích komunikačních aktivit, které mají celoplošný dopad na nejširší cílové skupiny;
4. Koordinace tvorby a připomínkování ročních komunikačních plánů s cílem využít potenciálu spolupráce při přípravě komunikačních aktivit tak, aby došlo k efektivnímu vynaložení finančních a lidských zdrojů;
5. Svolávání a řízení PS publicita, která slouží jako platforma pro spolupráci a komunikaci mezi řídicími orgány a Národním orgánem pro koordinaci.

#### **4.5 ČINNOST ŘÍDICÍCH ORGÁNŮ V OBLASTI PUBLICITY**

1. Dohled na naplňování cílů v oblasti publicity stanovených v rámci daného programu a sledovaných indikátory (viz kap. 5.9);
2. Vytváření a realizace ročních komunikačních plánů příslušných programů, které jsou předkládány Národnímu orgánu pro koordinaci a následně jsou schvalovány příslušným monitorovacím výborem v souladu s kap. 5.2;
3. Informování členů PS o aktuálním průběhu realizace ročních komunikačních plánů;
4. Komunikace vůči svým cílovým skupinám, zejména vůči žadatelům a příjemcům;
5. Komunikace s EK v záležitostech příslušných programů, a to na jednání monitorovacích výborů a při dalších příležitostech (o komunikaci s EK v oblasti publicity informují e-mailovou formou NOK – tajemníka PS publicita. Jedná se např. o situace, kdy si v průběhu roku EK vyžádá informace o provádění publicity příslušného OP).

## 5. POVINNÉ NÁLEŽITOSTI PUBLICITY ESI FONDŮ

Jednotné postupy v oblasti publicity fondů Dohody o partnerství se promítají do následujících oblastí.

### 5.1 SPOLEČNÁ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE

Vypracování komunikační strategie pro programové období 2014-2020 je povinností členských států vyplývající z **čl. 116** Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 a nahrazuje pojem „Komunikační plán“,<sup>5</sup> který byl definovaný Nařízením Komise (ES) č. 1828/2006 v programovém období 2007-2013.

Dokument Společná komunikační strategie Evropských strukturálních a investičních fondů v ČR v programovém období 2014-2020 (dále také „Společná komunikační strategie“ nebo „SKS“) zahrnuje všechny řídicí orgány programů zastřešených Dohodou o partnerství a nahrazuje tak povinnost řídicích orgánů vypracovávat vlastní komunikační strategii.

Cílem koordinace publicity v programovém období 2014-2020 je spolupráce při dosahování cílů sledovaných indikátory, které jsou blíže specifikovány v kap. 5.9. Společná komunikační strategie je rámcový dokument, ve kterém řídicí orgány působící na území ČR definují základní směřování komunikace na programové období 2014-2020. SKS je výchozím dokumentem pro tvorbu ročních komunikačních plánů.

V souladu s Nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 bude SKS předložena ke schválení na monitorovacím výboru Operačního programu Technická pomoc 2014-2020 (OPTP), který ji bude projednávat a schvalovat po konzultaci s ostatními monitorovacími výbory a to nejpozději do šesti měsíců po schválení všech programů.

SKS má následující obsah:

- Pravidla komunikace a publicity ESI fondů;
- Popis implementační struktury v oblasti publicity;
- Analýza výchozí situace;
- Cíle komunikace;
- Cílové skupiny;
- Komunikační nástroje;
- Povinné komunikační nástroje a aktivity;
- Indikativní rozpočet;
- Pravidla pro tvorbu ročního komunikačního plánu;

---

<sup>5</sup> Tento dokument byl v rámci implementační struktury označován také jako „víceletý komunikační plán,“ případně jako „velký komunikační plán“.

- Pravidla pro monitorování a evaluace publicity.

Povinné náležitosti komunikační strategie jsou vymezeny v **čl. 4, přílohy č. XII** Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) **č. 1303/2013**:

**a) popis uplatněného přístupu, včetně hlavních informačních a propagačních opatření, jež má členský stát nebo řídicí orgán přijmout, zaměřených na příjemce, potenciální příjemce, klíčové tvůrce veřejného mínění a širší veřejnost, pokud jde o cíle uvedené v čl. 115;<sup>6</sup>**

Za tímto účelem bude vytvořena Společná komunikační strategie a budou vypracovávány roční komunikační plány jednotlivých ŘO a NOK.

**b) popis materiálů, které budou poskytnuty ve formě přístupné pro osoby se zdravotním postižením;**

Ve Společné komunikační strategii budou popsány aktivity a propagační materiály přístupné ve formě vhodné pro cílovou skupinu „osoby se zdravotním postižením“. Tyto aktivity navrhne po dohodě s řídicími orgány NOK a centrálně je zajistí.

**c) popis způsobu, jakým budou příjemci podporováni při svých komunikačních činnostech;**

Společná komunikační strategie bude definovat, které povinnosti a opatření budou v rámci podpory příjemců spadat do gesce NOK a které budou spadat do gesce řídicích orgánů.

**d) orientační rozpočet na provádění strategie;**

Společná komunikační strategie bude obsahovat orientační rozpočty jednotlivých programů na realizaci komunikačních aktivit v jednotlivých letech a souhrnný orientační rozpočet. Dále bude rozpočet rozpracován v ročních komunikačních plánech dle jednotlivých aktivit, přičemž bude stanoven maximální objem finančních prostředků, který nebude za dané období bez souhlasu příslušného monitorovacího výboru překročen.

**e) popis správních orgánů, včetně lidských zdrojů, zodpovědných za provádění informačních a propagačních opatření;**

Společná komunikační strategie bude obsahovat systém fungování implementační struktury v oblasti publicity včetně indikativní kapacity lidských zdrojů na jednotlivé

---

<sup>6</sup> Myšleny jsou body c) a d) čl. 115 Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013.

programy v oblasti publicity.<sup>7</sup> Ve všech programech bude stanoven nejméně jeden pracovník zodpovědný za oblast publicity.

**f) podmínky pro informační a propagační opatření uvedené v bodě 2,<sup>8</sup> včetně internetové stránky nebo internetového portálu, na němž lze tyto údaje nalézt;**

Popis podmínek informačních a propagačních opatření bude obsažen ve Společné komunikační strategii a bude vycházet z výsledků analýz, zkušeností z předchozích programových období a aktuálních potřeb.

**g) informace o tom, jak se budou informační a propagační opatření posuzovat z hlediska viditelnosti a vytváření povědomí o politice, programech a operacích, a o úloze, kterou hrají fondy a Unie;**

Ve Společné komunikační strategii budou obsaženy informace vyplývající z tohoto metodického pokynu, kap. 5.9.

**h) případně popis využití hlavních výsledků předchozího programu;**

Ve Společné komunikační strategii budou obsaženy informace vyplývající z tohoto metodického pokynu, kap. 5.9.

**i) každoroční aktualizaci uvádějící informační a komunikační činnosti, jež mají být prováděny v následujícím roce.**

Aktualizace Společné komunikační strategie bude prováděna prostřednictvím ročních komunikačních plánů jednotlivých programů. Roční komunikační plány budou vytvářeny v souladu s kap. 5.2.

