



Evropská unie
a Evropský fond pro regionální rozvoj
jsou partnery pro váš rozvoj



Metodický pokyn - PUBLICITA

V 13 MP P 7.1

Revize č.	Předmět revize	Strana	Platné od	Podpis a datum
1.	Doplnění data archivace dokumentů, to je nejméně do 31.12.2021, Limit 2% na publicitu a propagaci neplatí v rámci oblasti podpory 3.4 Propagace a řízení a prioritní osy 4. Technická pomoc. Doplněno: „6.6 Informační aktivity pořádané ve spolupráci příjemců s Regionální radou V případě, že příjemce bude organizovat veřejnou akci v souvislosti s realizací projektu (ukončení projektu, první veřejná aktivita, apod.) Úřad Regionální rady žádá o takové aktivitě informovat příslušné pracovníky Úřadu Regionální rady (např. odborný referent pro publicitu).“ Sjednocena terminologie billboard a informační cedule	5 7 9 8, 9	9.11.2009	
...				
10				

Verze č.	Za zpracovatelský tým		Ověřil		Schválil	
	Jméno	Podpis a datum	Jméno	Podpis a datum	Jméno	Podpis a datum
7/2009	Renata Škrobálková		Zdeněk Bogoč		Ivan Matulík	
...						
10						

OBSAH

1	ÚVOD.....	4
2	OBEČNÁ PRAVIDLA PUBLICITY	5
3	POVINNÉ NÁLEŽITOSTI PUBLICITY PROJEKTŮ	6
4	PUBLICITA PROJEKTŮ FINANCOVANÝCH Z ROP STŘEDNÍ MORAVA.....	6
5	ZÁKLADNÍ PRAVIDLA PRÁCE S LOGY	7
6	POSTUP PŘI REALIZACI KOMUNIKAČNÍCH A PROPAGAČNÍCH PROSTŘEDKŮ PUBLICITY U PROJEKTŮ FINANCOVANÝCH Z ROP STŘEDNÍ MORAVA	7
6.1	Infrastrukturní projekty a stavební práce	7
6.2	Pořízení majetku	8
6.3	Označování dokumentů	8
6.4	Marketingové aktivity.....	8
6.5	Specifické případy	8
7	KONKRÉTNÍ PŘÍKLADY	9
7.1	Velkoplošný reklamní panel (informační cedule)	9
7.2	Pamětní deska	10
7.3	Webové stránky	10
7.4	Informační akce (konference, semináře, veletrhy, výstavy, soutěže, apod.)	10
7.5	Inzerce	11
7.6	Brožury	11
7.7	Letáky	11
7.8	Tiskové zprávy	11
7.9	CD/DVD	11
7.10	Propagační předměty	11
8	PUBLICITA PROJEKTU V ZAHRANIČÍ	11
9	MANUÁL PRO TISK VLAJKY EU.....	12
9.1	Obrazný popis.....	12
9.2	Heraldický popis.....	12
9.3	Geometrický popis.....	12
9.3.1	Předepsané barvy.....	12
9.3.2	Postup při jednobarevném zobrazení	12
9.3.3	Zobrazení na barevném pozadí	13
10	KONTAKTY	13

1 ÚVOD

Vážení příjemci pomoci z ROP Střední Morava,

právě se vám do rukou dostal metodický pokyn Publicita neboli návod, jak postupovat při propagaci realizace projektu financovaného z Evropské unie prostřednictvím Regionálního operačního programu regionu soudržnosti Střední Morava v programovém období 2007 - 2013.

Následující stránky se snaží jasně a s použitím příkladů ukázat, jak postupovat při propagaci projektu v souladu s požadavky evropské legislativy a řídicího orgánu ROP Střední Morava.

Přestože jsme usilovali o popis maximálně možného výčtu variant publicity, jsme si vědomi toho, že mohou nastat i komplikovanější způsoby řešení. V takových případech se co nejdříve obraťte na pracovníky Úřadu Regionální rady regionu soudržnosti Střední Morava.

