



Regionální operační program Jihovýchod

Pravidla pro publicitu

Verze 1.5

Verze 1.5 Pravidel pro publicitu v rámci Regionálního operačního programu NUTS 2 Jihovýchod, schválená dne 16. 6. 2010, je účinná pro výzvy vyhlášené po tomto datu. Pro probíhající kontinuální výzvy je tato verze účinná od 16. 7. 2010.



Revize

Datum:	verze č./kapitola:	revize (stručný popis/ strana):	provedl:
2. 4. 2010	1.4 / 3	Doplněn přehled limitů na typy propagačních prostředků, doplněny informace k výpočtu celkového veř. příspěvku a dále informace k projektům, jež se skládají z několika samostatných stavebních celků.	K. Kurková
27. 5. 2010	1.4/ 3	Doplněn bod d) a e)	K. Kurková
27. 5.2010	1.4/ 5	Vypuštěna věta: Výška obrazového znaku ROP Jihovýchod je proto menší než u značky EU.	K. Kurková

Obsah

1	Povinnosti příjemce dotace z pohledu publicity	5
2	Obecné podmínky.....	9
3	Typy propagačních prostředků	11
3.1	Velkoplošné reklamní panely (billboardy)	11
3.2	Stálé vysvětlující tabulky (pamětní desky)	14
3.3	Plakáty	17
3.4	Inzerce	17
3.5	Informační materiály (brožury, letáky, oznámení, obaly na CD/DVD atp.)	17
3.6	Internetové stránky	18
3.7	Informační akce (konference, semináře, veletrhy, výstavy, soutěže atd.)	19
3.8	Tiskové zprávy	21
3.9	Propagační předměty.....	22
4	Grafické specifikace evropského symbolu	26
4.1	Barevná varianta.....	26
4.2	Černobílá varianta.....	27
4.3	Modrobílá varianta	27
4.4	Vlajka EU na barevném pozadí.....	27
4.5	Příklady nesprávného zobrazení evropského symbolu.....	28
4.6	Použití písma	29
5	Grafické specifikace logotypu ROP Jihovýchod.....	30
5.1	Značka	30
5.2	Typografie	37
5.3	Barevnost.....	38
6	Grafické specifikace logotypu Jihomoravského kraje.....	40
6.1	Barevné provedení loga – základní varianta.....	40



6.2	Barevné provedení loga – základní varianta centimetrové sítě	41
6.3	Barevné provedení loga – varianta na šířku	41
6.4	Barevné provedení loga – varianta na šířku v centimetrové sítě.....	41
6.5	Logo ve stupních šedé – základní varianta	42
6.6	Logo ve stupních šedé – varianta na šířku	42
6.7	Černobílé pozitivní a negativní provedení loga – základní varianta	43
6.8	Černobílé pozitivní a negativní provedení loga – varianta na šířku.....	43
6.9	Ochranná zóna loga.....	44
6.10	Minimální velikost loga	44
6.11	Základní písmo	45
6.12	Definice barev	46
6.13	Definice stupňů šedé	46
7	Grafické specifikace logotypu kraje Vysočina	47
7.1	Značka	47
7.2	Typografie	53
7.3	Barevnost.....	55



Úvod

Pravidla pro publicitu v rámci Regionálního operačního programu NUTS 2 Jihovýchod (ROP JV) přináší přehledné informace o požadavcích na propagaci projektů spolufinancovaných prostřednictvím ROP JV z Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF). Pravidla jsou také návodem k používání symbolu Evropské unie, logotypu ROP Jihovýchod, loga Jihomoravského kraje, kraje Vysočina a dalších náležitostí v této oblasti.

Součástí brožury je i základní grafický design pro tištěné a elektronické materiály sloužící k propagaci ROP JV.

1 Povinnosti příjemce dotace z pohledu publicity

Příjemce dotace odpovídá za informování veřejnosti o podpoře, kterou obdržel z fondů Evropské unie. Hlavním poselstvím je informace, že projekt byl realizován s finanční spoluúčastí EU, resp. Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF), a to prostřednictvím Regionálního operačního programu NUTS 2 Jihovýchod (zkráceně ROP Jihovýchod). Pro tento účel příjemce volí různé typy a kombinace propagačních prostředků (viz kapitola 3) dle velikosti a typu realizovaného projektu.

Pravidla publicity vycházejí z Nařízení Komise (ES) č. 1828/2006, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 1083/2006 ze dne 11. července 2006 o obecných ustanoveních týkajících se Evropského fondu pro regionální rozvoj, Evropského sociálního fondu a Fondu soudržnosti a k nařízení Evropského parlamentu a Rady (ES) č. 1080/2006 o Evropském fondu pro regionální rozvoj. Znění uvedených dokumentů jsou k dispozici na www.jihovychod.cz.

Přijetí finančních prostředků znamená pro příjemce rovněž souhlas s jeho uvedením v seznamu příjemců zveřejněném v souladu s čl. 7 odst. 2 písm. d) Nařízení Komise (ES) č. 1828/2006. Seznam příjemců obsahuje rovněž název operace a výši částky financování přidělené operacím z veřejných zdrojů.

Příjemce dává ve Smlouvě o poskytnutí dotace z ROP JV souhlas se zveřejněním informací v souladu se zákonem č. 106/1999 Sb., o svobodném přístupu k informacím, ve znění pozdějších předpisů pro informace v tomto rozsahu:

- jméno / název / obchodní firma a adresa trvalého bydliště / sídla;
- stručný popis projektu, monitorovací ukazatele a jejich hodnoty před a po realizaci projektu;
- celkové náklady projektu;
- celkové způsobilé výdaje projektu;
- výše příspěvku ze strukturálních fondů a z národních veřejných zdrojů.

Příjemce je povinen předložit řídicímu orgánu obrazovou dokumentaci (např. grafický náčrt stavby) před realizací projektu, v průběhu realizace projektu a po ukončení projektu. Obrazovou dokumentaci před realizací projektu příjemce předá při podpisu smlouvy, ostatní dokumentaci v rámci monitorovacích zpráv k projektu.

Realizátor je zavázán dodržovat pravidla týkající se grafických norem, časových limitů, musí zvážit také vhodnost umístění propagačních materiálů, četnost, velikost a formu jednotlivých nástrojů publicity.

Náklady na publicitu jsou financovatelné v rámci způsobilých výdajů projektu, pokud to dané opatření umožňuje. Pokud tyto náklady nejsou zahrnuty v položce způsobilých výdajů či převyšují daný rámec, tyto náklady si bude žadatel hradit z vlastních zdrojů.

Veškeré aktivity a propagační prostředky v rámci publicity jsou způsobilými výdaji do výše limitu daného těmito Pravidly. Výše finančních prostředků určených na zajištění publicity musí být uvedena v rozpočtu projektu. Pokud by subjekt (podnik ve smyslu čl. 87 odst. 1 Smlouvy o ES) využíval dotaci ke svým reklamním účelům, pak by opatření mohlo být považováno za provozní podporu, neboť by mu umožňovalo snížit náklady, které by jinak byl nucen nést sám (náklady na tisk propagačních materiálů).