## **5.2 ROČNÍ KOMUNIKAČNÍ PLÁN<sup>9,10</sup>**

Roční komunikační plán (dále také „RKOPl“) vypracuje každý řídicí orgán pro svůj program, a to po schválení Společné komunikační strategie a v souladu s touto strategií. Řídicí orgán je zodpovědný za přiměřené rozvržení finančních prostředků na jednotlivé roky po celé programové období, za vymezení dostatečných finančních prostředků na vyhodnocování komunikačních aktivit zahrnutých do tohoto plánu, plnění indikátorů,

---

<sup>7</sup> Odchytky od indikované kapacity lidských zdrojů pro oblast publicity nebudou důvodem pro změnu Společné komunikační strategie. O případných změnách v oblasti lidských zdrojů zodpovědných za informační a propagační opatření bude řídicí orgán informovat národního koordinátora, který zajistí aktuální informovanost EK v této oblasti.

<sup>8</sup> Bodem dva se rozumí bod č. 2. přílohy č. XII Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013.

<sup>9</sup> Roční komunikační plán Programu rozvoje venkova, bude mít specifickou strukturu a bude vytvořen v souladu se specifickým nařízením pro EZFRV.

<sup>10</sup> Roční komunikační plán Operačního programu Rybářství (OPR), bude mít specifickou strukturu a bude vytvořen v souladu se specifickým nařízením pro ENRF.

apod. Kromě níže uvedených náležitostí obsahu RKoP je z úrovně NOK doporučeno, aby RKoP v letech 2015 a 2018 obsahoval analýzu cílových skupin.

RKoP bude obsahovat:

### **1. Manažerské shrnutí komunikace pro daný rok**

RKoP bude vždy obsahovat shrnutí hlavních aktivit, jejich navázání na cíle komunikace programu, a indikativní rozpočet jednotlivých komunikačních aktivit. Shrnutí by nemělo překročit 2 normostrany A4 včetně grafických prvků.

### **2. Popis návaznosti na Společnou komunikační strategii**

V ročním komunikačním plánu bude uvedeno (může být i graficky), jakým způsobem je navázán na SKS a jak bude daná komunikace programu přispívat k naplňování společných cílů definovaných všemi řídicími orgány v SKS.

### **3. Nastavení cílů pro daný rok**

Řídicí orgán si nastaví cíle pro jednotlivé roky v závislosti na aktuálním stavu implementace, plnění indikátorů, případně na základě povědomí o programu, popř. o ESI fondech jako celku a jejich přínosu pro danou oblast, kterou zastřešuje dotyčný program. Tyto cíle stanoví, čeho se má v daném roce dosáhnout, jaké sdělení se doručí kterým cílovým skupinám a jakým způsobem.

### **4. Vymezení cílových skupin**

Vymezení cílových skupin vychází ze Společné komunikační strategie a z analýzy cílových skupin OP, pokud taková existuje. Reflektuje se zaměření daných programů.

### **5. Popis komunikačních aktivit**

Volba komunikačních nástrojů navazuje na stanovené cíle a reaguje na aktuální potřeby. Volí se primárně osvědčené komunikační nástroje, případně takové, které reflektují aktuální situaci a trendy na mediálním trhu. Základní přehled komunikačních nástrojů, ze kterého bude možné při přípravě ročních komunikačních plánů vycházet, bude součástí Společné komunikační strategie.

### **6. Indikativní harmonogram**

Roční komunikační plán bude obsahovat indikativní harmonogram plánovaných komunikačních aktivit. Řídicí orgán nastaví harmonogram ročního komunikačního plánu s přihlédnutím k jednotlivým použitým komunikačním nástrojům a komunikačním potřebám programu v daném roce.

## **7. Rozpočet**

Roční rozpočet je úměrný alokaci finančních prostředků na publicitu daného programu a reflektuje aktuální potřeby řídicího orgánu v oblasti publicity. Základní podmínkou při tvorbě rozpočtu je pravidlo účelnosti, účinnosti a úspornosti (tzv. 3E). Rozpočet je nepřekročitelný, tzn., že jeho případné navýšení musí schválit příslušný monitorovací výbor.<sup>11</sup>

## **8. Popis správních orgánů, včetně lidských zdrojů, zodpovědných za provádění informačních a propagačních opatření<sup>12</sup>**

Za realizaci Ročního komunikačního plánu je zodpovědný řídicí orgán, který může část svých pravomocí a povinností přenést na zprostředkující subjekty. Každý řídicí orgán má minimálně jednu pracovní pozici definovanou jako komunikační úředník, který vystupuje v oblasti komunikace jako partner národního orgánu pro koordinaci.

## **9. Harmonogram evaluace a vykazování plnění indikátorů**

Roční komunikační plán definuje, zda a jaké evaluační aktivity v daném období bude řídicí orgán v oblasti komunikace realizovat, a dále stanovuje plán plnění indikátorů pro daný rok (více viz kap. 5.9).

### **Schvalování ročních komunikačních plánů**

RKoP bude předkládán řídicím orgánem elektronicky e-mailem tajemníkovi PS publicita minimálně 15 pracovních dní před zasláním všech podkladů členům příslušného MV.<sup>13</sup> NOK prostřednictvím tajemníka PS uvede své případné připomínky a zašle je řídicímu orgánu k zapracování, a to nejpozději do 7 pracovních dní od obdržení RKoPu od řídicího orgánu. Oficiální stanovisko národního koordinátora bude uvedeno v „Oficiálním stanovisku MMR“ pro daný monitorovací výbor. Oficiální stanovisko bude vycházet z verze RKoP zasláné v podkladech členům MV. RKoP pak řídicí orgán předkládá svému monitorovacímu výboru ke schválení. Podstatné změny v RkoP podléhají schválení monitorovacím výborem. Za podstatnou změnu se považuje navýšení rozpočtu na daný rok o více jak 10%.

Před koncem roku jsou RKoPy (či jejich návrhy) diskutovány na PS publicita za účelem využití synergického potenciálu.

Pro RKoP pro rok 2015 neplatí podmínka, že musí být předložen na MV v roce předcházejícím roku realizace RKoPu. RKoPy na rok 2015 budou schvalovány až po

---

<sup>11</sup> Překročení rozpočtu stanoveného v Ročním komunikačním plánu o 10 % se nepovažuje za zásadní a z důvodu snížení administrativní zátěže není nutné jej předkládat ke schválení monitorovacímu výboru.

<sup>12</sup> Odchytky od indikované kapacity lidských zdrojů pro oblast publicity nebudou důvodem pro změnu Ročního komunikačního plánu. O případných změnách v oblasti lidských zdrojů zodpovědných za informační a propagační opatření bude řídicí orgán informovat národního koordinátora, který zajistí aktuální informovanost EK v této oblasti.

<sup>13</sup> Jedná se o zasedání MV v předchozím roce, než na který je RKoP určen.

ustanovení MV daného programu. Návrhy RKoPů na rok 2015 tak budou zasílány k vyjádření NOKu průběžně v závislosti na schvalování jednotlivých programů a ustanovování jejich MV.

### 5.3 ZASTŘEŠUJÍCÍ WEBOVÉ STRÁNKY

Povinnost zřízení zastřešujících webových stránek tak, jak určuje Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013, zůstává stejná z předchozího programového období.

Povinné náležitosti týkající se zastřešujících webových stránek jsou popsány v **čl. 115, bod 1, písm. b)** Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 a dále pak podrobně v **příloze č. XII** tohoto Nařízení.