Na závěr snad jen dobře míněná rada. Mějte vždy na mysli to, že hospodaříte zejména s evropskými penězi, a proto je nasnadě tento fakt respektovat. Publicita projektu a šíření informací o něm nejsou jen nutnou povinností, ale vyjádřením sounáležitosti občanů jednoho státu k šestadvaceti dalším, které dohromady tvoří jeden celek.

Úspěšnou realizaci projektů vám přeje tým pracovníků řídicího orgánu ROP Střední Morava.

Datum vydání: 9. 11. 2009	V 13 MP P 7.1	Stránka 4 z 13
------------------------------	---------------	----------------

2 OBECNÁ PRAVIDLA PUBLICITY

V programovém období 2007 – 2013 jsou základní prvky komunikace součástí Obecného nařízení Rady č. 1083/2006 a prováděcího nařízení Komise č. 1828/2006. Obě nařízení hovoří o tom, že řídicí orgán, resp. Regionální rada regionu soudržnosti Střední Morava, je zodpovědný za zajištění publicity projektů podpořených z ROP Střední Morava v souladu s požadavky na poskytování a zveřejňování informací a celkově za propagaci programu.

VÝČET ZÁKLADNÍCH POŽADAVKŮ

- a) Příjemce odpovídá za informování veřejnosti o podpoře, kterou obdržel z ROP Střední Morava), resp. z Evropského fondu pro regionální rozvoj (dále jen ERDF), ze kterého je ROP Střední Morava financován.
- b) Každý projekt s dotací z ROP Střední Morava bude od zahájení realizace označen informační tabulí, po skončení pamětní deskou.
- c) Zvolené prostředky komunikace a propagace musejí odpovídat specifikacím, která stanoví metodický pokyn Publicita ROP Střední Morava a prováděcí nařízení Komise č. 1828/2006 (viz další kapitoly příručky).
- d) Výdaje na publicitu jsou u projektů nezakládajícími veřejnou podporu způsobilými výdaji a jsou součástí rozpočtu projektu.
- e) Příjemce je povinen doložit, že dodržel podmínky informačních a propagačních opatření souvisejících s realizací projektu financovaného z ROP Střední Morava, např. předložením tiskové zprávy, fotodokumentace, plakátů ... atd.
- f) Veškerá informační a propagační opatření příjemce uvádí v pravidelných monitorovacích zprávách v průběhu realizace a po skončení doby trvání projektu. Součástí zpráv je i fotodokumentace o zajištění publicity projektu.
- g) Přijetím finančních prostředků z ROP Střední Morava dává příjemce souhlas se zveřejněním základních údajů o projektu (např. název, výše finanční podpory, příjemce, stručný popis projektu) na webových stránkách Regionální rady www.rr-strednimorava.cz, popř. na jiných prezentačních a komunikačních materiálech.
- h) Povinnost naplňování publicity projektu je součástí smlouvy o poskytnutí dotace, která je uzavírána mezi Regionální radou regionu soudržnosti Střední Morava a příjemcem. Smlouvou se příjemce se zavazuje i k povinnosti uchovat veškerou dokumentaci související s realizací projektu po dobu 10 let ode dne finančního ukončení projektu a dále poskytnout kontrolním orgánům požadované informace po dobu 10 let ode dne finančního ukončení projektu, nejméně však do 31.12.2021.
- i) Nedodržení publicity projektu může znamenat odstoupení od smlouvy.

Datum vydání: 9. 11. 2009	V 13 MP P 7.1	Stránka 5 z 13
------------------------------	---------------	----------------

VÝKLAD POJMŮ

Publicita projektu – označení zahájení fyzické realizace projektu informační cedulí. Po skončení fyzické realizace umístění pamětní desky, která bude na místě minimálně po dobu udržitelnosti projektu. Dále označení logy všech dokumentů, které jsou nějakým způsobem zveřejněny, např. zadávací dokumentace k výběrovému řízení.

Marketing projektu, resp. propagace – pokud je ve výzvě definováno, že jsou podporovány i marketingové aktivity projektu (primárně nebo doplňkově), může žadatel do rozpočtu projektu zahrnout i výdaje na letáky, brožury, propagační předměty, apod. V případě, že marketing projektu není zmíněn přímo ve výzvě, nemůžou být marketingové aktivity podpořeny z ROP Střední Morava.