Tab. 1: Přehled limitů na typy propagačních prostředků (s výjimkou oblasti podpory 2.2)

Typ propagačního prostředku	Maximální částka dotace	Povinnost u projektu nad 500 tis. € veřejného příspěvku	Povinnost u projektu pod 500 tis. € veřejného příspěvku
Velkoplošné reklamní panely (billboardy) - cena za 1 ks	30 000	ANO	NE
Stálé vysvětlující tabulky (pamětní desky) - cena za 1 ks	30 000	ANO	ANO
Plakáty – s výjimkou publicity vozidel pořízených z dotace	8 000	NE	NE
Inzerce	5 000	NE	NE
Informační materiály (brožury, letáky, oznámení, obaly na CD/DVD atp.)	12 000	NE	NE
Internetové stránky	6 000	NE	NE
Informační akce (konference, semináře, veletrhy, výstavy, soutěže atd.)	4 000	NE	NE
Tiskové zprávy	0	NE	NE
Propagační předměty	5 000	NE	NE
Celkem (při 1 ks billboardu a stálé vysvětlující tabulky)	100 000	NE	NE

Způsobilost výdajů na publicitu u projektů zakládajících veřejnou podporu je omezena pravidly pro Nařízení komise (ES) 1628/2006 o použití článků 87 a 88 Smlouvy, na vnitrostátní regionální investiční podporu. **U projektů zakládajících veřejnou podporu podle blokové výjimky pro vnitrostátní regionální investiční podporu jsou způsobilé pouze investiční výdaje.**

Způsobilé výdaje na publicitu musí být přiměřené rozsahu projektu. Zároveň musí být výdaje adekvátní ke zvolené formě publicity a předpokládanému dopadu na cílové skupiny projektu. Informační a prezentační materiály musí prezentovat daný projekt, tzn. je v nich například uveden název projektu, jeho zaměření, výše poskytnuté dotace, cíl projektu a další projektové údaje. Informační a prezentační materiály dle těchto Pravidel nejsou určeny k marketingové prezentaci subjektu předkládajícího daný projekt.

Příjemce podpory je povinen uchovat veškeré doklady (včetně fotodokumentace) související s propagací pro potřeby kontroly dodržování podmínek informačních a publikačních opatření souvisejících s pomocí ze strukturálních fondů. O provedených opatřeních v oblasti publicity je příjemce povinen informovat v monitorovacích zprávách. V případě, že požadavky na publicitu ROP JV nebudou ze strany žadatele řádně splněny, může poskytovatel finanční podpory nárokovat vrácení části dotace.



2 Obecné podmínky

Následující obecné podmínky platí pro všechny informační a propagační výstupy projektů. Při přípravě informačních a propagačních výstupů (viz kap. 3) je tato kapitola stěžejní a doporučujeme její pečlivé prostudování.

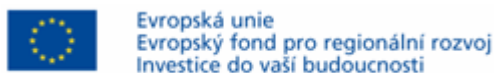
Nařízení komise (ES) č. 1828/2006 z 8. 12. 2006, kapitola I, článek 8 stanovuje odpovědnost příjemců v oblasti informačních a propagačních opatření pro veřejnost.

Nařízení komise (ES) č. 1828/2006 z 8. 12. 2006, kapitola I, článek 9 stanoví technické vlastnosti informačních a propagačních opatření k operaci. Veškerá informační a propagační opatření zaměřená na příjemce, možné příjemce a veřejnost zahrnují tyto povinné údaje:

- a) symbol Evropské unie v souladu s grafickými normami (http://europa.eu/abc/symbols/emblem/graphics1_cs.htm) a **odkaz** na Evropskou unii, čímž se rozumí slovní spojení Evropská unie;
- b) odkaz na příslušný fond - v případě ERDF: Evropský fond pro regionální rozvoj;
- c) prohlášení zdůrazňující přínos intervence Společenství: Investice do vaší budoucnosti.

Pokud jde o malé propagační předměty, body b) a c) se nepoužijí, stejně jako v případech, kde užití textů by nebylo vhodné a v případech nepřiměřené technologické náročnosti.

Pro větší přehlednost předkládáme grafické řešení požadovaných „**tří vět**“ ve spojení s vlajkou EU:



Propagační materiál musí rovněž obsahovat zobrazení logotypu ROP Jihovýchod dle jeho grafického manuálu – viz kapitola 5, příp. www.jihovychod.cz.

Není-li stanoven minimální rozměr, platí, že symbol EU i logotyp ROP Jihovýchod musí být viditelné a text čitelný.

Symbol Evropské unie, stejně jako logotyp ROP Jihovýchod, nesmí být menší než ostatní zobrazené symboly. Písmena použitá pro uvedení spoluúčasti EU nesmí být menší než písmena pro národní, resp. projektové údaje, typ písma může být jiný.

Symbolu EU, stejně jako logotypu ROP Jihovýchod, lze použít pouze na zajištění publicity spojené s projektem realizovaným z prostředků ROP JV, resp. Evropského fondu pro regionální rozvoj. Jiné využití obou symbolů je nepřipustné.

Příjemce je dále povinen na všech informačních a propagačních materiálech projektu uvádět rovněž logo příslušného kraje, na jehož území je projekt realizován, tzn. logo Jihomoravského kraje v souladu se zásadami uvedenými na www.kr-jihomoravsky.cz nebo logo kraje Vysočina viz www.kr-vysocina.cz. Tato povinnost se týká projektů, jimž byly poskytnuty finanční prostředky na realizaci projektu z krajských rozpočtů. V případě, že struktura financování vašeho projektu nepočítá se spolufinancováním z krajských rozpočtů, loga krajů neuvádějte. Stručné shrnutí těchto pravidel je uvedeno i v kapitolách 6 a 7 této příručky.

3 Typy propagačních prostředků

Příjemci, kteří obdrží podporu z ROP JV, si mohou kromě velkoplošných reklamních panelů a stále vysvětlující tabulky (jso-li relevantní), vybrat z dalších prostředků publicity ještě ty, které nejlépe odpovídají charakteru realizovaného projektu.

Pokud projekt obdrží finanční prostředky z ROP JV, příjemce je povinen zajistit, aby byly subjekty účastníci se aktivit projektu a podílejší se na realizaci projektu o těchto finančních prostředcích informovány. Jakýkoli dokument, včetně potvrzení o účasti nebo jakékoli jiné potvrzení týkající se takové operace, musí obsahovat prohlášení, že projekt byl spolufinancován ERDF prostřednictvím ROP JV.

