
	Příloha Pátevního manuálu OPPI			 EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
	06_01_M_Pravidla pro publicitu - dotace	Číslo vydání/aktualizace: 6/0	Platnost od: 1.5. 2009	

Pravidla pro publicitu v rámci OPPI

1. Obecné podmínky

Každý příjemce podpory, který realizuje projekt s podporou z prostředků EU, musí informovat o tom, že projekt byl realizován za finanční spoluúčasti EU (resp. ERDF – Evropský fond pro regionální rozvoj, ze kterého je OPPI financován a Evropské unie). K tomu příjemce podpory použije alespoň opatření uvedená pro jednotlivé typy projektů (způsobilých výdajů) v těchto Pravidlech pro publicitu. Součástí opatření musí být **vlajka EU a tzv. standardní text**, viz níže:





EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI

Není-li stanoven minimální rozměr, má se za to, že vlajka EU musí být viditelná a text čitelný.

Prostředky propagace musejí odpovídat specifikacím stanoveným těmito Pravidly a čl. 9 Nařízením Komise (ES) č. 1828/2006, o informačních a propagačních opatřeních. Nezbytná forma propagace je závislá na typu realizované činnosti (způsobilých výdajů). Zároveň s formou propagace je třeba dodržet délku trvání propagační akce. Technické prostředky na publicitu, resp. "marketing a propagaci" v Operačním programu Podnikání a inovace jsou způsobilým výdajem projektu.

Příjemce pomoci je povinen uchovat pro potřeby kontroly doklady, že dodržel podmínky informačních a propagačních opatření souvisejících s pomocí ze strukturálních fondů dle této metodiky (např. cedule, plakát, fotodokumentace atd.). O provedených opatřeních k publicitě projektu je příjemce povinen informovat prostřednictvím pravidelných monitorovacích zpráv agenturu nebo banku. V případě, že požadavky na publicitu programu nebudou ze strany žadatele řádně splněny, může poskytovatel podpory nárokovat vrácení dotace. V rámci neinvestičních služeb typu "marketing a propagace" (další propagační aktivity nad rámec povinné publicity), jako jsou např. konference, inzerce, pořizovací cena propagačních a reklamních materiálů a předmětů atd., je příjemce pomoci povinen dle Pravidel pro dokládání úhrady způsobilých výdajů uchovat pro potřeby kontroly doklady a výstup (např. výtisk novin, časopisu, fotodokumentaci, apod.) z této služby spolufinancované SF EU. Nedodržením Pravidel pro dokládání úhrady způsobilých výdajů může poskytovatel nárokovat vrácení dotace.

	Příloha Pátevního manuálu OPPI		
	06_01_M_Pravidla pro publicitu - dotace	Číslo vydání/aktualizace: 6/0	

2. Typy technických prostředků pro propagaci a poskytování informací pro jednotlivé typy realizovaných činností (způsobilých výdajů)

2.1 Infrastrukturální projekty (stavba komunikací a infrastruktury, výstavba, rozvoj a regenerace průmyslových zón atd.) a projekty pořízení, výstavby, úprav či rekonstrukce budov s veřejným příspěvkem větším než 500 000,00 EUR

Povinné prostředky publicity	Povinná doba realizace opatření
- velkoplošné reklamní panely	V průběhu realizace projektu, odstraňují se nejpozději 6 měsíců po ukončení prací na projektu.
- pamětní desky (plakety)	Nejpozději 6 měsíců po ukončení prací na projektu nahrazují velkoplošné reklamní panely. Umístěny jsou nejméně po dobu monitorování projektu dle Podmínek poskytnutí dotace.
Další možné prostředky publicity (nepovinné)	
- <i>propagační materiály (brožury, letáky, informační materiály)</i>	
- <i>plakáty</i>	
- <i>internetové stránky informující o projektu</i>	
- <i>semináře, konference o projektu</i>	
- <i>inzerce</i>	



V průběhu realizace tohoto typu projektu se viditelně instalují velkoplošné reklamní panely (billboardy). Počet i velikost billboardů musí odpovídat rozsahu projektu.