3 POVINNÉ NÁLEŽITOSTI PUBLICITY PROJEKTŮ

Propagační a komunikační materiály projektů podpořených z ROP Střední Morava musejí obsahovat následující informace:

- symbol EU** (vlajka) použitou v souladu s grafickými pravidly užívání symbolu EU – viz kap. 8 nebo přímo na webových stránkách Evropské komise http://europa.eu/abc/symbols/emblem/index_en.htm.
- odkaz na EU:** „Evropská unie“ (rozepsáno slovy)
- odkaz na ERDF:** „Evropský fond pro regionální rozvoj“ (rozepsáno slovy)
- logo ROP Střední Morava** – viz Design manuál ROP Střední Morava
- slogan** zdůrazňující přínos Společenství ve znění „**Partner pro váš rozvoj**“

Při práci s logy a textem je doporučeno postupovat podle Design manuálu řídicího orgánu ROP Střední Morava, který je přílohou MP Publicita. Specifické případy užití loga a textu je doporučeno konzultovat s pracovníky ÚRR.

4 PUBLICITA PROJEKTŮ FINANCOVANÝCH Z ROP STŘEDNÍ MORAVA

Každý investiční projekt podpořený z ROP Střední Morava musí být v momentě zahájení fyzické realizace označen informační cedulí. Po skončení projektu musí být instalována pamětní deska.

Způsobilost výdajů

U projektů nezakládajících veřejnou podporu **lze** náklady na publicitu projektu zahrnout do způsobilých výdajů projektu.

Pokud se jedná o projekt zakládající veřejnou podporu dle čl. 87, odst. 1 Smlouvy o založení ES, u něhož bude aplikovaná bloková výjimka podle nařízení Komise (ES) č. 800/2008 o použití článků § 87 a 88 Smlouvy na vnitrostátní regionální investiční podporu, **nelze** náklady na publicitu zahrnout mezi způsobilé výdaje.

Aktuální výzva k předkládání žádostí o podporu z ROP Střední Morava může omezit maximální či minimální částku na publicitu vzhledem k celkovým způsobilým výdajům projektu. Obecně výdaje na publicitu (informační cedule a pamětní deska), vč. marketingových aktivit (jsou-li

Datum vydání: 9. 11. 2009	V 13 MP P 7.1	Stránka 6 z 13
------------------------------	---------------	----------------

vyjmenovány ve výzvě) nepřesáhnou 2% celkových způsobilých výdajů projektu). Z toho výdaje na propagační předměty mohou činit max. 10% (z oněch 2% celkových způsobilých výdajů projektu). Tento limit neplatí pro projekty předkládané v rámci oblasti podpory 3.4 Propagace a řízení a prioritní osy 4. Technická pomoc.

Způsobilé výdaje na publicitu musí být přiměřené rozsahu projektu. Vynaložené výdaje musejí být adekvátní ke zvolené formě publicity (výdaje v místě a čase obvyklé) a předpokládanému dopadu na cílové skupiny projektu.

5 ZÁKLADNÍ PRAVIDLA PRÁCE S LOGY

Logo ROP Střední Morava a symbol EU musejí být na použitém komunikačním prostředku dostatečně viditelné a jasné a to i v případě, že daný komunikační prostředek není uveden ve výčtu aktivit dle metodického pokynu Publicita. Ve všech případech publicity projektu je logo ROP Střední Morava a symbol EU umístěn plnohodnotně a viditelně. Jednotlivé případy plnění požadavku publicity lze konzultovat s pracovníky Úřadu Regionální rady.

Doporučené varianty použití loga ROP Střední Morava a symbolu EU jsou uvedeny v Design manuálu, který je zveřejněn na webových stránkách www.rr-strednimorava.cz. Design manuál je rovněž nedílnou součástí MP Publicita.

Elektronické verze loga ROP Střední Morava jsou k dispozici na www.rr-strednimorava.cz v sekci PUBLICITA PROJEKTŮ. Přesná pravidla použití symbolu EU jsou umístěny na webových stránkách Evropské komise http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/graph/emblem_en.htm.