Specifickou výjimku tvoří výstupy řídicího orgánu (Regionální rady regionu soudržnosti Jihovýchod). Jedná se zejména o materiály typu interních směrnic, vyjádření, dopisních hlavičkových papírů, vizitek apod., které primárně neslouží k informování o spolufinancování projektu z prostředků EU a proto u nich není vyžadováno dodržení podmínek dle kapitoly 2 Obecné podmínky. Nicméně u materiálů tohoto typu je nutné uvádět logo ROP Jihovýchod či Regionální rady regionu soudržnosti Jihovýchod a symbol EU.

3.1 Velkoplošné reklamní panely (billboardy)

Pokud celkový veřejný příspěvek na projekt překročil 500 000 EUR a projekt spočívá ve financování infrastruktury nebo stavebních prací, **příjemce je povinen** během realizace umístit v místě realizace projektu velkoplošný reklamní panel. Příjemce může využít této formy publicity svého projektu i v případě, že projekt neodpovídá uvedeným podmínkám.

Pro výpočet celkového veřejného příspěvku (zda je vyšší nebo nižší než 500 000 EUR) použije žadatel kurz platný v době podpisu Smlouvy o poskytnutí dotace (resp. kurz platný v době nabytí platnosti Smlouvy). Pokud by se žadatel při výpočtu přiblížil stanovené hranici na méně než 5%, řídicí orgán doporučuje zrealizovat veškeré požadavky na publicitu stejně jako by této hranice dosáhl.

Nařízení neupravuje velikost ani počet billboardů. Doporučeným rozměrem je standardní euroformát 5,1 x 2,4 m. Velikost i počet velkoplošných reklamních panelů musí odpovídat velikosti akce (min. 2 x 2 m). Billboardy obsahují tyto informace:

- a) symbol Evropské unie v souladu s grafickými normami (viz http://europa.eu/abc/symbols/emblem/graphics1_cs.htm) a odkaz na Evropskou unii;
- b) odkaz na příslušný fond: Evropský fond pro regionální rozvoj;
- c) prohlášení: Investice do vaší budoucnosti.
- d) logotyp ROP Jihovýchod v souladu s grafickým manuálem (viz obrazová příloha a www.jihovychod.cz);
- e) doplňkový text „Tento projekt je spolufinancován Evropskou unií“

Uvedené informace v bodě a) až e) zabírají nejméně 25 % panelu. Výjimku tvoří billboard v případě, kdy je cílovou aktivitou projektu v oblasti podpory 2.2 Rozvoj služeb v cestovním ruchu. V tomto případě nemusí povinné informace publicity projektu dosahovat 25 % plochy billboardu. Informace však musí zabírat min. 15 % plochy, zároveň však musí být dobře viditelné a jasně čitelné. Příjemce má povinnost zkonzultovat grafické návrhy billboardů s Oddělením publicity a technické pomoci. Návrhy mohou být předávány prostřednictvím elektronické pošty. V případě, že žadatel návrh billboardu nezkonzultuje, nemusí mu být způsobilé výdaje spojené s tímto projektem proplaceny.

Billboard musí dále obsahovat:

- logo příslušného kraje, na jehož území je projekt realizován, pokud struktura financování vašeho projektu obsahuje finanční prostředky z krajského rozpočtu

Doporučujeme uvést i další, volitelné informace, např.: název projektu, druh projektu (tj. bližší popis jako např. výstavba obchvatu, rozšíření silnice, regenerace průmyslové zóny...), investor, zhotovitel, projektant, termín realizace, avšak přiměřeně velikosti plochy a projektu.

Doporučujeme, aby obrazová část billboardu se týkala uvedeného projektu a barva pozadí textové části korespondovala s barvami jednotlivých prioritních os v ROP Jihovýchod:

- tmavomodrá – prioritní osa 1 Dostupnost dopravy;
- zelená – prioritní osa 2 Rozvoj udržitelného cestovního ruchu;

- žlutá – prioritní osa 3 Udržitelný rozvoj měst a venkovských sídel.

Tyto tři základní barvy jsou blíže charakterizovány v kapitole 5.3 Barevnost (logotyp ROP Jihovýchod).

Příklad návrhu velkoplošného reklamního panelu pro prioritní osu 1 Dostupnost dopravy

<p>NÁZEV PROJEKTU: II/353 BOHDALOV – OBCHVAT VÝSTAVBA / REKONSTRUKCE OBCHVATU</p> <p>TERMÍN REALIZACE: 10/2007 – 08/2009</p> <p>INVESTOR: Vysočina</p> <p>ZHOTOVITEL: Colas CZ, a.s.</p> <p>PROJEKTANT: Profí Jihlava, spol. s r.o.</p>	
<p style="text-align: center;">    </p>	
<p> Evropská unie Evropský fond pro regionální rozvoj Investice do vaší budoucnosti</p>	<p style="text-align: center;">  ROP Jihovýchod </p> <p style="text-align: right;">Tento projekt je spolufinancován Evropskou unií</p>

Velkoplošný reklamní panel je třeba umístit bezprostředně po zahájení fyzické realizace projektu. V případě, že fyzická realizace projektu byla zahájena již před podáním žádosti o dotaci, je nutno reklamní panel umístit bezprostředně po podpisu Smlouvy o poskytnutí dotace. Panel musí být zachován po celou dobu průběhu realizace projektu. Nejpozději do šesti měsíců po dokončení operace příjemce nahradí velkoplošný reklamní panel stálou vysvětlující tabulkou (pamětní deskou viz 3.2).

V případě projektů, jež se skládají z několika samostatných stavebních celků (úseků) mezi nimiž není vzájemná viditelnost, je nutné v rámci zajištění povinné publicity realizovat velkoplošný reklamní panel (billboard) v rámci každého samostatného stavebního celku a to vždy na obou jeho koncích tj. na začátku a na konci každého samostatného stavebního úseku.

V případě projektů, jež se skládají z několika samostatných stavebních celků, současně však vytvářejí uzavřený urbanistický celek např. lázeňský, sportovní nebo rekreační areál, není nutné v rámci zajištění

povinné publicity realizovat velkoplošný reklamní panel (billboard) v rámci každého samostatného stavebního celku resp. je dostačující realizace jednoho kusu velkoplošného reklamního panelu (billboardu).

3.2 Stálé vysvětlující tabulky (pamětní desky)

Příjemce je povinen vyvěsit dobře viditelnou a dostatečně velkou stálou vysvětlující tabulku v případě, že celkový veřejný příspěvek na operaci překročil 500 000 EUR a operace spočívá v nákupu hmotného předmětu nebo ve financování infrastruktury nebo stavebních prací.

Příjemce může využít této formy publicity svého projektu i v případech, kdy projekt neodpovídá uvedeným podmínkám.

Příjemce musí využít této formy publicity svého projektu i v případech, kdy projekt neodpovídá uvedeným podmínkám, s výjimkou oblasti podpory 2.2.

Pro výpočet celkového veřejného příspěvku (zda je vyšší nebo nižší než 500 000 EUR) použije žadatel kurz platný v době podpisu Smlouvy o poskytnutí dotace (resp. kurz platný v době nabytí platnosti Smlouvy). Pokud by se žadatel při výpočtu přiblížil stanovené hranici na méně než 5%, řídicí orgán doporučuje zrealizovat veškeré požadavky na publicitu stejně jako by této hranice dosáhl.