Tyto velkoplošné reklamní panely musejí obsahovat plochu vyhrazenou informaci o finanční spoluúčasti EU. Tato část musí zabírat nejméně 25 % celkové plochy panelu a musí zobrazovat vlajku EU, standardní text, název a druh projektu.

Nejpozději 6 měsíců po ukončení realizace projektu jsou billboardy nahrazeny pamětními deskami (plaketami) informujícími o finanční spoluúčasti EU. Plakety musejí být taktéž umístěny dostatečně viditelně na místech, která jsou nejvíce přístupná široké veřejnosti (hlavní vchod budovy, u příjezdové komunikace atd.).

Tyto plakety musejí obsahovat plochu vyhrazenou informaci o finanční spoluúčasti EU. Tato část musí zabírat nejméně 25 % celkové plochy plakety a musí zobrazovat vlajku EU, standardní text, název a druh projektu.

Pokud je projekt prezentován i dalšími informačními nástroji, je potřeba vždy uvést informaci o tom, že projekt je či byl realizován s finanční pomocí EU (tj. vlajku EU s odkazem na Evropskou unii, nejlépe však vlajkou EU se standardním textem).

	Příloha Pátevního manuálu OPPI			
	06_01_M_Pravidla pro publicitu - dotace	Číslo vydání/aktualizace: 6/0	Platnost od: 1.5. 2009	

2.2 Pořízení movitého dlouhodobého hmotného majetku s veřejným příspěvkem větším než 500 000.00 EUR

Povinné prostředky publicity	Povinná doba realizace opatření
- plakáty nebo štítky či samolepky	Umisťují se v průběhu realizace projektu, odstraňují se nejdříve po konci doby monitorování projektu dle Podmínek poskytnutí dotace.
Další možné prostředky publicity (nepovinné)	
- pamětní deska	1 rok
- propagační materiály (brožury, letáky, informační materiály)	
- plakáty	
- internetové stránky	
- semináře, konference o projektu	
- inzerce	

U rozměrově velkých strojů či zařízení je v průběhu realizace projektu nutné použít plakátů, štítků či samolepek obsahujících informaci o spolufinancování projektu Evropskou unií.

U rozměrných strojů či zařízení se doporučuje použít plakát. Plakát musí být minimálně rozměru A4. Z celkové plochy plakátu musí být vždy minimálně 25 % určeno pro informaci o spolufinancování projektu z prostředků EU (toho se docílí uvedením vlajky EU a standardního textu). Plakát je možné umístit přímo na stroj či do jeho blízkosti.



U menších strojů, zařízení či věcí se použijí štítky či samolepky, které se umisťují na nejvíce viditelná místa (např. do oblasti, kde je stroj ovládán pracovníky).

Příjemce dotace se může rozhodnout nahradit plakát, samolepku či štítek pamětní deskou. V případě, že se příjemce podpory rozhodne instalovat pamětní desku, umisťuje ji na dobu 1 roku. Pokud je projekt prezentován i dalšími informačními nástroji, je potřeba vždy uvést informaci o tom, že projekt je či byl realizován s finanční pomocí EU.

2.3 Pořízení movitého dlouhodobého hmotného majetku, stavební práce s veřejným příspěvkem nižším než 500 000.00 EUR

Povinné prostředky publicity	Povinná doba realizace opatření
- plakáty nebo štítky či samolepky umístěné přímo na pořizovaném majetku	Umisťují se v průběhu realizace projektu, odstraňují se nejdříve po konci doby monitorování projektu dle Podmínek poskytnutí dotace.

Na budovách ve vnějším prostředí, a to i v hodnotě příspěvku do 500 tis. EUR je nutné umístit tabulky/štítky z trvanlivého materiálu (např. kámen, keramika, nerezový kov, plast) o rozměru nejméně 30 x 50 cm". Štítky/tabulky musí obsahovat standardní text s vlajkou EU.