Na informační ceduli a pamětní desce lze použít, kromě loga ROP Střední Morava a vlajky EU, pouze logo (znak obce) příjemce, popř. partnera projektu. Loga zhotovitelů (stavebních firem, projektantových kanceláří, apod.) nelze na informační ceduli a pamětní desce použít.

6 POSTUP PŘI REALIZACI KOMUNIKAČNÍCH A PROPAGAČNÍCH PROSTŘEDKŮ PUBLICITY U PROJEKTŮ FINANCOVANÝCH Z ROP STŘEDNÍ MORAVA

V následujícím výčtu jsou zmíněny aktivity, kdy příjemce je povinen zajistit informování veřejnosti o tom, že jeho projekt je financován ze strukturálních fondů EU dle nařízení Evropské komise.

6.1 *Infrastrukturní projekty a stavební práce*

Příjemce je povinen v místě realizace projektu zajistit **velkoplošný reklamní panel (resp. informační ceduli) a stálou vysvětlující tabulí** (pamětní deskou). Velkoplošný reklamní panel je umístěn bezprostředně po zahájení fyzické realizace projektu¹ (bezprostředně po obdržení dopisu předsedy RR o schválení projektu VRR). Informační cedule musí být na místě realizace projektu zachována po celou dobu realizace. Po skončení fyzické realizace projektu² nejpozději

¹ Zahájením fyzické realizace projektu se rozumí den zahájení prací nebo poskytování služeb (doloženo ve stavebním deníku či jiném záznamu o stavbě). V případě dodávek a služeb je tímto datem míněno uzavření smlouvy, resp. objednávky (datum uskutečnění zdanitelného plnění).

² Ukončením fyzické realizace projektu se rozumí uzavření aktivit projektu. U stavebních prací jsou to např. předávací protokoly o ukončení dodávek stavebních prací a technologie (do této doby je zahrnut i testovací provoz

Datum vydání: 9. 11. 2009	V 13 MP P 7.1	Stránka 7 z 13
------------------------------	---------------	----------------

do 6 měsíců od ukončení operace příjemce nahradí panel stálou vysvětlující tabulkou (pamětní deskou) instalovanou po dobu udržitelnosti projektu.³ Pamětní desky musejí být umístěny na místech přístupných široké veřejnosti (např. hlavní vchod do budovy, v blízkosti příjezdové komunikace, apod.). Informační cedule jsou instalovány vždy s ohledem na charakter projektu a ráz krajiny.

Drobné stavby (zastávky, přestupní terminály) musí být rovněž označeny publicitou projektu a to tak že jednotlivě.

6.2 Pořízení majetku

Při pořízení movitého dlouhodobého hmotného majetku musí být rovněž dodržena publicita.

Pokud se jedná o stroj či zařízení, doporučujeme pro publicitu použít menší štítky či samolepky. Takové štítky či samolepky pak musejí být umístěny na viditelných místech. Zvláštní postup musí být zvolen při označování předmětů, které podléhají zákonné úpravě, např. směrovky, značky, apod. Označování takových předmětů doporučujeme konzultovat s ÚRR.

6.3 Označování dokumentů

Dokumenty související s realizací projektu budou označeny logem a texty ve vztahu k publicitě projektů financovaných z ROP Střední Morava. Jedná se především o tiskové zprávy, prezenční listiny, pozvánky na semináře, brožury, letáky, skládačky, bulletiny, stojany k výstavám, videa, powerpointové a jiné prezentace, reklamní produkty, konferenční materiál, CD/DVD, internetové stránky, besedy, reportáže, reklama, tisk (noviny, časopisy), intranet, reklama v dopravních prostředcích, konference, apod.

Vnitřní dokumentace – příjemce musí zajistit, aby subjekty účastníci se realizace projektu byly informovány o tom, že výstup bude hrazen z ROP Střední Morava. Loga a texty je potřeba umístit na formulář vyhlášení zakázky a veřejné zakázky na dodávky, služby, a stavební práce, které budou hrazeny z ROP Střední Morava. V těchto případech není potřeba na objednávkách a fakturách užívat loga. Pokud však příjemce objedná dodávky, služby či stavební práce bez návaznosti na zakázku, veřejnou zakázku, musí objednávku označit logy a textem.