Na tabulce je uveden:

- symbol Evropské unie v souladu s grafickými normami (viz http://europa.eu/abc/symbols/emblem/graphics1_cs.htm) a odkaz na Evropskou unii;
- odkaz na ERDF: Evropský fond pro regionální rozvoj;
- prohlášení: Investice do vaší budoucnosti;
- druh a název operace.

Tato informace zabírá nejméně 25 % tabulky.

Pamětní deska dále musí obsahovat:

- logotyp ROP Jihovýchod v souladu s grafickým manuálem (viz obrazová příloha a www.jihovychod.cz).
- logo příslušného kraje, na jehož území je projekt realizován.

Pamětní deska musí mít trvanlivou formu, doporučenými materiály jsou např. leštěný kámen, sklo, bronz apod. Minimální velikost pamětní desky je 300 x 400 mm.

Tabulka je umístěna bezprostředně po odstranění velkoplošného reklamního panelu, nejpozději do šesti měsíců po dokončení operace a visí nejméně po dobu udržitelnosti projektu, tj. pět let od ukončení realizace projektu. Pamětní desky se umísťují dostatečně viditelně na místech, která jsou nejvíce přístupná široké veřejnosti (hlavní vchod budovy, příjezdová komunikace atp.).

V případě projektů, jež se skládají z několika samostatných stavebních celků (úseků) mezi nimiž není vzájemná viditelnost, je nutné v rámci zajištění povinné publicity realizovat stálou vysvětlující tabulku v rámci každého samostatného stavebního celku.

V případě projektů, jež se skládají z několika samostatných stavebních celků, současně však vytvářejí uzavřený urbanistický celek např. lázeňský, sportovní nebo rekreační areál, není nutné v rámci zajištění povinné publicity realizovat stálou vysvětlující tabulku v rámci každého samostatného stavebního celku.

Grafický návrh stálé vysvětlující tabulky (pamětní desky)



Evropská unie
Evropský fond pro regionální rozvoj
Investice do vaší budoucnosti

Tento projekt
II/353 BOHDALOV – OBCHVAT
VÝSTAVBA / REKONSTRUKCE OBCHVATU
je spolufinancován Evropskou unií



ROP
Jihovýchod



Jihomoravský kraj

3.3 Plakáty

Velikost plakátu musí být minimálně A4. Rovněž u plakátu platí věnovat minimálně 25 % plochy údajům o spolufinancování projektu z prostředků EU – viz kapitola 2 Obecné podmínky.

Informuje-li plakát o nákupu hmotné investice, je umístěn na tuto investici nebo v její blízkosti (např. na stěnu či zavěšený na strop nad příslušné zařízení), příp. na jiném viditelném a odpovídajícím místě v sídle příjemce.

Aplikace prvků publicity u projektů, jejichž předmět spočívá v pořízení kolejových, drážních, speciálních (hasičské vozy, vozy záchranné služby, apod.) či jiných vozidel, podléhá režimu úzké komunikace s Oddělením publicity a technické pomoci, ÚRR Jihovýchod. V těchto případech, je vzhledem k daným technickým normám vždy nutné individuálně optimalizovat technické řešení povinné publicity.

3.4 Inzerce

Součástí inzerátu musí být část věnovaná informaci o spoluúčasti EU: logotyp ROP Jihovýchod, symbol EU, „tři větvy“ a logotyp příslušného kraje za dodržení požadavků v kapitole 2 Obecné podmínky.

3.5 Informační materiály (brožury, letáky, oznámení, obaly na CD/DVD atp.)

Všechny materiály informující o realizovaném projektu z prostředků EU (brožury, letáky, skládačky, oznámení atd.) musí obsahovat symbol EU, „tři větvy“, logotyp ROP Jihovýchod a logotyp příslušného kraje, na jehož území je projekt realizován. To vše za dodržení požadavků v kapitole 2 Obecné podmínky.

Informace o spolufinancování EU musí být umístěna viditelně minimálně na titulní straně letáku, přední straně obalu brožury. Informace lze umístit rovněž na zadní stranu obalu brožury. Vhodné je i umístění nápisu Neprodejné do tiráže či na zadní stranu brožury.

Ukázka obálky brožury



3.6 Internetové stránky

Internetové stránky musí obsahovat viditelně uvedené informace o spolufinancování projektu Evropskou unií (symbol EU, „tři větvy“, logotyp ROP Jihovýchod a logotyp příslušného kraje, na jehož území je projekt realizován) s dodržáním požadavků uvedených v kapitole 2 Obecné podmínky.

Internetová prezentace slouží k informování široké veřejnosti o realizovaném projektu spolufinancovaného z prostředků EU prostřednictvím ROP JV. Na internetových stránkách musí být viditelně uvedena (např. v hlavním menu internetových stránek nebo v zápatí stránek) informace o spolufinancování projektu Evropskou unií (uvedením povinných údajů ve formě základního, případně

dekorativního provedení informačního banneru, a to takovým způsobem, aby logo a symbol byly viditelné a text čitelný.

Toto informační opatření je nutné použít jednak u projektů, jejichž výsledkem jsou přímo webové stránky, ale také v případech, kdy webové stránky hrají pouze roli nástroje publicity (např. informace o projektu, apod.)

V případě, že budou internetové stránky součástí širší informační kampaně, je způsobilým výdajem pouze poměrná část zaměřená na realizovaný projekt a jeho výstupy.

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

Při informačních akcích souvisejících s realizací projektu spolufinancovaného prostřednictvím ROP JV z ERDF, jako jsou např. konference, semináře, veletrhy, výstavy, soutěže apod., musí realizátoři zřetelně poukázat na spoluúčasť EU umístěním symbolu EU, ROP Jihovýchod a příslušného kraje v podobě vlajek nebo přířezu grafického panelu s logotypy uvedených institucí v jednacích sálech. Na dokumentech spojených s touto akcí, jako jsou např. pozvánky, prezenční listiny, musí být rovněž symbol EU, „tři větvy“, logotyp ROP Jihovýchod a logotyp příslušného kraje
Nezapomeňte fotodokumentaci doložit splnění pravidel publicity!




3.8 Tiskové zprávy

Tiskové zprávy a informace zaměřené na média (tisk, rozhlas a televizi) s příslušnými odkazy na podíl spolufinancování z EU jsou užitečným prostředkem pro oslovení široké veřejnosti. Součástí tiskové zprávy musí být informace požadované v kapitole 2 Obecné podmínky.

Povinnost uvádět informace dle kapitoly 2 Obecné podmínky je závazná pouze pro vydavatele tiskové zprávy (příjemce dotace). Při přebírání informací nemají mediální redakce za povinnost dodržovat tato pravidla publicity.

Náklady na vydávání tiskových zpráv, nejsou způsobilým výdajem.



