

## **Informacja dotycząca zasad promocji mikroprojektów realizowanych w ramach Programu Operacyjnego Współpracy Transgranicznej Republika Czeska – Rzeczpospolita Polska 2007-2013**

### **PROMOCJA**

**Potrzeba dokładnej informacji jest ukierunkowana na osiągnięcie następujących trzech celów:**

- Powiadomienie potencjalnych beneficjentów o istnieniu funduszy strukturalnych oraz o sposobach uzyskania dostępu do nich, aby zwiększyć liczbę przedstawionych projektów,
- Zapewnienie możliwie jak największej przejrzystości w zakresie wykorzystywania publicznych pieniędzy,
- Oraz jak najszersze rozpropagowanie działań prowadzonych przez Unię Europejską wspólnie z państwami członkowskimi.

#### **Logo Unii Europejskiej**

Poprzez połączenie symbolu graficznego Unii Europejskiej oraz części tekstowej oznaczającej jeden z jej programów powstaje symbol graficzny, który – zgodnie z obowiązującymi dyrektywami – ma być aplikowany zawsze w związku z działaniami realizowanymi w ramach tego programu.



#### **PRZEPISOWE KOLORY**

Emblemat jest w poniższych kolorach:

NIEBIESKI ODBITY PANTONE (PANTONE REFLEX BLUE) jest kolorem powierzchni prostokąta;

ŻÓŁTY PANTONE (PANTONE YELLOW) jest kolorem gwiazd.

#### **DRUK CZTEROKOLOROWY**

Jeżeli stosuje się druk czterokolorowy, oba standardowe kolory odtwarza się w drodze procesu czterobarwnego.

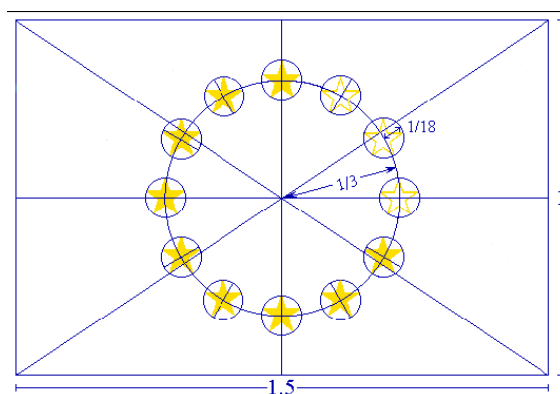
PANTONE YELLOW uzyskuje się dzięki użyciu koloru 100 % „Process Yellow”.

PANTONE REFLEX BLUE uzyskuje się przez zmieszanie kolorów 100 % „Process Cyan” i 80 % „Process Magenta”.

## INTERNET

W paletce kolorów komputerowych PANTONE REFLEX BLUE odpowiada kolorowi RGB:0/0/153 (w systemie szesnastkowym (hexadecimal): 000099) a PANTONE YELLOW odpowiada kolorowi RGB:255/204/0 (w systemie szesnastkowym (hexadecimal): FFCC00).

Poniższy rysunek prezentuje emblemat Unii. Szerokość emblematu stanowi półtorej długości wysokości. Dwanaście złotych gwiazd rozmieszczonych jest w równych odstępach i tworzy okrąg. Środek tego okręgu jest punktem przecięcia się przekątnych prostokąta. Każda z gwiazd posiada pięć ramion i jest wpisana w okrąg, którego promień równy jest jednej osiemnastej wysokości flagi. Wszystkie gwiazdy ustawione są w pozycji pionowej – jedno ramię skierowane jest pionowo do góry, a dwa leżą na poziomej linii, prostopadłej do drzewca flagi. Gwiazdy rozmieszczone są na okręgu tak, jak godziny na tarczy zegara. Ich liczba pozostaje niezmienna.