	Příloha Pátevního manuálu OPPI		 EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
	06_01_M_Pravidla pro publicitu - dotace	Číslo vydání/aktualizace: 6/0	

2.4 Pořízení školicích pomůcek a školicích programů

Povinné prostředky publicity	Povinná doba realizace opatření
- plakáty nebo štítky či samolepky	Od realizace projektu, odstraňují se nejdříve po konci doby monitorování projektu.
Další možné prostředky publicity (nepovinné)	
- <i>propagační materiály (brožury, letáky, informační materiály)</i>	
- <i>plakáty</i>	
- <i>internetové stránky</i>	
- <i>semináře, konference o projektu</i>	
- <i>inzerce</i>	
- <i>pamětní desky</i>	

Pokud školicí pomůcky nabývají podoby rozměrově malého hmotného dlouhodobého majetku, použijí se stejné nástroje publicity jako u rozměrově malého dlouhodobého hmotného majetku (tj. plakáty, štítky či samolepky). Pokud jde o malé informační a propagační předměty zaměřené na příjemce, možné příjemce a veřejnost nemusejí obsahovat odkaz na příslušný fond a prohlášení Investice do vaší budoucnosti.

Pokud je dále školicí zařízení prezentováno dalšími informačními nástroji, je potřeba uvést informaci o tom, že školicí pomůcky či programy byly pořízeny s finanční pomocí EU.

2.5 Pořízení patentů, licencí, know-how

Možné prostředky publicity (příjemce musí zvolit alespoň jeden)
- propagační materiály (brožury, letáky, informační materiály)
- plakáty
- internetové stránky žadatele
- semináře, konference o projektu
- inzerce

Pořízení patentů, licencí know-how atd. je možné propagovat prostřednictvím některého z nástrojů publicity uvedených v předchozí tabulce při respektování požadavků a náležitostí na tyto nástroje (viz kapitola 3 přílohy). Příjemce podpory přitom zváží vhodnost volby typu i rozsahu technického prostředku zajištění publicity.



2.6 Projekty v rámci programu Marketing

a) marketingové průzkumy, marketingové informace o zahraničních trzích, studie vstupu na zahraniční trhy

Povinné prostředky publicity
- vlajka EU a standardní text na dokumentech prezentujících výsledky projektu

Vlajka EU musí být viditelná a standardní text čitelný a musejí být umístěny na obálce dokumentů.

b) tištěné marketingové propagační materiály

	Příloha Pátevního manuálu OPPI			
	06_01_M_Pravidla pro publicitu - dotace	Číslo vydání/aktualizace: 6/0	Platnost od: 1.5. 2009	

Povinné prostředky publicity

- vlajka EU a standardní text na dokumentech

Vlajka EU musí být viditelná a standardní text čitelný a musejí být umístěny na obálce dokumentů.

c) internetové stránky prezentující podnik či jeho produkci

Povinné prostředky publicity

- vlajka EU a standardní text v zápatí stránky

d) účast na veletrhu či výstavě v zahraničí

Povinné prostředky publicity

- umístění vlajky EU na stánku (v sále)

- označení stánku podobně jako rozměrově malého hmotného majetku (viz výše, tj.: samolepkou, plakátem či štítkem) – je-li podpořen pronájem, zřízení, resp. provoz stánku

- vlajka EU a standardní text na tištěných dokumentech souvisejících s akcí (brožurách, letáčích, informačních materiálech) – jsou-li vydány

- označení propagačních předmětů vlajkou EU s odkazem na Evropskou unii

e) propagační předměty

Povinné prostředky publicity

- vlajka EU s odkazem na Evropskou unii na předmětech

Bližší informace o nezbytných náležitostech a doporučeních inzerátů, brožur, letáků atd. viz kapitola 3 přílohy.