Regionální rada
regionu soudržnosti
Jihovýchod

Tisková zpráva 1


Úřad Regionální rady
regionu soudržnosti Jihovýchod
Kounicova 13, 602 00 Brno
www.jihovýchod.cz 2

Tisková zpráva Úřadu Regionální rady


Text tiskové zprávy Úřadu Regionální rady regionu soudržnosti Jihovýchod o tvorbě marketingových strategií a strategií perspektivních a konkurenceschopných forem cestovního ruchu regionálního významu podpora a propagace specifických produktů v cestovního ruchu kulturní akce s dlouhodobým a významným regionálním dopadem tvorba místních a regionálních systémů informování turistů o přírodních a kulturních zajímavostech rozvoj informačních systémů cestovního ruchu a míst s veřejně přístupným internetem využívaných návštěvníky regionu rozvoj organizace a řízení cestovního ruchu podpora marketingových a informačních kampaní zaměřených na propagaci regionu jako jedinečné turistické destinace a s tím spojená tvorba nových vícejazyčných listových, elektronických a digitálních propagačních materiálů a předmětů, výstavba a technické zhodnocení turistické infrastruktury (např.: kongresových či lázeňských center, sportovních.

5 Rekreačních zařízení vč. infrastruktury pro rekreační plavbu, skanzenů, turistických informačních center pro turisty (aj. ubytovacích a stravovacích zařízení s přítmou vazbou na cestovní ruch (samostatná stravovací zařízení nebudou podporována); rekonstrukce, modernizace a zpřístupnění památek regionálního významu pro potřeby ČR (kulturní i technické památky) včetně nezbytné doprovodné infrastruktury (značení, sociální zařízení, mobiliář, odpadňvadla aj.); značení, opravy a úpravy cyklotras (které netvoří komunikace II. a III. třídy), výstavbu a rekonstrukce turistických tras pro pěší a lyžaře, naučných stezek včetně doplňkového zařízení, výstavbu hiposlezek a doprovodné infrastruktury (např. úvaziště); výstavba, oprava, rekonstrukce přístupových komunikací, které netvoří komunikace II. a III. třídy k turisticky využitelným objektům.

Text tiskové zprávy Úřadu Regionální rady regionu soudržnosti Jihovýchod o tvorbě marketingových strategií a strategií perspektivních a konkurenceschopných forem cestovního ruchu regionálního významu podpora a propagace specifických produktů v cestovního ruchu kulturní akce s dlouhodobým a významným regionálním dopadem tvorba místních a regionálních systémů informování turistů o přírodních a kulturních zajímavostech rozvoj informačních systémů cestovního ruchu a míst s veřejně přístupným internetem využívaných návštěvníky regionu rozvoj organizace a řízení cestovního ruchu podpora marketingových a informačních kampaní zaměřených na propagaci regionu jako jedinečné turistické destinace a s tím spojená tvorba nových vícejazyčných listových, elektronických a digitálních propagačních materiálů a předmětů, výstavba a technické zhodnocení turistické infrastruktury (např.: kongresových či lázeňských center).



DNE: 3 STRANA ČÍSLO:



Evropská unie
Evropský fond pro regionální rozvoj
Investice do vaší budoucnosti 4

3.9 Propagační předměty

Propagační předměty lze pojmout jako doplnění prostředků publicity. Musí obsahovat symbol EU s odkazem na EU, logotyp ROP Jihovýchod a logotyp kraje. Ostatní text (zbývající „dvě věty“) malé propagační předměty obsahovat nemusí.

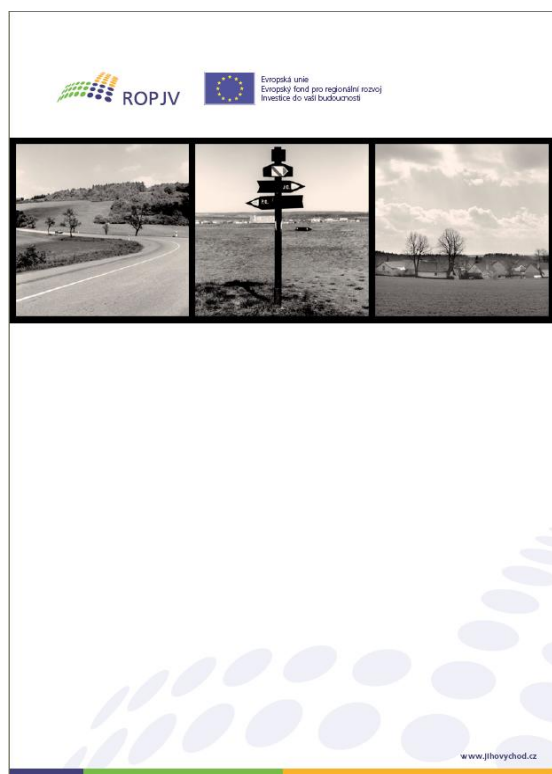
Propagační předměty mají obecně pouze doplňkový resp. podpůrný charakter ve vztahu k výše uvedeným informačním prostředkům publicity a slouží tak především k posílení pozitivního vztahu

veřejnosti k Evropské unii v kontextu realizovaného projektu. Jejich propagační efektivita je v porovnání s ostatními typy propagace nízká, a proto by podíl propagačních předmětů na publicitě projektu měl zůstat co nejnižší.

Příklady propagačních předmětů Regionální rady regionu soudržnosti Jihovýchod



propisovací tužka



blok

hrnek



taška



Obrazová příloha



4 Grafické specifikace evropského symbolu

Symbolicky představuje kruh dvanácti zlatých pěticípých hvězd na pozadí modré oblohy jednotu národů Evropy. Znak má tvar modré obdélníkové vlajky, jejíž délka představuje jeden a půl 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. Počet hvězd je pevně stanoven.

Informace o správném užití evropského znaku obsahuje grafická příručka na internetových stránkách Evropské unie: http://europa.eu/abc/symbols/emblem/graphics1_cs.htm

Vlajka EU v různých variantách ke stažení: http://europa.eu/abc/symbols/emblem/download_cs.htm

4.1 Barevná varianta



Barevnost symbolu EU:

Modrá:

přímá barva: PANTONE REFLEX BLUE

CMYK: C 100 %, M 80 %, Y 0 %, K 0 % (100 % Process Cyan + 80 % Process Magenta)

žlutá:

přímá barva: PANTONE YELLOW

CMYK: C 0 %, M 0 %, Y 100 %, K 0% (100 % Process Yellow)

4.2 Černobílá varianta



Při užití černé barvy je třeba ohraničit obdélník černě a vytisknout hvězdy černě na bílém pozadí.

4.3 Modrobílá varianta



Další varianta evropského symbolu – bílé hvězdy na modrém poli (modrá odpovídá PANTONE REFLEX BLUE).

4.4 Vlajka EU na barevném pozadí



Evropský znak by měl být pokud možno vytištěn na bílém pozadí. Vícebarevná pozadí nejsou vhodná. Musí-li být vícebarevné pozadí použito, je třeba vlajku ohraničit proužkem o tloušťce rovnající se 1/25 výšky obdélníka.