6.4 Marketingové aktivity

Jakákoliv marketingová aktivita musí být jasně definována ve výzvě k předkládání projektů. Marketingové aktivity projektu (letáky, brožury, inzerce, web, propagační předměty, aj.) nejsou totiž součástí publicity projektu. Pokud ve výzvě není odkaz na marketing, je pro ROP Střední Morava uznatelná pouze publicita projektu (informační cedule a pamětní deska). Ostatní aktivity hradí příjemce z vlastních prostředků.

Každý předmět marketingové povahy bude jasně a viditelně označen logy. V případě, že příjemce bude chtít uvést více log pohromadě (např. při kofinancování či partnerství v projektu) bude logo ROP a symbol EU stejně velké jako ostatní loga. Nikdy nebude menší.

6.5 Specifické případy

Mezi specifické případy lze zařadit dopravní značky, turistické ukazatele či jiné aktivity, které podléhají legislativní úpravě ČR. V takových případech není potřeba takové předměty jednotlivě značit logy ROP. O tuto informaci bude rozšířen text na pamětní ceduli.

aktivitu). Do data fyzické realizace se nezapočítává zpracování a odevzdání závěrečné monitorovací zprávy a také auditorské zprávy u projektů s celkovými způsobilými výdaji nad 100 mil. Kč.

³ Udržitelnost projektu musí být naplňována po dobu 5 let, resp. 3 roky pro malé a střední podniky.

Datum vydání: 9. 11. 2009	V 13 MP P 7.1	Stránka 8 z 13
------------------------------	---------------	----------------

6.6 Informační aktivity pořádané ve spolupráci příjemců s Regionální radou

V případě, že příjemce bude organizovat veřejnou akci v souvislosti s realizací projektu (ukončení projektu, první veřejná aktivita, apod.) Úřad Regionální rady žádá o takové aktivitě informovat příslušné pracovníky Úřadu Regionální rady (např. odborný referent pro publicitu).

7 KONKRÉTNÍ PŘÍKLADY

7.1 Velkoplošný reklamní panel (informační cedule)

Velkoplošné reklamní panely musejí obsahovat plochu vyhrazenou informaci o finanční spoluúčasti EU. Tato část musí zabírat nejméně 25 % celkové plochy panelu a musí zobrazovat symbol EU, logo ROP Střední Morava a standardní text, přičemž symbol musí být viditelný a text čitelný. Na informační ceduli musí být uveden i název projektu a druh projektu (operace).⁴ Symbol EU musí odpovídat platným specifikacím.

Velikost informační cedule:

- a) U projektů s dotací do 10 mil. Kč: min. 1,5x1m
- b) U projektů s dotací nad 10 mil. Kč: min. 2,5x2m

Projekty, které tvoří samostatné stavební celky, ale současně vytvářejí jeden samostatný uzavřený urbanistický celek (např. lázeňský, sportovní, rekreační areál, apod.) není nutné označovat samostatnými informačními cedulemi. V takovém případě je dostačující jedna společná informační cedule v rámci celku, na kterém jsou vyjmenovány všechny části a místa projektu.



Obr. 1 – příklad zpracování informační cedule s vizualizací

⁴ Druh projektu (operace) se uvádí v případech, kdy z názvu projektu není zřejmé, o jaký projekt se jedná. Např. název projektu: Pojďme si hrát, druh operace: Rekonstrukce multifunkčního zařízení.

Datum vydání: 9. 11. 2009	V 13 MP P 7.1	Stránka 9 z 13
------------------------------	---------------	----------------



Obr. 2 – příklad zpracování informační cedule bez vizualizace

7.2 Pamětní deska

Pamětní deska musí mít trvanlivou formu, tzn. že musí být vyrobena z trvanlivého materiálu (např. leštěný kámen, sklo, plast, apod.). Informace o spoluúčasti financování z ROP Střední Morava musí zabírat nejméně 25% celkové plochy pamětní desky. Dále musí obsahovat název a druh projektu, či objektu spolufinancovaného z ROP Střední Morava. Vše musí být provedeno v čitelné a viditelné formě tak, aby nebyl narušen charakter stavby a celkového provedení projektu.