V rámci ČR plní funkci zastřešujících webových stránek portál [www.esifondy.cz](http://www.esifondy.cz).<sup>14</sup> Provoz a správu výše zmíněného webového portálu zajišťuje NOK, který na obsahu spolupracuje s jednotlivými řídicími orgány. V souladu s výše uvedenými články Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 jsou stanoveny minimální povinnosti při zveřejňování informací / dokumentů na webových stránkách:

1. Řídicí orgány umožní odběr aktualit / novinek na svých webových stránkách pomocí technologie RSS, a to přes samostatný kanál (pouze články daného programu). Národní orgán pro koordinaci zveřejní vybrané odebírané aktuality na zastřešujících webových stránkách.
2. Národní orgán pro koordinaci se zavazuje, mimo informace povinně vyplývající z Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013, pravidelně zveřejňovat na zastřešujících webových stránkách také následující informace:
  - a. Aktuální čtvrtletní monitorovací zprávu DoP (1x za čtvrtletí);
  - b. Přehled otevřených výzev k poslednímu dni v měsíci (1x měsíčně);
  - c. Aktuální výzvy jednotlivých programů (průběžně);
  - d. Výběrová řízení na pozice v rámci implementační struktury DoP (průběžně);
  - e. Základní informace o jednotlivých programech, vč. kontaktních údajů a aktuálních verzí pravidel pro žadatele a příjemce jednotlivých programů (průběžně);
  - f. Výroční zprávy programů po jejich schválení Evropskou komisí (průběžně);
  - g. Výsledky analýz a evaluací v souladu s čl. 54, odst. 4 Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 (viz kap. 5.9).

---

<sup>14</sup> Jednotný webový portál bude dostupný také z adres [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz); [www.s-f.cz](http://www.s-f.cz) a [www.dotaceeu.cz](http://www.dotaceeu.cz).

3. Národní orgán pro koordinaci dodržuje příslušnou legislativu ČR týkající se informačních systémů veřejné správy (např. zákon č. 365/2000 Sb., o informačních systémech veřejné správy) při správě zastřešujícího webového portálu.

Řídící orgány poskytují potřebnou součinnost při zajišťování výše uvedených aktivit.

*Národní orgán pro koordinaci doporučuje všem řídicím orgánům zřízení vlastní webové prezentace, která bude obsahovat podrobnější informace s ohledem na specifika žadatelů a příjemců každého programu. Webové stránky nemusí fungovat samostatně, mohou být součástí např. webové prezentace instituce, která vykonává funkci řídicího orgánu, avšak měla by k nim být zřízena vlastní doména s jednoduchým názvem.*

## 5.4 SEZNAM OPERACÍ<sup>15,16</sup>

Tato kapitola definuje pravidla pro zveřejňování seznamu operací na zastřešujících webových stránkách. Povinnost uveřejňovat seznam operací vyplývá z čl. 115 Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013. Čl. 1, přílohy č. XII Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 definuje datová pole, která musí seznam operací obsahovat:

- Jméno příjemce (pouze právnické osoby; neuvádět jména fyzických osob);
- Název operace;
- Shrnutí operace;
- Datum zahájení operace;
- Datum ukončení operace (předpokládané datum fyzického dokončení nebo úplného provedení operace);
- Celkové způsobilé výdaje přidělené na operaci;
- Míra spolufinancování ze strany Unie (podle prioritní osy);
- PSC operace,<sup>17</sup> nebo jiný vhodný ukazatel místa;
- Země;
- Název kategorie zásahů pro operaci v souladu s čl. 96 odst. 2 prvním pododstavcem písm. b) bodem VI);<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> Požadavky na informace zveřejňované o příjemcích dotace z Programu rozvoje venkova se řídí příslušnými ustanoveními nařízení k Evropskému zemědělskému fondu pro rozvoj venkova a horizontálního nařízení k implementaci Společné zemědělské politiky.

<sup>16</sup> Tato kapitola je pro OPR doporučující. Požadavky seznam příjemců z Operačního programu Rybářství se řídí příslušnými ustanoveními nařízení k Evropskému námořnímu a rybářskému fondu.

<sup>17</sup> Problematika PSC bude řešena centrálně v MSC 2014+ a poté budou pokyny k zapisování PSC zapracovány do MP.

<sup>18</sup> Tj. název kategorie zásahů pro daný projekt.



- Datum poslední aktualizace seznamu operací.

Záhlaví datových polí a názvy operací musí být rovněž uvedeny alespoň v jednom z dalších úředních jazyků Unie.

Nad rámec výše uvedených požadavků bude dále uváděno registrační číslo projektu.<sup>19</sup>

### **Pravidla týkající se seznamu operací:**

1. Seznam operací bude centrálně generovaný Národním orgánem pro koordinaci a bude aktualizován 1x měsíčně.
2. Řídící orgány nebudou generovat ani zveřejňovat vlastní seznam operací.
3. NOK zajistí zveřejňování seznamu na zastřešujících webových stránkách.
4. NOK zajistí distribuci vygenerovaného seznamu 1x měsíčně elektronicky na členy PS publicita s datem uveřejnění tohoto seznamu na zastřešujících webových stránkách.
5. Řídící orgány budou moci zveřejňovat seznam operací vygenerovaný Národním orgánem pro koordinaci na vlastních webových stránkách. V takovém případě budou řídicí orgány odpovídat za to, že na jejich webových stránkách bude umístěn aktuální seznam operací. Řídící orgány mohou také zvolit pouze odkaz na umístění seznamu na zastřešujících webových stránkách.
6. Odkaz na seznam operací bude vždy viditelně umístěn na úvodní straně webových stránek (tzv. homepage).

## **5.5 ZÁKLADNÍ POVINNOSTI PŘÍJEMCŮ<sup>20,21</sup>**

Metodický pokyn není primárně závazný pro žadatele a příjemce jednotlivých programů, upravuje však základní pravidla pro řídicí orgány, které je musí zapracovat do řídicí dokumentace programu nebo jiného obdobného dokumentu upravujícího oblast publicity.

Základní povinnosti příjemců stanovuje čl. 2, bod 2.2, přílohy č. XII Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013. Tyto povinnosti budou naplňovány v souladu s kap. 5.6 a 5.7 tohoto metodického pokynu.

---

<sup>19</sup> NOK zajistí, aby byly požadované kolonky zahrnuty do informačního systému 2014-2020 tak, aby bylo možné požadované informace automaticky generovat v potřebném formátu.

<sup>20</sup> Povinnosti příjemců dotace z Programu rozvoje venkova v oblasti informačních a komunikačních opatření upravuje nařízení č. 1305/2013 pro EZFRV a jeho prováděcí nařízení č. 808/2014.

<sup>21</sup> Tato kapitola je pro OPR doporučující. Povinnosti příjemců dotace z Operačního programu Rybářství v oblasti informačních a komunikačních opatření upravuje nařízení č. 508/2014 pro ENRF.

1. V rámci všech informačních a komunikačních opatření dává příjemce najevo podporu na operaci z ESI fondů tím, že zobrazuje znak Unie, odkaz na Unii a odkaz na fond nebo fondy, z nichž je operace podporována. Vztahuje-li se informační nebo komunikační opatření k jedné nebo několika operacím spolufinancovaným z více než jednoho fondu, nebo aktivitám multifondových programů, lze odkaz nahradit odkazem na ESI fondy.