4.5 Příklady nesprávného zobrazení evropského symbolu

1. Znak je zobrazen obráceně:



2. Hvězdy mají špatnou orientaci:



3. Hvězdy jsou v kruhu rozmístěny nesprávně; správné je jejich rozmístění jako hodin na ciferníku:



4.6 Použití písma

Písmo – trebuchet

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789!?,@”&%()

Písmo Trebuchet MS Normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789!?,@”&%()

Písmo Trebuchet MS Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789!?,@”&%()

Písmo Trebuchet MS Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789!?,@”&%()

Písmo Trebuchet MS Bold Italic

5 Grafické specifikace logotypu ROP Jihovýchod

5.1 Značka

Obrazový znak tvarově i barevně reflektuje stávající značky kraje Vysočina a Jihomoravského kraje, tvořící region Jihovýchod. Stylizovanou grafickou formou zobrazuje města a vesnice regionu, společně vytvářející dynamický znak – šipku směřující na jihovýchod.

Značka ROP Jihovýchod je základním provedením značky a je složena z obrazového znaku a logotypu. Musí být používána výhradně v originálním tvaru, proporcích a předepsané barevnosti.



Logotypem je dvouřádkový název tvořený zkratkou ROP Jihovýchod. Logotyp je vysazen z písma Frutiger (Frutiger Roman) v tmavomodré barvě.

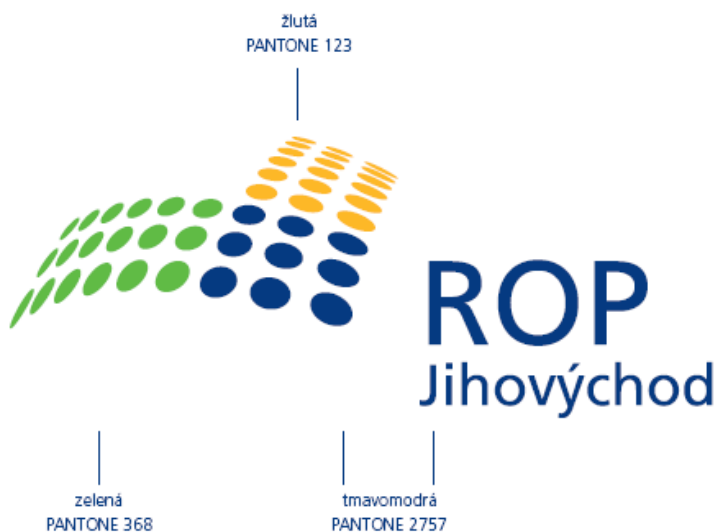
Základní barevné provedení značky

Základním provedením značky je zobrazená tříbarevná podoba umístěná na bílém poli. Základními barvami značky jsou:

tmavomodrá – PANTONE 2757 C/U

zelená – PANTONE 368 C/U

žlutá – PANTONE 123 C/U



Inverzní barevná podoba značky neexistuje. Na barevné plochy v základních a doplňkových firemních barvách lze aplikovat pouze její jednobarevnou – bílou podobu.

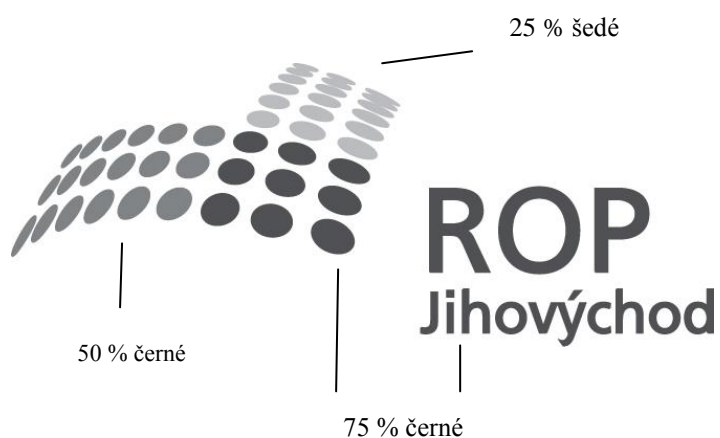
Varianta základního provedení značky

Další povolenou variantou základního provedení značky je obrazový znak s třířádkovým logotypem Regionální operační program NUTS 2 Jihovýchod. Barevnost této varianty je identická s barevností základního provedení.



Polotónové provedení značky

V černobílém tisku a v případech, kdy není z technických důvodů možné aplikovat značku barevně, lze použít její polotónové provedení, kdy jednotlivé barvy odpovídají předepsaným procentům černé barvy – platí pro obě varianty značky. Negativní provedení polotónové podoby značek není povoleno.



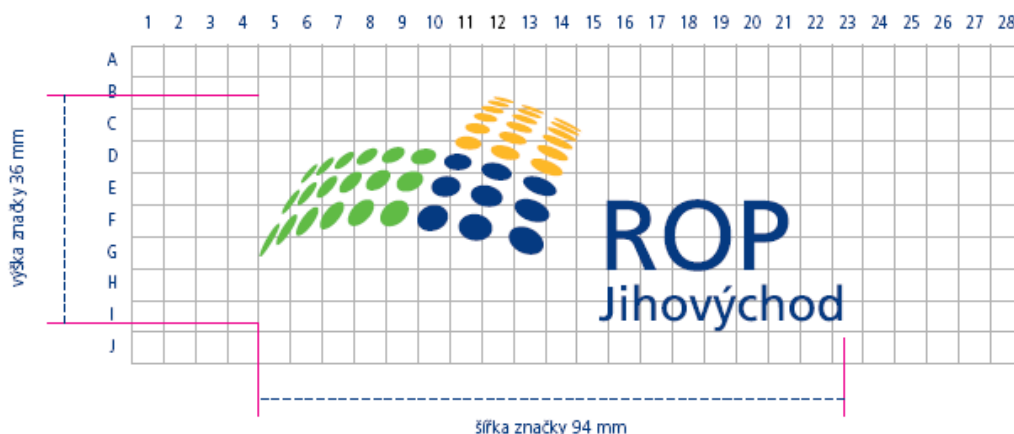
Černobílé provedení značky

V černobílém tisku a v případě, kdy není z technických důvodů možné aplikovat značku barevně, používá se její černobílé provedení prioritně ve svém pozitivním a pouze okrajově v negativním provedení.



Grafická definice značky

Rozkreslení značky v konstrukční síti definuje umístění všech grafických prvků a jejich vzájemné poměry. Tento rozkres na čtvercové síti 5 x 5 mm není podkladem pro její konstrukci. Slouží k ověření přesnosti reprodukce při prostorových aplikacích, zejména při velkém zvětšení.