Velikost pamětní desky:

- doporučený rozměr 0,3 x 0,4m



7.3 Obr. 3 – příklad zpracování pamětní desky Webové stránky

V případě, že informace o projektu je součástí webové prezentace, bude na stránkách rovněž logo a příslušný text s odkazem na rr-strednimorava.cz.

7.4 Informační akce (konference, semináře, veletrhy, výstavy, soutěže, apod.)

Informační akce musejí být spojeny s realizací projektu podpořeného z ROP Střední Morava. V případě, že informační akce bude součástí širších aktivit, je způsobilá pouze poměrná část akce související s projektem.

Datum vydání: 9. 11. 2009	V 13 MP P 7.1	Stránka 10 z 13
------------------------------	---------------	-----------------

V případě informačních akcí o projektech spolufinancovaných ROP Střední Morava, resp. Evropskou unií, ale také informačních je nutné v sále/na stánku či v místnosti umístit viditelně symbol EU a logo ROP Střední Morava. Pokud jsou v souvislosti s akcí vytvořeny také tištěné dokumenty (letáky, brožury, inzeráty), musí se použít doporučení uvedená pro jednotlivé typy dokumentů či předmětů.

7.5 Inzerce

Inzerce je spojena s výstupy projektu a respektuje veškeré náležitosti publicity.

7.6 Brožury

Brožury musejí rovněž obsahovat informaci o spolufinancování, tedy logo ROP Střední Morava, symbol EU a standardní text. To musí být viditelně umístěno na obalu přední strany brožury. Tiráž brožur a jiných informačních tiskovin projektu bude vždy obsahovat informaci s odkazem na webové stránky ROP Střední Morava www.rr-strednimorava.cz.

V případě, že tiskoviny (brožury, image publikace, atd) jsou zahrnuty do způsobilých výdajů projektu, musejí být v tiráži na zadní straně označeny informací: NEPRODEJNÉ.

7.7 Letáky

V případě letáku se použije doporučení pro brožury s tím, že informace o spolufinancování by měla být vždy uvedena na čelní stránce letáku. V případě nástrojů publicity jako jsou brožury, letáky, inzeráty, by měla informace o spolufinancování ze strany ROP Střední Morava a EU pokrývat cca 5 % plochy stránky. Logo ROP Střední Morava a symbol EU musí být viditelný a text čitelný.

7.8 Tiskové zprávy

Tisková zprávy jsou prostředkem komunikace s veřejností prostřednictvím médií. Součástí tiskové zprávy budou i náležitosti publicity. Náležitosti publicity dodržuje pouze příjemce dotace, redakce nemají při použití takové informace žádnou povinnost postupovat dle tohoto metodického pokynu.

7.9 CD/DVD

Součástí CD/DVD nosiče budou i náležitosti publicity.

7.10 Propagační předměty

Na propagačních předmětech musejí být viditelně uvedeny povinné náležitosti publicity. Výjimku tvoří pouze malé propagační předměty, které mohou být označeny pouze logem ROP Střední Morava, symbolem EU a odkazem Evropská unie (rozepsáno slovy). Za malý propagační předmět je považována tužka, pero, propiska.

V případě, že na vybraný propagační předmět nelze umístit všechny náležitosti publicity (loga a texty), je třeba zvolit jiný propagační předmět.

8 PUBLICITA PROJEKTU V ZAHRANIČÍ

V případě, že příjemce bude o projektu informovat za hranicemi České republiky, musí jeho komunikační a propagační materiály splňovat všechny výše uvedené zásady publicity. Na webových stránkách ROP Střední Morava www.rr-strednimorava.cz je logo ROP Střední Morava uvedeno v anglické mutaci.