## Reprodukcja na kolorowym tle

Zasady reprodukcji symboli graficznych logo Unii Europejskiej zamieszczone są na naszej stronie internetowej [www.euroregion-silesia.pl](http://www.euroregion-silesia.pl) w dziale „POWT 2007-2013” w zakładce „Promocja Mikroprojektów”.

W Podręczniku Beneficjenta Mikroprojektu - wersja 3 – obowiązującym od dnia 01.01.2011r. wprowadzono zalecenia odnośnie przestrzegania pewnych zasad przy stosowaniu loga UE<sup>1</sup>, mianowicie:

- logo UE musi być co najmniej takiej samej wielkości jak logotypy pozostałych podmiotów;
- logo UE musi być umieszczone w dobrze widocznym miejscu, aby był spełniony cel poinformowania o źródle finansowania projektu. W przypadku publikacji i pozostałych materiałów drukowanych zaleca się umieszczanie go na przedniej stronie;
- w przypadku przedmiotów jednorazowego użytku wystarczy logo na opakowaniu, użytkownik dowie się, w jaki sposób dany przedmiot został sfinansowany, zużyje go, a opakowanie wyrzuci, np. lizaki, cukierki;
- w przypadku przedmiotów bardziej trwałych konieczne jest, aby logo UE było częścią przedmiotu, a nie znajdowało się tylko na opakowaniu, np. długopisy, koszulki, torby, notesy, zabawki itp.;
- w przypadku przedmiotów, w których opakowanie jest częścią przedmiotu promocyjnego (np. kasetka z medalem, opakowanie z CD bez nadruku. Jeśli na CD jest nadruk z tekstem lub innymi logami, musi być również nadrukowana obowiązkowa promocja), logo musi znajdować się przynajmniej na opakowaniu.
- logo może być również na przedmiocie umieszczone w formie naklejki samoprzylepnej (np. lampa z naklejką).

Przestrzeganie obowiązkowej promocji w prasie codziennej oraz w radiu i TV jest sankcjonowane jedynie w przypadku, gdy kiedy beneficjent finansuje artykuł w prasie bądź program w TV/radiu i wówczas jako zleceniodawca ma możliwość wpływania na produkt końcowy. W przeciwnym przypadku przestrzeganie promocji nie będzie podległo sankcjom, ponieważ beneficjent nie ma, w większości przypadków, możliwości autoryzacji bądź wpływu na ostateczną formę artykułu prasowego bądź programu w TV, którego wprost nie zamawiał.

---

<sup>1</sup> Za logo UE w tym dokumencie uważany jest symbol Unii Europejskiej (flaga) łącznie ze wszystkimi obowiązkowymi tekstami tzn. „Unia Europejska”, „ Europejski Fundusz Rozwoju Regionalnego” i oświadczenie wybrane przez instytucję zarządzającą (np. „Przekraczamy Granice”). W przypadku małych materiałów promocyjnych za logo UE uważana jest jedynie flaga UE z tekstem „Unia Europejska”. W obu przypadkach nie jest konieczne, aby wszystkie elementy obowiązkowej promocji były razem (tzn. obowiązkowe teksty nie muszą być podane bezpośrednio przy symbolu Unii Europejskiej, ale mogą być od niego oddzielone).

**Uwaga!** Uwagę należy poświęcić również kolorystyce elementów promocyjnych. Zastosowane logotypy mają określoną dokładną wymaganą kolorystykę. Należy uwzględnić, czy produkty będą drukowane w kolorze lub w wersji czarno-białej. W tym celu ułatwienia graficznego opracowania logotypów opracowano Podręcznik prezentacji wizualnej, który jest umieszczony na stronach Programu (<http://www.cz-pl.eu/loga-programu-a-eu.html>) oraz na stronie [www.euroregion-silesia.pl](http://www.euroregion-silesia.pl).

Obowiązki związane z promocją projektu określone są w Decyzji/Umowie oraz są dla partnerów wiążące. Brak ich spełnienia wiąże się z konsekwencjami w formie niewypłacenia dofinansowania ewentualnie zwrotu wypłaconego już dofinansowania.