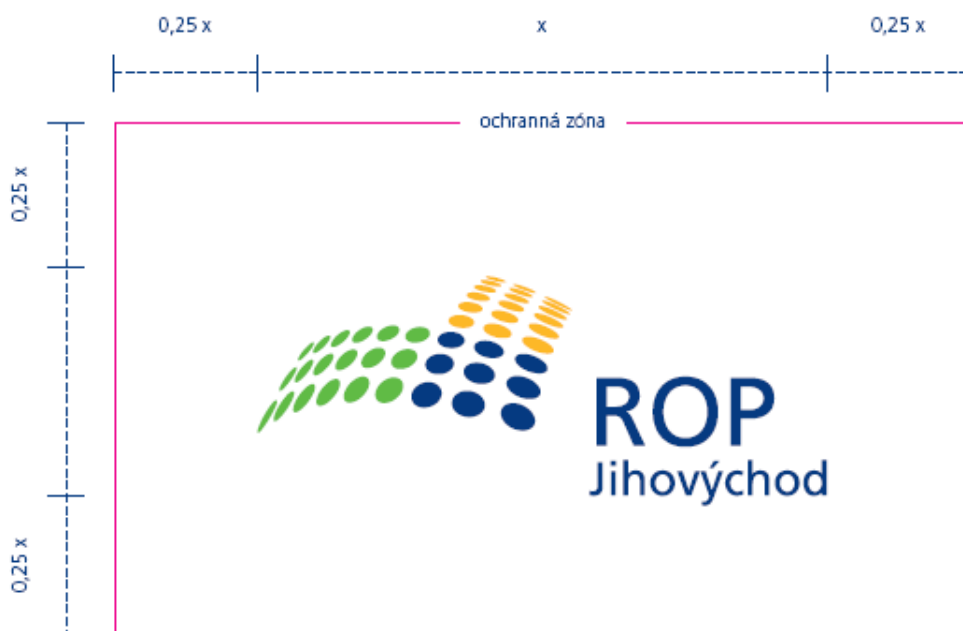
Velikosti a proporce jednotlivých prvků jsou kodifikovány poměrovou jednotkou x , která se rovná šířce obrazového znaku.



Značka je definována svou datovou podobou ve vektorových počítačových formátech a slouží jako výhradní zdroj pro práci se značkou. Digitální podklady pro reprodukci značky jsou uloženy na CD ve všech běžných formátech a jsou k dispozici na obou pracovištích Úřadu Regionální rady regionu soudržnosti Jihovýchod v Brně i v Jihlavě. Základní formáty značky jsou k dispozici ke stažení na www.jihovýchod.cz.

Ochranná zóna značky

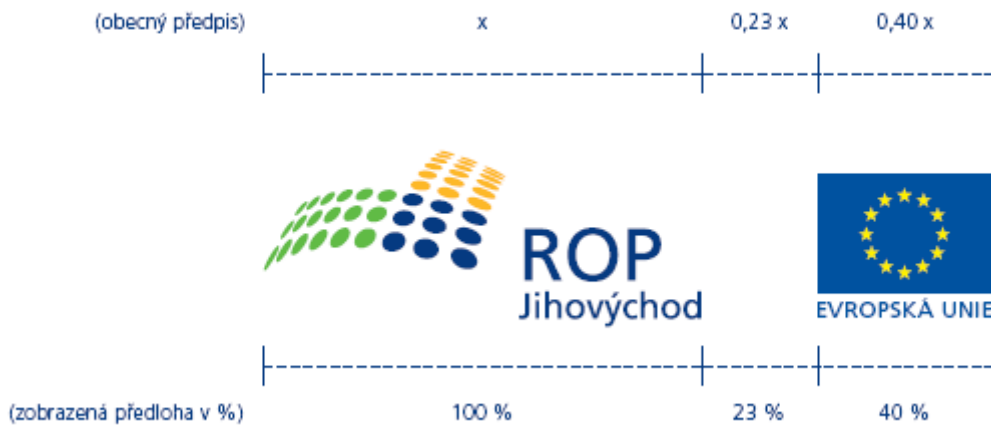
Ochranná zóna je minimální velikost pole, do něhož nesmí zasahovat žádné další grafické prvky – například texty, fotografie, ilustrace, další značky atd. Je kodifikována poměrovou jednotkou x , která se zde rovná šířce celé značky.



Pravidla společného zobrazování značky se symbolem EU

Proporce společného zobrazování značky ROP Jihovýchod se symbolem EU jsou kodifikovány poměrovou jednotkou x , která se rovná šířce značky ROP Jihovýchod. Vzájemný poměr velikostí obou značek je bezpodmínečně nutné dodržet, značka EU nesmí být menší než ostatní zobrazené značky (např. logotypy partnerů projektu atd.). Šířku obrazového znaku ROP Jihovýchod určuje jeho tvarová odlišnost a optická vyváženost obou značek.

Barevnost symbolu EU viz kapitola 4.1



V případě společného jednobarevného zobrazování jsou obě značky modré s tím, že společnou barvou je modrá barva symbolu EU. Jedná se o jedinou výjimku pro barevné zobrazování značky ROP Jihovýchod.



5.2 Typografie

Základním písmem designu ROP Jihovýchod je písmo Frutiger ve všech zobrazených řezech, včetně kondenzovaných verzí.

Jedná se o bezserifové písmo, které je i v nejmenších stupních dobře čitelné, s elegantní kresbou písmových znaků, univerzálně použitelné. Je určeno pro všechny druhy tiskovin i pro speciální a prostorové aplikace. Všechny řezy písma je zakázáno rozšiřovat, zužovat či jinak modifikovat.

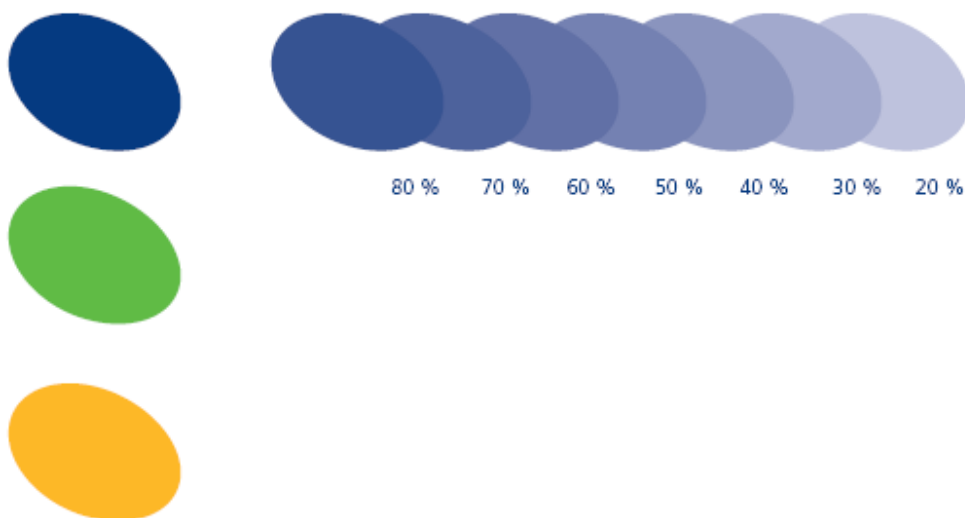
Verzálkové texty je doporučeno podle potřeby prostrkávat, zejména v tučnějších řezech.