2. Během provádění operace je příjemce povinen informovat veřejnost o podpoře získané z fondů tím, že:

- a) zveřejní na své internetové stránce, pokud taková stránka existuje, stručný popis operace, včetně jejích cílů a výsledků a zdůrazní, že je na danou operaci poskytována finanční podpora od Unie;
- b) umístí po zahájení realizace projektu alespoň jeden plakát s informacemi o projektu (minimální velikost A3)<sup>22</sup>, včetně finanční podpory od Unie, na místě snadno viditelném pro veřejnost, jako jsou např. vstupní prostory budovy. Pokud příjemce realizuje více projektů v jednom místě<sup>23</sup> z jednoho programu, je možné pro všechny tyto projekty umístit pouze jeden plakát o min. velikosti A3.

**Plakát se umísťuje v případě operací:**

- které jsou financovány z ESF;
  - které jsou financovány z EFRR nebo FS, jejichž celková výše podpory nepřesáhla 500 000 EUR;
  - které jsou financovány z EFRR nebo FS, jejichž celková výše podpory přesáhla 500 000 EUR a operace nespočívala v nákupu hmotného předmětu nebo ve financování infrastruktury či stavebních prací.
- c) V případě operací podporovaných z ESF a ve vhodných případech<sup>24</sup> operací podporovaných z EFRR nebo FS příjemce zajistí, aby subjekty, které se na operaci podílí, byly o tomto financování informovány.

Každý dokument týkající se provádění operace, jenž je použit pro informování veřejnosti nebo pro cílové skupiny o podpořené operaci nebo její části, včetně jakéhokoliv potvrzení účasti nebo jiného potvrzení, musí obsahovat prohlášení o tom, že program byl podporován z daného fondu / Evropských strukturálních a investičních fondů. Tato povinnost je zcela splněna tím, že příjemce bude o podpořené operaci referovat následujícím způsobem:

---

<sup>22</sup> Plakát může být nahrazen nosičem, kde budou informace zobrazeny písemně a trvale (např. deska, billboard, apod.) při dodržení minimální velikosti A3.

<sup>23</sup> V případech, kdy nelze umístit plakát v místě realizace projektu (např. projekty zaměřené na sociální práci v terénu, apod.) je možné projekt umístit v sídle příjemce.

<sup>24</sup> Vhodnými případy se rozumí školení, konference, semináře a workshopy.

- zobrazením znaku EU spolu s názvem fondu/fondů a programu<sup>25</sup> (viz kap.5.7).

Výše uvedený způsob je doporučenou nejjednodušší variantou. Lze však použít i jiný způsob v souladu s Nařízením 1303/2013.

**d)** Při provádění operace podporované z EFRR nebo Fondu soudržnosti příjemce vystaví na místě dobře viditelném pro veřejnost dočasný billboard (po dobu realizace projektu) značné velikosti<sup>26</sup> pro každou operaci, která spočívá ve financování infrastruktury nebo stavebních prací a u níž celková výše podpory přesahuje 500 000 EUR.

**e)** V případě operací podporovaných z ESF v rámci Iniciativy na podporu zaměstnanosti mladých lidí příjemce podpory zajistí, aby subjekty, které se na operaci podílí, byly o podpoře prostřednictvím ESF a zvláštních přidělů pro Iniciativu na podporu zaměstnanosti mladých lidí výslovně informovány. Jakýkoli doklad týkající se provádění operace, vydaný pro veřejnost nebo pro účastníky, včetně potvrzení o účasti, nebo jakékoli jiné potvrzení týkající se takové operace obsahuje prohlášení o tom, že operace byla podporována v rámci Iniciativy na podporu zaměstnanosti mladých lidí.

V takových případech bude takto povinnost zajištěna tím, že příjemce bude používat logo EU, součástí kterého bude také odkaz na tuto iniciativu.

**3.** Nejpozději do tří měsíců po dokončení operace vystaví příjemce stálou pamětní desku nebo stálý billboard značných rozměrů v místě snadno viditelném pro veřejnost pro každou operaci, která splňuje obě tato kritéria:

**(a)** celková výše podpory na operaci přesahuje 500 000 EUR;

**(b)** operace spočívá v nákupu hmotného předmětu nebo ve financování infrastruktury či stavebních prací.

Na desce nebo billboardu musí být uveden název a hlavní cíl operace.

*Je doporučeno, aby provedení desky, billboardu nebo plakátu bylo v souladu s Manuálem jednotného vizuálního stylu ESI fondů v programovém období 2014-2020 (dále také „Manuál jednotného vizuálního stylu“).*

Řídicí orgány budou při komunikaci s žadateli a příjemci dodržovat Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013, čl. 3 přílohy XII a tento metodický

---

<sup>25</sup> Pro potřeby tohoto MP se logem EU myslí znak EU spolu s názvem fondu/ů, příp. programu/ů.

<sup>26</sup> Doporučená velikost dočasného billboardu je standardní euroformát 2,4x5,1 m. Další doporučená specifikace billboardu a stálé pamětní desky je součástí Manuálu jednotného vizuálního stylu ESI fondů.

pokyn. Metodické pokyny a pravidla pro žadatele a příjemce jednotlivých ŘO budou vypracovány v souladu s tímto metodickým pokynem.

MP publicita neklade na žadatele a příjemce povinnosti nad rámec těch, které vyplývají z obecného nařízení. Stanovuje však minimální součinnost příjemců podpory při propagaci zrealizovaných projektů:

- Příjemce není oprávněn jakkoli bránit propagaci zrealizovaného projektu, pokud tato propagace nebude vyžadovat jeho součinnost;
- Pokud propagace projektu bude vyžadovat součinnost příjemce, je povinen ji poskytnout v rozumné míře, a to tak, že neponese žádné další finanční náklady na tuto součinnost.

## 5.6 POVINNÉ A NEPOVINNÉ NÁSTROJE

**Povinné nástroje** jsou stanoveny Nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 a jsou závazné pro Národní orgán pro koordinaci, řídicí orgány, zprostředkující subjekty i příjemce.

- Dočasný billboard (po dobu realizace projektu)
- Stálá pamětní deska/billboard
- Plakát minimální velikosti A3

V jakých případech a kdo má povinnost tyto nástroje využívat, popisuje kap. 5.5.

Všechny ostatní komunikační nástroje a aktivity spadají mezi **nepovinné nástroje/volitelnou publicitu**, jak vyplývá z Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013, kde je uvedeno, že jednotlivé řídicí orgány mohou definovat další opatření/nástroje/aktivity pro zajištění informování široké veřejnosti o podpoře poskytnuté z Evropských strukturálních a investičních fondů. Řídicí orgán tak může stanovit pro příjemce seznam volitelných publicitních nástrojů, ze kterých si příjemce podpory může vybrat jeden či více optimálních nástrojů pro zajištění informovanosti a propagace.

Při využití všech povinných i nepovinných nástrojů/volitelné publicity musí být respektována grafická pravidla pro jejich zpracování (viz kap. 5.7).

## 5.7 POVINNÉ PRVKY NA POVINNÝCH I NEPOVINNÝCH NÁSTROJÍCH/VOLITELNÉ PUBLICITĚ

### 5.7.1 PRVKY UPRAVENÉ OBECNÝM A PROVÁDĚCÍM NAŘÍZENÍM

Povinné prvky stanovené Nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 a dále specifikované prováděcím nařízením jsou závazné pro všechny subjekty (Národní

orgán pro koordinaci, řídicí orgány, zprostředkující subjekty i příjemci) a všechny nástroje (povinné i nepovinné/volitelné):

- **Znak EU**
- **Název „Evropská unie“**
- **Odkaz na fond či ESI fondy**
- **Odkaz na program**

Podrobněji viz kapitola 5.5.