### Logo Programu



Kolory:

- Pantone Blue 072 (cmyk 100/79/0/0)
- Pantone Orange 021 (cmyk 0/51/87/0)

Przy zamieszczaniu logotypów należy przestrzegać zasad proporcji. Symbole zamieszczane na wszystkich materiałach powinny mieć zbliżoną wielkość. Emblemat Unii Europejskiej nie powinien być znacząco mniejszy niż logotyp programu. Oznaczając projekt należy konsekwentnie kierować się zasadą: albo wersja kolorowa albo wersja monochromatyczna (odcienie czerni). Nie dopuszczalne jest na jednej powierzchni jednoczesne zastosowanie tych dwóch wariantów. Należy dodać, iż wersja kolorowa jest lepiej zauważalna niż tonacje czerni.

### Projekty miękkie

W trakcie realizacji, przede wszystkim projektów miękkich, zachodzi potrzeba wykorzystywania różnych narzędzi. Można do nich zaliczyć:

- Publikacje, broszury, plakaty;
- Korespondencja i dokumenty używane w trakcie realizacji projektu: ogłoszenia (przetargowe, nabór personelu), zaproszenia dla uczestników spotkań (seminariów, konferencji), certyfikaty, umowy, materiały konferencyjne, prasowe, banery;
- Prezentacje multimedialne;
- Strony internetowe;
- Materiały promujące projekt inne niż wymienione.



Odpowiednio oznaczona korespondencja w sprawie projektu, ogłoszenia, zaproszenia, certyfikaty, materiały konferencyjne i prasowe powinny zawierać informację dotyczącą źródeł finansowania i odpowiednie logotypy. Informacja powinna być zamieszczona w miejscu widocznym w sposób czytelny.

Jeżeli dla potrzeb projektu prowadzona jest strona internetowa, to poza informacją o źródłach współfinansowania oraz logotypami na stronie powinny się znaleźć odsyłacze do oficjalnych stron Unii Europejskiej oraz programu (strona Wspólnego Sekretariatu Technicznego dla Programu i strona Instytucji Zarządzającej/ koordynatora Krajowego).

Dodatkowo należy pamiętać, że w trakcie realizacji szkoleń, konferencji, seminariów, targów, wystaw współfinansowanych ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego beneficjent jest zobowiązany do wystawienia flagi Unii oraz logotypu programu (np. w formie banera czy stendu). Dodatkowo należy zadbać, aby wszystkie wydarzenia związane z realizacją projektu (etapów projektu) zostały podane do wiadomości możliwie najszerszemu kręgowi ludzi. W trakcie w/w imprez/działań informacje o współfinansowaniu można stosować w formie podania przez konferansjera informacji o zaangażowanych środkach.

### **Oznaczenie mikroprojektu:**

- w przypadku dużych materiałów promocyjnych, np. kubek, koszulka, czapka itp. zamieszczamy logotyp programu, UE wraz z opisem i logotyp ER Silesia wg wzoru poniżej:





Oto przykładowe rozmieszczenie logotypów na koszulce.

**UWAGA:** Zalecane jest umieszczenie na materiale promocyjnym logotypu Euroregionu Silesia, jednakże nie jest on obligatoryjnie wymagany.



- w przypadku małych materiałów promocyjnych, np. pendrive, długopis itp. zamieszczamy logotyp programu, UE wraz z podpisem Unia Europejska i logotyp ER Silesia wg wzoru poniżej:







Oto przykładowe rozmieszczenie logotypów na długopisie.

**UWAGA:** Zalecane jest umieszczenie na materiale promocyjnym logotypu Euroregionu Silesia, jednakże nie jest on obligatoryjnie wymagany.