Datum vydání: 9. 11. 2009	V 13 MP P 7.1	Stránka 11 z 13
------------------------------	---------------	-----------------

9 MANUÁL PRO TISK VLAJKY EU

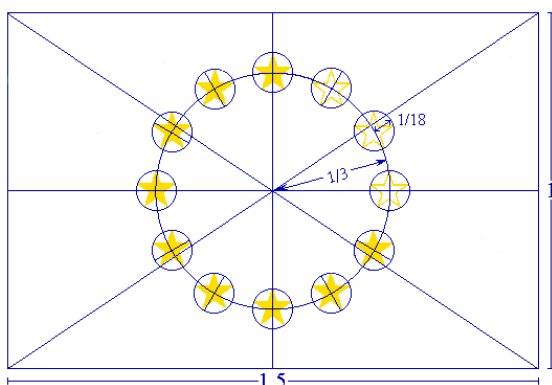
9.1 Obrazný popis

Dvanáct zlatých hvězd vytváří na pozadí modré oblohy kruh, který představuje jednotu národů Evropy. Počet hvězd je pevně stanoven, číslo dvanáct je symbolem dokonalosti a jednoty.

9.2 Heraldický popis

Kruh dvanácti zlatých pěticípých hvězd na azurovém poli, jejich špičky se nedotýkají.

9.3 Geometrický popis



Znak má tvar modré obdélníkové vlajky, jejíž délka se rovná jeden a půl výšky vlajky. Dvanáct zlatých hvězd je pravidelně rozmístěno do tvaru nevyznačeného kruhu, jehož střed je průsečíkem úhlopříček obdélníku. Poloměr kruhu se rovná třetině výšky vlajky. Každá hvězda má pět cípů, které jsou umístěny na obvodu nevyznačeného kruhu a jejich poloměr se rovná osmnáctině výšky vlajky. Všechny hvězdy směřují vzhůru, tzn. jeden cíp je vertikální a dva další jsou v přímé lince v pravých úhlech ke stožáru vlajky. Kruh je uspořádán tak, že hvězdy jsou umístěny v pozici hodin na ciferníku. Jejich počet je neměnný.

9.3.1 Předepsané barvy

Znak má následující barevné provedení:

PANTONE REFLEX BLUE pro povrch obdélníku;

PANTONE YELLOW pro hvězdy.

ČTYŘBAREVNÝ PROCES

Použije-li se čtyřbarevný proces, je nutné vytvořit dvě standardní barvy pomocí čtyř barev čtyřbarevného procesu.

PANTONE YELLOW se získá použitím stoprocentní „Process Yellow“.

PANTONE REFLEX BLUE se získá smícháním stoprocentní „Process Cyan“ a osmdesátiprocentní „Process Magenta“.

INTERNET

Barva PANTONE REFLEX BLUE odpovídá na internetové paletě barv RGB:0/0/153

(hexadecimálně: 000099) a PANTONE YELLOW odpovídá na internetové paletě barv

RGB:255/204/0 (hexadecimálně: FFCC00).

9.3.2 Postup při jednobarevném zobrazení

Při použití černé barvy ohraničte obdélník černě a vytiskněte hvězdy černě na bílém pozadí.



Při použití modré barvy (reflexní modrá) ji aplikujte jako stoprocentní barvu a hvězdy zobrazte negativní bílou.



9.3.3 Zobrazení na barevném pozadí

Musí-li být vícebarevné pozadí použito, je třeba obdélník ohraničit bílým pruhem o tloušťce rovnající se 1/25 výšky obdélníku.



10 KONTAKTY

Tento metodický pokyn obsahuje základní výčet aktivit ve vztahu k ROP Střední Morava. Pokud příjemce (nebo i potenciální žadatel) nenalezne zde řešení své problematiky (bude řešit možnost, aktivitu, která není zmíněna v souhrnu) je třeba, aby se neprodleně obrátil na odpovědné pracovníky Úřadu Regionální rady regionu soudržnosti Střední Morava.

Mgr. Renata Škrobáková – odborný referent pro publicitu

E-mail: renata.skrobalkova@rr-strednimorava.cz

Tel.: 587 333 315 / 739 002 410

www.rr-strednimorava.cz

PŘÍLOHA:

Design manuál ROP Střední Morava