## **5.7.2 PRVKY UPRAVENÉ TÍMTO METODICKÝM POKYNEM**

### **Obecná pravidla pro používání log:**

- a) Nad rámec požadavků vyplývajících z Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 a prováděcího nařízení, je upraveno pouze používání log jiných než logo EU<sup>27</sup>.
- b) Grafické normy pro znak Unie a vymezení standardních barev tvoří přílohu č. II prováděcího nařízení, která je transponována do Manuálu jednotného vizuálního stylu fondů EU včetně kombinace znaku Unie a textové části do loga EU.
- c) V celém programovém období 2014-2020 nepoužívají NOK ani řídicí orgány logo/logotyp vlastního programu. Porušení tohoto pravidla je považováno za pochybení podléhající sankci (viz kap. 5.8).
- d) Loga se vždy umísťují tak, aby byla zřetelně viditelná. Jejich umístění a velikost musí být úměrné rozměrům použitého materiálu nebo dokumentu.
- e) Loga se vždy umísťují tak, aby řazením horizontálně vedle sebe nebo vertikálně pod sebe dodržovala následující pravidlo o pozici: Logo EU je vždy na první pozici zleva v horizontálním řazení a na nejvyšší pozici ve vertikálním řazení. Pokud je použito logo ŘO, je umístěno na druhé pozici.
- f) Logo/znak EU musí mít, v souladu s obecným nařízením, vždy nejméně stejnou velikost jako všechna ostatní použitá loga.
- g) Při řazení několika log za sebou se musí vždy dodržovat ochranné zóny jednotlivých log.
- h) V souladu s prováděcím nařízením musí být loga zobrazovaná na internetových stránkách vždy v barevném provedení a ve všech ostatních případech je použito barevné provedení kdykoli je to možné. Monochromatickou verzi lze použít pouze v odůvodněných případech. Tento metodický pokyn stanovuje, že za odůvodněný

---

<sup>27</sup> Pro účely tohoto MP se logem EU rozumí znak EU včetně všech povinných textů.

případ použití monochromatického loga lze považovat případy, kdy jsou materiály tištěny na běžných kancelářských tiskárnách, a další případy, kdy materiál barvenou variantu neumožňuje, nebo by použití barevné verze log bylo neekonomické, neekologické či neestetické.

- i) Pořízení černobílé kopie barevného originálu se nepovažuje za nedodržení pravidel publicity.
- j) U nepovinných nástrojů se povinnost uvedení odkazu na fond se nevztahuje na malé propagační předměty, kde zobrazení plné verze není technicky proveditelné. Doporučené minimální rozměry loga EU definuje Manuál jednotného vizuálního stylu fondů EU.

## **Konkrétní povinnosti pro používání log u jednotlivých typů nástrojů/případů:**

### **1. Povinné nástroje / všechny fondy / všichni příjemci**

U povinných nástrojů budou použita nanejvýše dvě loga:

- a. Logo EU;
- b. Případně logo (jedné) instituce pověřené funkcí ŘO<sup>28</sup> jako partnera ve financování komunikační aktivity.

Nikde na nástroji nebude možné použít další loga. Tato povinnost platí pro všechny subjekty (Národní orgán pro koordinaci, řídicí orgány, zprostředkující subjekty i příjemce). Uveden bude také odkaz na EU, fond a program.<sup>29</sup> Tyto informace budou již součástí loga EU, viz příklad:

*Příklad:*



EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
OPERAČNÍ PROGRAM TECHNICKÁ POMOC



MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR

### **2. Nepovinné nástroje / 1 program a 1 fond / všichni příjemci**

V případě nepovinných nástrojů / volitelné publicity hrazených z jednoho programu a jednoho fondu bude na nástroji povinně použit znak EU a odkaz na EU, fond a

---

<sup>28</sup> V případě schválení řídicím orgánem je možné nahradit logo ŘO logem zprostředkujícího subjektu (ZS). Toto pravidlo platí pro všechny případy popsané v této kapitole.

<sup>29</sup> U projektů podpořených v rámci Iniciativy na podporu zaměstnanosti mladých lidí bude součástí loga EU také odkaz na tuto iniciativu.

program.<sup>30</sup> Tyto informace mohou být součástí loga EU. V rámci loga EU je možné použít i zkrácené názvy programu.

Dále je možné na nástroj umístit i jiná loga. Je však doporučeno respektovat zónu povinné publicity, tak jak ji definuje Manuál jednotného vizuálního stylu, tzn., nedoporučuje se umísťovat další loga, vyjma log financujících subjektů, do jedné horizontální linie při horizontálním řazení log, nebo do jedné vertikální linie při vertikálním řazení log při zachování obecného pravidla bod 5.7.2 písmena e), pokud to technické řešení pro daný nástroj umožňuje.

### 3. Povinné nástroje / více programů a 1 fond / všichni příjemci

V případě povinných nástrojů hrazených z více programů a jednoho fondu, bude v zóně určené pro povinnou publicitu použito pouze logo EU. Nikde na nástroji není možné umístit žádná jiná loga. Uveden bude také odkaz na EU, fond a programy. Tyto informace budou již součástí loga EU. V rámci loga EU je možné použít i zkrácené názvy programů (viz příklad):

*Příklad:*



EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
OP TECHNICKÁ POMOC  
OP DOPRAVA

### 4. Nepovinné nástroje / více programů a 1 fond / všichni příjemci

V případě nepovinných nástrojů / volitelné publicity hrazených z více programů a jednoho fondu, bude na nástroji povinně použit znak EU a odkaz na EU, fond a program. Tyto informace mohou být již součástí loga EU. V rámci loga EU je možné použít i zkrácené názvy programů (viz příklad).

Dále je možné na nástroj umístit i jiná loga. Je však doporučeno respektovat zónu povinné publicity, tak jak ji definuje Manuál jednotného vizuálního stylu, tzn., nedoporučuje se umísťovat další loga, vyjma log financujících subjektů, do jedné horizontální linie při horizontálním řazení log, nebo do jedné vertikální linie při

---

<sup>30</sup> U projektů podpořených v rámci Iniciativy na podporu zaměstnanosti mladých lidí bude součástí loga EU také odkaz na tuto iniciativu.

vertikálním řazení log při zachování obecného pravidla bod 5.7.2 písmena e), pokud to technické řešení pro daný nástroj umožňuje.

## 5. Povinné nástroje / 1 program a více fondů / multifondový program / všichni příjemci

V případě povinných nástrojů hrazených z jednoho programu, avšak více fondů současně, nebo z multifondového programu budou v zóně určené pro povinnou publicitu nanejvýše dvě loga:

- a. Logo EU;
- b. Případně logo (jedné) instituce pověřené funkcí ŘO jako partnera ve financování komunikační aktivity.

Nikde na nástroji není možné umístit žádná jiná loga. Uveden bude také odkaz na EU a ESI fondy (souhrnně) a program. Tyto informace budou již součástí loga EU (viz příklad):

*Příklad:*



EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÉ STRUKTURÁLNÍ A INVESTIČNÍ FONDY  
OP VÝZKUM, VÝVOJ A VZDĚLÁVÁNÍ



MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR

## 6. Nepovinné nástroje / 1 program a více fondů / multifondový program / všichni příjemci

V případě nepovinných nástrojů / volitelné publicity hrazených z jednoho programu, avšak více fondů současně, nebo z multifondového programu, bude na nástroji povinně použit znak EU, odkaz na EU a ESI fondy (souhrnně) a program. Tyto informace mohou být již součástí loga EU. V rámci loga EU je možné použít i zkrácené názvy programů.