- w przypadku materiałów promocyjnych drukowanych, np. publikacja, broszura, folder, plakat itp. oraz w przypadku stron internetowych, prezentacji multimedialnych i wizualnych zamieszczamy logotyp programu, UE wraz z opisem i logotyp ER Silesia, a także tekst o zaangażowanych środkach wg wzoru poniżej:



*"Projekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz z budżetu państwa"*  
**PRZEKRACZAMY GRANICE**



*"Projekt jest współfinansowany ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego oraz z budżetu państwa"*  
**PRZEKRACZAMY GRANICE**

Oto przykładowe rozmieszczenie logotypów na publikacji.

**UWAGA:** Zalecane jest umieszczenie na materiale promocyjnym logotypu Euroregionu Silesia, jednakże nie jest on obligatoryjnie wymagany.

Projekt jest współfinansowany z Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego  
oraz z budżetu państwa  
**PRZEKRACZAMY GRANICE**



Tekst o zaangażowanych środkach powinien być zarówno widoczny jak i zajmować odpowiednią powierzchnię. Rozmiar użytego pisma do wskazania na finansowy udział Unii Europejskiej nie może być mniejszy niż rozmiar napisu wskazującego na udział krajowy. Krój czcionki może być różny. Na materiałach promocyjnych można zamieszczać numer i tytuł mikroprojektu.

**Wydatki na promocję są kwalifikowalne pod kątem finansowania z funduszy strukturalnych, jeżeli zostały one ujęte w budżecie. Z tego względu korzystne jest, aby partner konsultował już na etapie przygotowywania wniosku, jakie obowiązki będzie musiał spełnić w przypadku przyznania dofinansowania i działania te ująć w budżecie.**

**IZ (Ministerstwo Rozwoju Regionalnego RCz) rozszerzyła listę wydatków niekwalifikowalnych o:**

**•wydatki na publikacje, o ile zawierają one nieodpłatne ogłoszenia i reklamy<sup>2</sup>.**

<sup>2</sup> Tj. jeżeli przedmiot ogłoszenia stanowi konkretna działalność gospodarcza (oferowanie konkretnych produktów i usług na rynku), którą można przyporządkować konkretnemu podmiotowi (bez względu na jego status prawny lub sposób finansowania). Wyjątek stanowią sytuacje, gdy przedmiotem ogłoszenia są konkretne produkty lub usługi, które są bezpośrednim celem projektu lub bezpośrednio przyczyniają się do realizacji celu projektu, pod warunkiem, że wszystkie instytucje, które w danym miejscu i czasie oferują przedmioty ogłoszenia, miały możliwość opublikowania ogłoszenia.



Rozporządzenie Komisji (WE) 1828/2006, Załącznik nr I Rozporządzenia, logo Programu oraz logo Unii Europejskiej dostępne są na naszej stronie internetowej [www.euroregion-silesia.pl](http://www.euroregion-silesia.pl) w dziale „POWT 2007-2013” w zakładce „Promocja Mikroprojektów”. Przykładowe rozmieszczenie logotypów na dokumencie przedstawiono na naszej stronie internetowej w dziale „POWT 2007-2013” w zakładce „Dokumenty” w pozycji PROMOCJA MIKROPROJEKTÓW w punkcie Podręcznik prezentacji wizualnej.

**W obowiązującym od dnia 01.01.2011r. Podręczniku Beneficjenta Mikroprojektu wersja 3 wprowadzono podrozdział dotyczący zasad promocji tj. 5.3.1 Zasady właściwego zapewnienia promocji, mianowicie:**

Wydatki na promocję są kwalifikowalne do dofinansowania z FS, jeżeli zostały one ujęte w budżecie projektu. Z tego względu wskazane jest, aby partner konsultował już na etapie przygotowywania wniosku projektowego obowiązki, jakie będzie musiał w zakresie promocji spełnić w przypadku przyznania dofinansowania, i wydatki na te działania ujął już w budżecie projektu.