3. Návrhy jednotlivých technických prostředků – nutné náležitosti prostředků publicity a nezávazné vzory a doporučení



Kromě povinných prostředků publicity pro jednotlivé typy projektů je možné použít pro účely zajištění publicity také další technické prostředky (*vhodné doplňkové prostředky jsou uvedeny v kapitole 2 přílohy pro jednotlivé typy projektů kurzívou*), případně tyto prostředky kombinovat. Příjemce podpory přitom zváží vhodnost volby typu i rozsahu technického prostředku zajištění publicity, zejména ve vztahu k přiměřenosti výše nákladů na zajištění publicity. Tyto vhodné doplňkové prostředky k zajištění publicity jsou definovány v Pravidlech způsobilosti výdajů jako neinvestiční služba "marketingu a propagace".

3.1 Velkoplošné reklamní panely (billboardy)

Velkoplošné reklamní panely musejí obsahovat plochu vyhrazenou informaci o finanční spoluúčasti EU. Tato část musí zabírat nejméně 25 % celkové plochy panelu a musí zobrazovat vlajku EU, standardní text, název a druh projektu, přičemž vlajka musí být viditelná a text čitelný. Vlajka EU musí odpovídat platným specifikacím. Písmena použitá pro uvedení spoluúčasti EU musí být stejně velká jako písmena pro národní údaje, typ písma může být jiný.

Žadatel je povinen umístit k místu realizace projektu billboard za účelem publicity bezprostředně po vydání Rozhodnutí o poskytnutí dotace.

Výjimku tvoří billboard, který je součástí projektu do programu Marketing a zároveň nepropaguje projekt spolufinancovaný ze strukturálních fondů EU. V případě takového

	Příloha Pátevního manuálu OPPI		 EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
	06_01_M_Pravidla pro publicitu - dotace	Číslo vydání/aktualizace: 6/0	

billboardu není nutné, aby plocha věnovaná spoluúčasti EU na financování zabírala minimálně 25 %, v tomto případě postačuje, aby vlajka byla viditelná a text čitelný.

Doporučení:

Doporučeným rozměrem billboardu je standardní euroformát 2,4 x 5,1 m. V případě rozměrů, které jsou menší než doporučený standardní euroformát, musí být skutečná velikost billboardu přiměřená velikosti stavby.





U billboardu, který je součástí projektu do programu **Marketing** a zároveň nepropaguje projekt spolufinancovaný ze strukturálních fondů EU, doporučujeme, aby informace o spolufinancování pokrývaly minimálně 5% plochy.

3.2 Pamětní desky

Doporučenou formou je u infrastrukturních projektů většího rozsahu plaketa o velikosti formátu A0 (nebo její varianty o stejné ploše), na níž je uveden druh a název projektu, místo realizace, rok ukončení realizace projektu, případně logo (či stručný popis projektu). V tomto případě **musí** minimálně ¼ plochy být vyhrazena informaci o finanční spoluúčasti EU (je uvedena vlajka EU a standardní text způsobem, aby vlajka byla viditelná a text čitelný), druhu a názvu projektu, podobně jako u billboardu. Plaketu je nejlépe umístit u nejméně frekventovaných míst obdobnou formou jako dopravní značky.



	Příloha Pátevního manuálu OPPI		
	06_01_M_Pravidla pro publicitu - dotace	Číslo vydání/aktualizace: 6/0	

Lze také použít typ plakety, na které bude uvedena pouze informace o finanční spoluúčasti EU (příp. logo příjemce), v takovém případě je doporučen rozměr 0,4 x 0,4 m (nebo jeho varianty o stejné ploše).

Pamětní desky vztahující se k projektům pořízení movitého dlouhodobého hmotného majetku by opět měly odpovídat velikosti zařízení, jejich rozměry by měly být nejméně 0,4 x 0,2 m.