Dále je možné na nástroj umístit i jiná loga. Je však doporučeno respektovat zónu povinné publicity, tak jak ji definuje Manuál jednotného vizuálního stylu, tzn., nedoporučuje se umísťovat další loga, vyjma log financujících subjektů, do jedné horizontální linie při horizontálním řazení log, nebo do jedné vertikální linie při vertikálním řazení log při zachování obecného pravidla bod 5.7.2 písmena e), pokud to technické řešení pro daný nástroj umožňuje.



## 7. Povinné nástroje / více programů a více fondů / všichni příjemci

V případě povinných nástrojů hrazených z více programů a více fondů současně bude v zóně určené pro povinnou publicitu pouze logo EU. Nikde na nástroji není možné umístit žádná jiná loga. Uveden bude také odkaz na EU a ESI fondy (souhrnně) a programy. Tyto informace budou již součástí loga EU (viz příklad):

*Příklad:*



EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÉ STRUKTURÁLNÍ A INVESTIČNÍ FONDY  
OP TECHNICKÁ POMOC  
OP PRAHA - PÓL RÚSTU ČR

## 8. Nepovinné nástroje / více programů a více fondů / všichni příjemci

V případě nepovinných nástrojů / volitelné publicity hrazených z více programů a více fondů současně bude na nástroji povinně použit znak EU odkaz na EU a ESI fondy (souhrnně) a program. Tyto informace mohou být již součástí loga EU. V rámci loga EU je možné použít i zkrácené názvy programů.

Dále je možné na nástroj umístit i jiná loga. Je však doporučeno respektovat zónu povinné publicity, tak jak ji definuje Manuál jednotného vizuálního stylu, tzn., nedoporučuje se umísťovat další loga, vyjma log financujících subjektů, do jedné horizontální linie při horizontálním řazení log, nebo do jedné vertikální linie při vertikálním řazení log při zachování obecného pravidla bod 5.7.2 písmena e), pokud to technické řešení pro daný nástroj umožňuje.

## 9. Komunikační aktivity hrazené z OP Technická pomoc

V případě komunikačních aktivit realizovaných pouze z OP Technická pomoc, je možné uplatnit výjimku, kdy se aktivita neodkazuje na program, avšak obecně na „Evropské strukturální a investiční fondy“.

## 5.8 SANKCE

Nastavení sankčního mechanismu za nedodržení pravidel publicity je důležité z hlediska dodržování nastavených pravidel ze strany příjemců. Sankční mechanismus uvedený v této kapitole zapracují řídicí orgány do své řídicí dokumentace.

Základním předpokladem pro úspěšné zajištění povinností v oblasti publicity u realizovaných projektů je aplikování preventivních postupů, nikoliv represivních postihů. Proto je nutné, aby měli příjemci ze strany řídicích orgánů metodické vedení týkající se

povinností v oblasti publicity, které bude prevencí uplatnění sankčních postihů minimálně v tomto rozsahu:

1. Všechny povinnosti příjemců v oblasti povinné publicity včetně sankcí budou rozpracovány v pravidlech pro žadatele a příjemce (případně jejích přílohách);
2. Postup příjemců v oblasti povinné publicity je ze strany ŘO nastaven v rámci právního aktu o poskytnutí / převodu podpory a podmínkách financování projektu;
3. Pravidla v oblasti povinné publicity včetně informace o sankcích za její nedodržení budou zveřejněna již v rámci výzvy.

U všech pochybení v oblasti publicity platí následující pravidla:

1. Jakékoli pochybení podléhající finanční korekci musí být viditelné / rozpoznatelné pouhým okem (případné nedostatky, které nejsou pouhým okem rozpoznatelné, nejsou sankcionovány);
2. K nápravě je vždy stanovena přiměřená lhůta;
3. Maximální výše všech sankcí týkajících se pochybení v oblasti publicity na jednu operaci/projekt je 1 000 000 Kč, aby nedocházelo k neúměrně vysokým sankcím za pochybení, která nemají přímý vliv na cíle projektu;<sup>31</sup>
4. Vyměření sankcí je vyměřeno procentem, neboť tento způsob ze všech možných nejlépe zaručuje rovný přístup ke všem příjemcům. Procento je vyměřeno **z celkové částky podpory**, která je na realizaci projektu přidělena v rámci právního aktu o poskytnutí/převodu podpory, a sice v její **aktuální výši** v době udělení sankce;
5. Veškerá dokumentace (výzvy k nápravě, sdělení pochybení apod.) bude komunikována prostřednictvím MS 2014+.

Pochybení jsou rozdělena do dvou typů: pochybení v případě povinných a pochybení v případě nepovinných nástrojů (viz kap. 5.6). Postup v obou těchto případech je popsán níže.

---

<sup>31</sup> Na zastropování výše sankce je stanovena zkušební lhůta 1 rok od schválení MP-verze č. 3. Může být upravena v rámci revize MP.

## A) Pravidla pro uplatňování sankcí u povinných nástrojů

Při zjištění, že příjemce porušil konkrétní pravidlo v oblasti publicity na některém z povinných nástrojů (viz kap. 5.6), bude příjemce písemně vyzván k nápravě ve lhůtě stanovené kontrolním subjektem (lhůta musí být přizpůsobena době nezbytně nutné na zajištění nápravy). Poté bude uplatněn následující postup:

1. Příjemce nápravu ve stanovené lhůtě učiní – není mu uložena žádná sankce;
2. Příjemce nápravu ve stanovené lhůtě neučiní nebo ji učiní chybně – bude přistoupeno k **sankci** za pochybení dle tabulky č. 3 a poté bude znovu vyzván k nápravě. K této nápravě kontrolní subjekt stanoví přiměřenou lhůtu;
3. Pokud příjemce ani poté nápravu neučiní, bude mu uložena **sankce za nerespektování výzvy poskytovatele** ve stejné výši, v jaké byla uložena při zjištění pochybení dle tabulky č. 3. Za tímto účelem musí poskytovatel v právním aktu stanovit, že podmínkou poskytnutí podpory je zajištění nápravy v případech, kdy je k tomu příjemce vyzván, a dále, že nezajištění nápravy ve stanoveném termínu a stanoveným způsobem, představuje porušení podmínek poskytnutí podpory, a dále, že sankcionováno je každé nezajištění, tj. každá nesplněná výzva k nápravě představuje jedno porušení podmínek poskytnutí dotace. Při tomto nastavení může docházet k udělení sankce za nerespektování výzvy poskytovatele několikrát, není-li náprava zjednána ve lhůtě stanovené ve výzvě, až do zajištění nápravy. V případě povinných nástrojů musí být pochybení odstraněno **vždy**.

Schéma postupu je popsáno v příloze č. 1 tohoto Metodického pokynu.