**Promocja jest oceniana pod następującymi względami:**

- pod względem poszczególnych produktów projektu – przez produkt projektu rozumie się to, co służy do osiągnięcia celów projektu (np. wydana publikacja, mapa, impreza kulturalna, szkolenie, zbudowana infrastruktura, nabyte wyposażenie itp.). Projekt może mieć więcej produktów i w takim przypadku obowiązkowa promocja jest oceniana dla każdego oddzielnie. Celem jest ocena tego, czy opinia publiczna bądź uczestnicy imprezy byli poinformowani o źródłach finansowania danego produktu projektu a jeśli tak, czy informacje te spełniały wszelkie wymogi obowiązkowej promocji;
- pod względem poszczególnych środków (nośników) promocji – przez środek promocji rozumie się np. plakaty, ulotki, zaproszenia itp., tzn. przedmioty, których celem jest zwrócenie uwagi opinii publicznej oraz potencjalnych uczestników na dany projekt, ewent. jego produkty częściowe. Ocenia się, czy środki wykorzystane do promocji spełniają wszelkie wymogi obowiązkowej promocji;
- pod względem przedmiotów promocyjnych – przez przedmiot promocyjny rozumie się przedmioty, które z punktu widzenia realizacji celów projektu nie są niezbędne, ale ich wartość dodana polega na wzmocnieniu świadomości o projekcie. Do przedmiotów promocyjnych należą np. materiały piśmiennicze, koszulki i inne ubrania, torby, słodycze, itp. Ponownie ocenie podlega to, czy spełniają one wszelkie wymogi obowiązkowej promocji. W taki sam sposób jak przedmioty promocyjne ocenia się również prezenty, nagrody w konkursach itp.

**W przypadku braku spełnienia zasad promocji na danego partnera może zostać nałożona sankcja:**

- a) sankcja w przypadku braku spełnienia promocji dotyczącej konkretnego produktu projektu – uchybienie jest podzielone w zależności od jego powagi na 3 grupy i dla każdej grupy określa %, o który zmniejsza się wydatki poniesione bezpośrednio w związku z realizacją produktu<sup>3</sup>:
- całkowity brak promocji – wydatki obniża się o 10%
  - promocja jest niekompletna (nie spełnia wszystkich wymogów wymienionych w art. 9 Rozp. 1828/2006) – wydatki obniża się o 6%,
  - promocja jest niezgodna z przepisami (nie spełnia wymogów określonych w załączniku nr I. Rozporządzenia 1828/2006 i art. 8 (wielkość logo UE) – wydatki obniża się o 2%.
- b) sankcja w przypadku braku spełnienia promocji dla konkretnego środka promocji lub przedmiotu promocyjnego – uchybienie jest podzielone w zależności od jego powagi na 3 grupy i do każdej grupy określa %, o który zmniejsza się wydatki poniesione bezpośrednio w związku z realizacją danego środka promocji lub przedmiotu promocyjnego:
- całkowity brak promocji – wydatki obniża się o 100%
  - promocja jest niekompletna (tzn. nie spełnia wszystkich wymogów wymienionych w art. 9 Rozp. 1828/2006) – wydatki obniża się o 50%,
  - promocja jest niezgodna z przepisami (tzn. nie spełnia wymogów określonych w załączniku nr Rozporządzenia 1828/2006 i art. 8 (wielkość logo UE) – wydatki obniża się o 25%.

Jeżeli jakiś spośród środków promocji zostanie uszkodzony przez osobę trzecią, beneficjent ma obowiązek przywrócenia tego środka promocji do stanu pierwotnego na co najmniej okres trwałości projektu. IZ zaleca ubezpieczenie środków promocji w sposób standardowy od tego typu zdarzeń.

---

<sup>3</sup> Jeśli nie jest możliwe wydatków związanych z danym efektem jednoznacznie wydzielić, wymienioną stopę % stosuje się do łącznych wydatków kwalifikowalnych danego partnera.