Nezávazné příklady pamětní desky:



3.3 Plakát

Velikost plakátu **musí** být minimálně rozměru A4. Z celkové plochy plakátu **musí** být vždy minimálně 25 % určeno pro informaci o spolufinancování projektu z prostředků EU (uvedením vlajky EU a standardního textu způsobem, aby vlajka byla viditelná a text čitelný).



U rozměrnějších zařízení **doporučujeme** rozměr formátu A0 (nebo obdobné kombinace o stejné ploše).

V případě, že plakát informuje o spolufinancování v projektu nákupu hmotných investic do podniku, je umístěn na stroj nebo do jeho blízkosti (např. na stěnu či zavěšený na strop nad spolufinancované zařízení). Je-li plakát použit jako prostředek publicity pro projekt pořízení patentů, licencí atd., je umístěn v blízkosti zařízení využívajících daného nehmotného majetku, případně viditelně na odpovídajícím místě v sídle žadatele.

Výjimku tvoří opět plakát v programu Marketing, kde není třeba, aby informace o spolufinancování projektu EU pokrývala minimálně 25 % plochy, ale postačuje 5%.

3.4 Internetové stránky

Na internetových stránkách **musí** být v zápatí stránky viditelně uvedena informace o spolufinancování projektu Evropskou unií (standardní text a vlajka EU způsobem, aby vlajka byla viditelná a text čitelný). Tohoto doporučení je možno použít jednak u projektů,

	Příloha Páteřního manuálu OPPI		 EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
	06_01_M_Pravidla pro publicitu - dotace	Číslo vydání/aktualizace: 6/0	

kdy výsledkem jsou přímo webové stránky (např. program Marketing), ale také v případech, kdy webové stránky hrají pouze roli nástroje publicity (např. informace o připravované průmyslové zóně atd.)

3.5 Informační akce (konference, semináře, veletrhy, výstavy, soutěže atd.)

V případě informačních akcí o projektech spolufinancovaných Evropskou unií, ale také informačních akcí v programu Marketing, je nutné v sále / na stánku či v místnosti umístit viditelně vlajku EU. Pokud jsou v souvislosti s akcí vytvořeny také tištěné dokumenty (letáky, brožury, inzeráty), musí se použít doporučení uvedená pro jednotlivé typy dokumentů či předmětů. Součástí veletrhů může být také (např. v programu Marketing) tvorba stánku. Pokud je tento stánek spolufinancován ze strukturálních fondů, musí být přiměřeně použity samolepky, štítky či plakáty.

3.6 Inzerce

Součástí inzerátu **musí** být viditelně vyhrazená část pro informaci o spolufinancování z EU, a to nejlépe ve spodní části inzerátu. Pokud se jedná o malou inzerci, postačí použít vlajky EU s odkazem na Evropskou unii, nejlépe však v úplném znění standardního textu a vlajky EU způsobem, aby byla vlajka viditelná a text čitelný.

V případě výběrového řízení je nutné ve vyhlášení zakázky (v záhlaví, nebo zápatí) uvést vlajku EU a standardní text dle těchto pravidel.

3.7 Brožury



Brožury **musejí** rovněž obsahovat informaci o spolufinancování, tedy vlajku a standardní text. Tato **musí** být viditelně umístěna na obalu brožury. V případě, že jde o brožuru o investicích spolufinancovaných ze strukturálních fondů EU a pokud na brožuru je použito národního nebo regionálního symbolu, musí být vlajka EU a text umístěny na titulní stránce, dále v tomto případě musí brožura obsahovat odkazy na orgány poskytující pomoc z OPPI.

Pokud není národní nebo regionální symbol použit, postačuje použít jen viditelně vlajku EU a standardní text, to vše není třeba uvádět na titulní stránku, ale např. do spodní části poslední strany. V případě, že nejde o brožuru, která informuje o investicích spolufinancovaných ze zdrojů EU (např. program Marketing), stačí rovněž viditelně použít pouze vlajku EU a standardní text ve kterékoliv části obálky.