Tabulka 3 - Sankce u povinných nástrojů

| Nástroj publicity       | Pochybení   | Výše sankce |
|-------------------------|---|-------------|
| <b>Povinné nástroje</b> | Nástroj chybí zcela   | 1,2 %       |
|                         | Na nástroji chybí nebo je chybně:<br>- Logo EU (znak EU včetně všech povinných odkazů / textů)<br>- Název, hlavní cíl operace a výše finanční podpory od EU<br>- Předepsaný rozměr nástroje | 0,8 %       |
|                         | Je uvedeno nadbytečné logo  | 0,1 %       |

## B) Pravidla pro uplatňování sankcí u nepovinných nástrojů / volitelné publicity

Při zjištění, že příjemce porušil konkrétní pravidlo v oblasti publicity na některém z nepovinných nástrojů (viz kap. 5.6), **bude příjemce písemně vyzván k nápravě ve lhůtě stanovené kontrolním subjektem** (lhůta musí být přizpůsobena době nezbytně nutné na zajištění nápravy). Poté bude uplatněn následující postup:

1. Pokud náprava možná **je** a příjemce nápravu ve stanovené lhůtě **učiní**, není mu uložena žádná sankce;
2. Pokud náprava možná **není** (např. není možná z technických důvodů, neměla by smysl, případně by byla ekonomicky nevýhodná<sup>32</sup>), bude příjemci udělena **výtka č. 1** v kategorii A nebo B dle tabulky č. 4 níže a sankce se neuděluje. Pokud se stejný nedostatek na nějakém jiném nástroji / nosiči opakuje při další kontrole, je příjemci udělena výtka č. 2 v kategorii A nebo B dle tabulky č. 4 níže a sankce se neuděluje. Sankce je udělena v případě, že příjemce při třetí kontrole dostane **výtku č. 3**, za třetí pochybení ve stejné kategorii (A nebo B) na jakémkoli nepovinném nástroji.<sup>33</sup> Stejná sankce je udělena v případech, kdy se vyskytne čtvrté a další pochybení ve stejné kategorii (A nebo B).
3. Pokud náprava možná **je** a příjemce nápravu ve stanovené lhůtě **neučiní**, bude uložena **sankce** ve výši dle tabulky č. 4;

Schéma postupu je popsáno v příloze č. 2 tohoto metodického pokynu.

Tabulka 4 - Sankce u nepovinných nástrojů / volitelné publicity

| Nástroj publicity                               | Kategorie | Pochybení  | Úroveň pochybení                                       | Výše sankce |
|---|-----------|--|--|-------------|
| <b>Nepovinné nástroje / volitelná publicita</b> | <b>A</b>  | Logo EU (znak EU včetně všech povinných odkazů / textů)  | chybí zcela  | 0,6 %       |
|   | <b>B</b>  | - Logo EU (znak EU včetně všech povinných odkazů / textů)<br>- informace na internetové stránce, pokud taková existuje <sup>34</sup> | - je uveden chybně<br>- chybí zcela / je uveden chybně | 0,4 %       |

<sup>32</sup> Všechny důvody, pro které náprava není možná, musí být příjemcem řádně písemně zdůvodněny ve stanovené lhůtě. Obecně platí, že oprava je ekonomicky nevýhodná, pakliže náklady za odstranění pochybení převyšují výši sankce. Ostatní případy jsou na posouzení kontrolního subjektu.

<sup>33</sup> Jednu výtku lze udělit za více nepovinných nástrojů dohromady. Nástrojům, které již byly jednou započítány, nelze následně udělit žádnou další výtku.

<sup>34</sup> Nařízení EP a Rady (EU) č. 1303/2013, Příloha XII, 2.2 Povinnosti příjemců, odst. 3.

## 5.9 EVALUACE PUBLICITY A PLNĚNÍ INDIKÁTORŮ

Cílem tohoto metodického pokynu je stanovení povinného minima v oblasti evaluace publicity v souladu s Nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013, z něhož vyplývají hlavní povinnosti, a závaznými metodickými pokyny „Zásady tvorby a používání indikátorů v programovém období 2014-2020“ a „Metodický pokyn pro evaluaci v programovém období 2014-2020“ (dále také „Metodický pokyn pro evaluaci“).

Pro oblast publicity je v programovém období 2014-2020 vyčleněna následující sada indikátorů v Národním číselníku indikátorů:

Tabulka 5 - Seznam indikátorů pro oblast technické pomoci – podoblast publicita ESI fondů

| Indikátory výsledku a výstupu |  |                    |                                     |
|-------------------------------|--|--------------------|-------------------------------------|
| Kód NČI                       | Název indikátoru   | Měrná jednotka     | Typ Indikátoru (výstup /, výsledek) |
| 80120                         | Míra informovanosti o fondech EU u cílových skupin                           | %                  | Výsledek                            |
| 80110                         | Míra znalosti podpořených projektů u cílových skupin                         | %                  | Výsledek                            |
| 80130                         | Míra povědomí široké veřejnosti o fondech EU                                 | %                  | Výsledek                            |
| 82000                         | Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů, konferencí                 | Aktivity           | Výstup                              |
| 60000                         | Celkový počet účastníků  | Účastníci          | Výstup                              |
| 80001                         | Počet uspořádaných informačních a propagačních aktivit                       | Aktivity           | Výstup                              |
| 80103                         | Počet vytvořených komunikačních nástrojů                                     | Nástroje           | Výstup                              |
| 80200                         | Počet vytvořených informačních materiálů                                     | Unikátní materiály | Výstup                              |
| 82200                         | Nákup materiálu, zboží a služeb potřebných k zajištění implementace programu | Kč                 | Výstup                              |

| Indikátory výsledku a výstupu |   |                  |                                     |
|-------------------------------|---|------------------|-------------------------------------|
| Kód NČI                       | Název indikátoru  | Měrná jednotka   | Typ Indikátoru (výstup /, výsledek) |
| 82300                         | Počet nově pořízeného vybavení  | Inventární čísla | Výstup                              |
| 80500                         | Počet napsaných a zveřejněných analytických a strategických dokumentů (vč. evaluačních) | Dokumenty        | Výstup                              |

V návaznosti na povinnosti uvedené v dokumentech výše byl stanoven pro programové období 2014-2020 v oblasti publicity následující evaluační plán, který stanovuje povinnosti Národního orgánu pro koordinaci. Výsledky evaluací NOK budou zveřejněny a budou sloužit pro potřeby všech řídicích orgánů. Řídicí orgány se v oblasti evaluací řídí Metodickým pokynem pro evaluace a Evaluačním plánem Dohody o partnerství.

Tabulka 6 - Plán hodnocení a monitoringu publicity ESI fondů v období 2014-2020

|   | Rok  |      |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|---|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|   | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| Zjištění míry naplňování stanovených indikátorů | x    |      |      | x    |      | x    | x    |      |      |      | x    |
| Celorepublikové dotazníkové šetření (NOK)       | x    |      |      |      | x    |      |      | x    |      |      |      |
| Interní sběr dat a monitoring                   |      | x    | x    | x    | x    | x    | x    | x    | x    | x    | x    |

## **6. ZÁKLADNÍ PRAVIDLA PRO NAKLÁDÁNÍ S PROSTŘEDKY ESI FONDŮ V OBLASTI PUBLICITY**

Všechny řídicí orgány musí jednat v souladu s následujícími pravidly:

### **1. Transparentnost**

Je třeba vzít v potaz skutečnost, že ESI fondy pracují s veřejnými finančními zdroji, a proto musí být subjekty implementační struktury ve své komunikaci maximálně otevřené vůči veřejnosti a médiím. Je nutné pravidelně aktualizovat seznam operací (viz kap. 5.4), zveřejňovat rozhodnutí výběrových komisí apod., aby byla zajištěna transparentnost procesů spjatých s fungováním programů. Je doporučeno o transparentnosti všech procesů spjatých s fungováním programů informovat veřejnost a média. Tím je umožněna veřejná kontrola, která snižuje vytváření možného korupčního prostředí.