3.8 Letáky

V případě letáku se použije doporučení pro brožury (vč. povinností pro případy, kdy je prezentována spolufinancovaná investice a uveden národní či regionální symbol), jen s tím rozdílem, 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 EU pokrývat cca 5 % plochy stránky. Vlajka EU musí být viditelná a text čitelný.

	Příloha Pátevního manuálu OPPI			 EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
	06_01_M_Pravidla pro publicitu - dotace	Číslo vydání/aktualizace: 6/0	Platnost od: 1.5. 2009	

V programu Marketing v případě zahraniční prezentace je vyžadováno, aby se informace o spolufinancování ze strany EU uváděla v příslušném jazyce cizojazyčných propagačních materiálů; minimálně však v angličtině nebo němčině nebo ruštině.

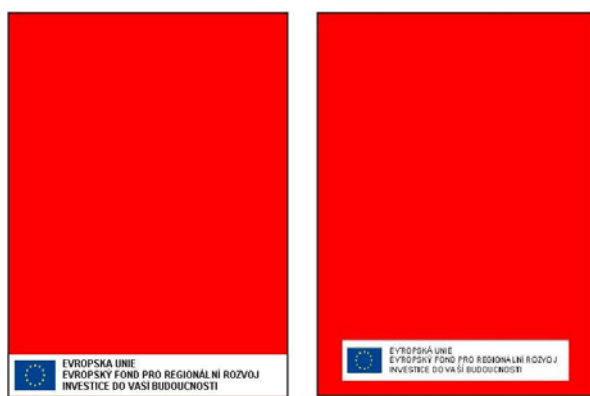
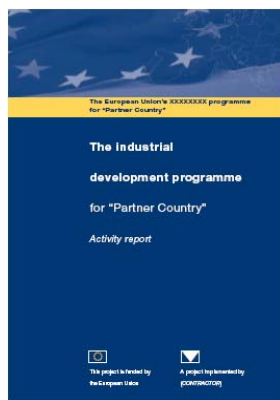
Jazykové mutace textu:



EVROPSKÁ UNIE
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI

Anglicky:
EUROPEAN UNION
EUROPEAN REGIONAL DEVELOPMENT FUND
INVESTMENT IN YOUR FUTURE.

Německy:
EUROPÄISCHEN UNION
EUROPÄISCHE FONDS FÜR REGIONALE ENTWICKLUNG
INVESTITIONEN IN IHRE ZUKUNFT.

Rusky:
ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ
ЕВРОПЕЙСКИЙ ФОНД РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ ИНВЕСТИЦИИ В ВАШЕ
БУДУЩЕЕ



	Příloha Pátevního manuálu OPPI			 EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
	06_01_M_Pravidla pro publicitu - dotace	Číslo vydání/aktualizace: 6/0	Platnost od: 1.5. 2009	

3.9 Propagační předměty

Propagační předměty jsou pouze doplňkovým nástrojem publicity, který je potřeba použít ve spojení s jiným typem nástrojů publicity (uvedeným výše). Na propagačních předmětech musí být viditelně uvedena vlajka EU a odkaz na Evropskou unii (standardní text se uvádět nemusí).



4. Způsobilé výdaje pro publicitu

Výdaje na publicitu musí souviset s propagací příslušného projektu. Výdaje vynaložené na propagaci samotného finálního výrobku nebo služby nejsou způsobilý výdaj pro publicitu.

Výdaje na publicitu se uvádějí do položky nákladů na propagaci subjektů v rámci rozpočtu nákladu projektu v žádosti. Doplňkové prostředky k zajištění publicity jako jsou např. propagační předměty, inzerce, apod. se uvádějí do položky neinvestičních služeb "marketingu a propagace" (shoda názvu s programem podpory Marketing). Pokud v daném programu dle Pravidel způsobilých výdajů – zvláštní část není položka „marketing a propagace“ zavedena, nejsou výdaje na doplňkové prostředky způsobilé.

U programu Marketing, kde hodnota výdajů na publicitu není příliš vysoká, neexistuje samostatná položka v rozpočtu. Výdaje na publicitu jsou proto v rozpočtu přiřazovány k jednotlivým činnostem, ke kterým se výdaje vztahují.

Konkrétní hodnota výše výdajů na publicitu projektu není definována. Výdaje na publicitu představují přiměřenou část dané investici a dotace je vyplácena na základě skutečně vynaložených prostředků. Na základě výše uvedeného je možné dotaci krátit např. v případě, kdy žadatel namísto plánované akce publicity použije nálepky, které si vyžádal od příslušné agentury.

	Příloha Pátevního manuálu OPPI		 EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
	06_01_M_Pavidla pro publicitu - dotace	Číslo vydání/aktualizace: 6/0	

Manuál pro tisk vlajky EU

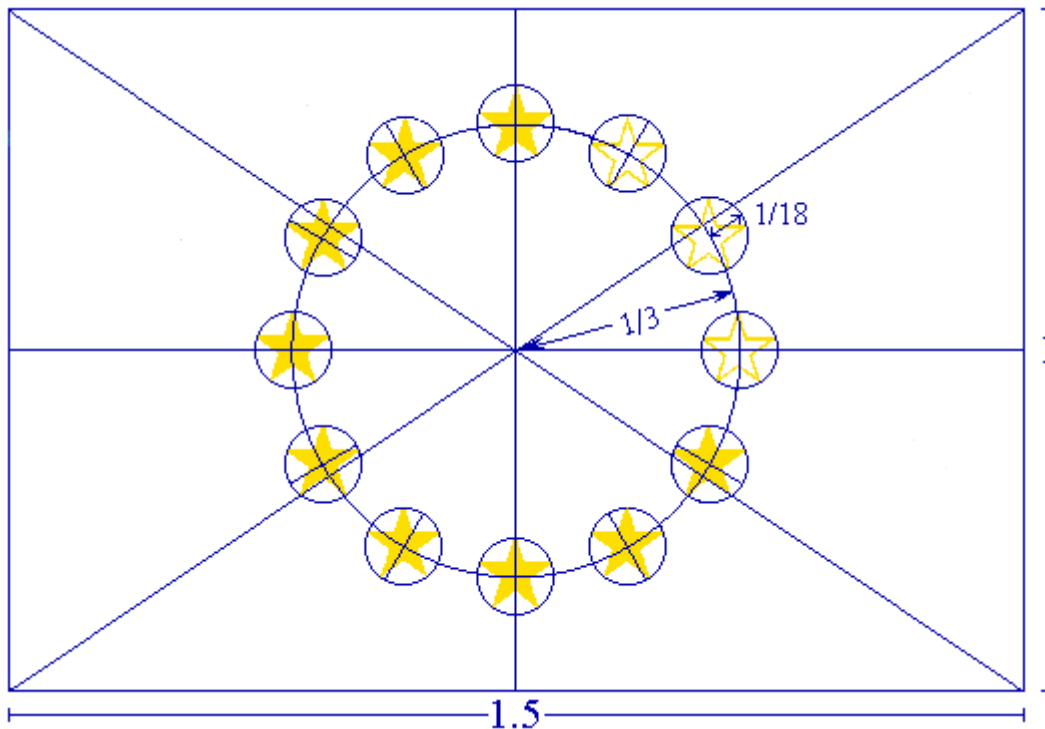
Obrazný popis

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.



Heraldický popis

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

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.

	Příloha Pátevního manuálu OPPI		 EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
	06_01_M_Pravidla pro publicitu - dotace	Číslo vydání/aktualizace: 6/0	

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).



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.



	Příloha Pátevního manuálu OPPI			 EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ EVROPSKÁ UNIE
	06_01_M_Pravidla pro publicitu - dotace	Číslo vydání/aktualizace: 6/0	Platnost od: 1.5. 2009	

Zobrazení na barevném pozadí

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