### **2. Účelnost, účinnost, úspornost**

Dodržování principu 3E je podstatné i v oblasti komunikace. Kvalitní komunikaci nelze posuzovat podle výše vynaložených prostředků. Proto je třeba pravidelně vyhodnocovat použité komunikační nástroje (viz kap. 5.9).

### **3. Omezování politických vlivů**

Komunikace ESI fondů není propagací politických stran a primárně ani jejich představitelů. Finanční prostředky ani nástroje určené pro komunikaci ESI fondů se nesmí používat při volebních kampaních. V období devadesáti kalendářních (90) dnů<sup>35</sup> před konáním voleb do obecních zastupitelstev, krajských zastupitelstev, Senátu PSP ČR a Poslanecké sněmovny ČR a Evropského parlamentu, se výslovně nesmí v komunikačních aktivitách ŘO používat fotografické ani audiovizuální zobrazování politických osob či vystupování politických osob<sup>36</sup> na akcích pro širokou veřejnost. Fotografické a audiovizuální zobrazování politických osob se dále nesmí používat v jakékoli spojitosti s prezentací a propagací politické strany, či politického hnutí. Ve všech případech použití fotografií a audiovizuálního zobrazování politických osob v aktivitách ŘO může národní orgán pro koordinaci vyžadovat zdůvodnění. Použití fotografií a audiovizuálního zobrazení politických osob v komunikačních aktivitách národního orgánu pro koordinaci projednává PS publicita a její většinové stanovisko je pro národní orgán pro koordinaci závazné.

---

<sup>35</sup> Lhůta 90 dnů před volbami neplatí v případě předčasných voleb. U předčasných voleb se lhůta počítá ode dne jejich vyhlášení.

<sup>36</sup> Politickou osobou se pro účely tohoto MP rozumí ministr, poslanec či senátor PS ČR, poslanec EP, hejtman, krajský radní či zastupitel, starosta, člen obecních rad a zastupitelstev.

Kampaně na podporu ESI fondů se dále nesmí agresivně vymezovat vůči žádné skupině obyvatel ČR, která nesouhlasí s jejich principy, popřípadě, která nesouhlasí s Evropskou unií jako celkem. Primárním nástrojem pro komunikaci s výše uvedenými skupinami či jednotlivci musí být vysvětlování přínosů kohezní politiky pro ČR.



## 7. DŮSLEDKY NEDODRŽENÍ METODICKÉHO POKYNU

MP publicita definuje závazné postupy a pravidla pro národní orgán pro koordinaci a všechny řídicí orgány a zprostředkující subjekty v oblasti publicity ESI fondů. Určuje pravidla pro tvorbu a obsah Společné komunikační strategie a ročních komunikačních plánů a dále pro jejich realizaci a vyhodnocování. Postupy stanovené tímto metodickým pokynem jsou závazné, není-li v MP publicita výslovně stanoveno jinak. Pokud výše uvedené subjekty nebudou dodržovat pravidla popsána v tomto metodickém pokynu, budou důsledky následující:

V případě nedodržení pravidel uložených právními předpisy EU mohou být na náklady spojené s realizací komunikačních aktivit uvaleny sankce, a to v souladu s kapitolou 5.7 tohoto MP. O uložení sankce rozhoduje poskytovatel dotace, případně jiný kompetentní orgán. U závažných pochybení může dojít k pozastavení certifikace.

V případě nedodržení pravidel stanovených zákonem č. 137/2006 Sb., o veřejných zakázkách v platném znění, bude tento problém řešen dle pravidel pro zadávání veřejných zakázek stanovených zákonem, případně přísněji upravených pravidel řídicím orgánem (nebo jiným subjektem) v rámci závazných metodických postupů pro daný program.

Ostatní porušení tohoto metodického pokynu budou řešena na úrovni vedení dotčených subjektů. V opakovaných případech se budou řídicí orgány z těchto porušení zodpovídat před Monitorovacím výborem. Ve vážných případech (bod 6.3) bude informována vláda ČR.

Národní orgán pro koordinaci, který je autorem tohoto metodického pokynu, je oprávněn jej v případě sporů či nejasností vyložit.

Úprava postupů označených jako „doporučující“ je v gesci řídicího orgánu. Odchýlení se od úpravy popsané v doporučující části metodického pokynu není považováno za porušení postupů stanovených tímto metodickým pokynem.

## Seznam tabulek

|   |    |
|---|----|
| Tabulka 1 - Seznam provedených změn a aktualizací.....  | 3  |
| Tabulka 2 – Přehled programů v programovém období 2014-2020.....                              | 6  |
| Tabulka 3 - Sankce u povinných nástrojů.....  | 26 |
| Tabulka 4 - Sankce u nepovinných nástrojů / volitelné publicity .....                         | 27 |
| Tabulka 5 - Seznam indikátorů pro oblast technické pomoci – podoblast publicita ESI fondů ... | 28 |
| Tabulka 6 - Plán hodnocení a monitoringu publicity ESI fondů v období 2014-2020.....          | 29 |

## Příloha č. 1 – Postup při nálezu pochybení v oblasti publicity na povinných nástrojích

### Povinné prvky na třech povinných nástrojích (tj. billboard, plakát, pamětní deska)

| Krok 1 (kontrola MZ nebo kontrola na místě)   |                        | Krok 2                   |   |                          | Krok 3                     |  |   |                            |
|---|------------------------|--------------------------|---|--------------------------|----------------------------|--|---|----------------------------|
| Zjištěná pochybení (příklady)   | Dílčí výše sankce v Kč | Celková výše sankce v Kč | Zjištěná pochybení  | Dílčí výše sankce v % Kč | Celková výše sankce v % Kč | Zjištěná pochybení   | Výše sankce za nerespektování výzvy poskytovatele                                   | Celková výše sankce v % Kč |
| <b>Pochybení - chybný předepsaný rozměr nástroje (A4 namísto A3)</b><br><br><b>Pochybení - odkaz na příslušný fond je uveden chybně</b> | 0                      | 0                        | Příjemce ve lhůtě nápravu učinil<br>Příjemce nápravu neučinil nebo ji učinil chybně | 0,8%                     | 1,6 %                      | 1. Výzva k nápravě ve lhůtě stanovené kontrolním subjektem<br><br>2. Výzva k nápravě ve lhůtě stanovené kontrolním subjektem | Příjemce ve lhůtě nápravu učinil<br>Příjemce nápravu neučinil nebo ji učinil chybně | 0,8%                       |
|   | 0                      | 0                        | Příjemce ve lhůtě nápravu učinil<br>Příjemce nápravu neučinil nebo ji učinil chybně | 0,8%                     |                            |  | Příjemce ve lhůtě nápravu učinil<br>Příjemce nápravu neučinil nebo ji učinil chybně | 0,8%                       |
|   |                        |                          |   |                          |                            |  |   | 1,6%                       |

V případě, že příjemce stále neodstraní pochybení, pokračují další kroky stejnou logikou.

## Příloha č. 2 – Postup při nálezu pochybení v oblasti publicity na nepovinných nástrojích