Frutiger Light	ABCDabcd1234
Frutiger Light Condensed	ABCDabcd1234
Frutiger Roman	ABCDabcd1234
Frutiger Condensed	ABCDabcd1234
Frutiger Bold	ABCDabcd1234
Frutiger Bold Condensed	ABCDabcd1234
Frutiger Light Italic	<i>ABCDabcd1234</i>
Frutiger Italic	<i>ABCDabcd1234</i>
Frutiger Bold Italic	<i>ABCDabcd1234</i>

5.3 Barevnost

Základní a doplňkové barvy

Důsledné uplatňování barevnosti významným způsobem dotváří vizuální identitu. Základními barvami ROP JV jsou tmavomodrá, zelená a žlutá barva.



Pro tisk přímými barvami jsou barvy definovány podle vzorníku PANTONE, pro soutiskové provedení ve stupnici CMYK. Barevné odstíny nátěrových hmot, samolepicích fólií a dalších materiálů musí být identické s předepsanými barvami:

Tmavomodrá

přímá barva: PANTONE 2757 C/U

soutisková barva (CMYK): C 100, M 79, Y 0, K 27

Zelená:

přímá barva: PANTONE 368 C/U

soutisková barva (CMYK): C 65, M 0, Y 100, K 0

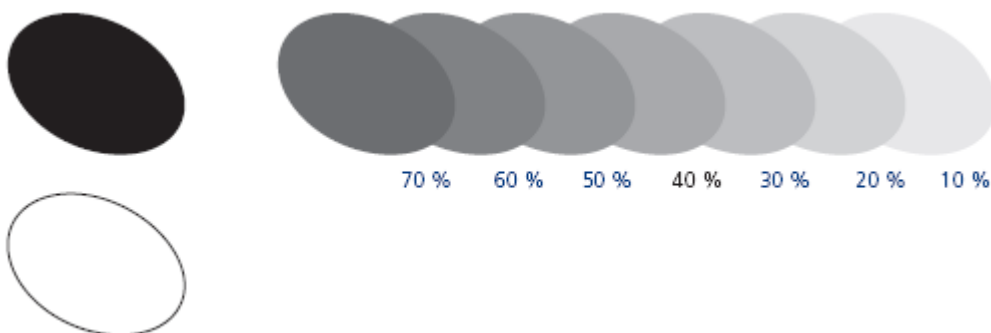


Žlutá:

přímá barva: PANTONE 123 C/U

soutisková barva (CMYK): C 0, M 30, Y 94, K 0

Doplňkovými barvami jsou bílá a černá barva s možností používat její odstíny v rozmezí 70 – 10 %),



Barevnost značky na barevných plochách

Obě varianty značky ROP Jihovýchod se v barevném provedení zásadně umísťují na bílé podkladové ploše. Pokud je plocha z materiálu, jehož barevnost nelze ovlivnit, je nezbytné zachovat bílé podkladové pole značky v minimální velikosti její ochranné zóny.

V případech, kdy není možné značku umístit na bílý podklad, je povoleno použít její inverzní podobu. Jako podklad lze použít základní a doplňkové barvy. Minimální velikost podkladové plochy musí být identická s její ochrannou zónou.

Pokud podkladovou plochu tvoří barevná nebo černobílá celoplošná fotografie (či jiný obrazový materiál) a nelze vytvořit prostor pro užití základní podoby značky, je povoleno ji aplikovat pouze v její inverzní – bílé podobě.

Pokud z technologických či jiných důvodů je nutné aplikovat inverzní podobu značky na jiných než povolených podkladových plochách, je možné po konzultaci s poskytovatelem dotace použít výjimečně i barvy jiné.

Značku je zakázáno aplikovat na irisové podkladové plochy.



6 Grafické specifikace logotypu Jihomoravského kraje

Podmínky poskytnutí loga:

- Logo se žadateli poskytuje výhradně pro užití v rámci **ROP JV**.
- Logo nesmí být jakýmkoliv způsobem svévolně upravováno.
- Není přípustná změna barevnosti ani deformace nebo změna písma.
- Není přípustný jiný poměr velikosti obrazové a textové části loga než je definován v poskytnutém grafickém souboru.
- Minimální doporučená velikost loga je určena šířkou 30 mm textu Jihomoravský kraj. Musí být zaručena dobrá čitelnost textu.
- Musí být dodržen ochranný prostor kolem loga, který je stanoven výškou velkého písmene J v logu.
- **Není přípustné umístění loga na internetových stránkách žadatele.** Možnost umístění odkazu na internetové stránky Jihomoravského kraje není vyloučena.

6.1 Barevné provedení loga – základní varianta



6.2 Barevné provedení loga – základní varianta centimetrové síti



6.3 Barevné provedení loga – varianta na šířku



6.4 Barevné provedení loga – varianta na šířku v centimetrové síti



6.5 Logo ve stupních šedé – základní varianta



6.6 Logo ve stupních šedé – varianta na šířku



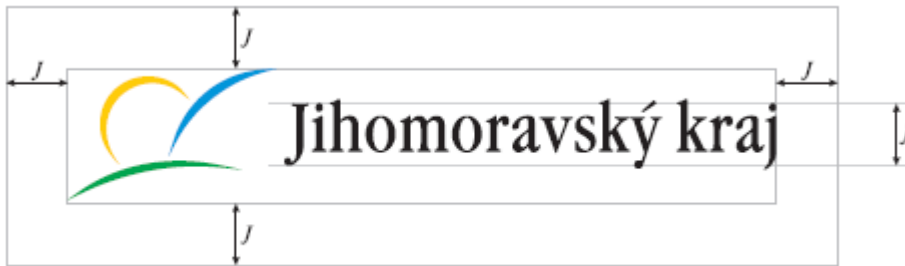
6.7 Černobílé pozitivní a negativní provedení loga – základní varianta



6.8 Černobílé pozitivní a negativní provedení loga – varianta na šířku



6.9 Ochranná zóna loga



6.10 Minimální velikost loga



6.11 Základní písmo

Základním písmem je Garamond Condensed. Jakákoliv elektronická deformace písma je nepřipustná.


Garamond Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPRSTUVWXYZ
0123456789
(&@.,!?,“-_%/’^)


Garamond Condensed Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNPRSTUVWXYZ
0123456789
(&@.,!?,“-_%/’^)


6.12 Definice barev




- PANTONE 109 C
- v paletě CMYK C - 0/M - 9/Y - 94/K - 0
- RAL 1021
- ORACAL 641 022
- JAC 74 072



- PANTONE 348 C
- v paletě CMYK C - 100/M - 0/Y - 79/K - 9
- RAL 6024
- ORACAL 641 062
- JAC 76 074



- PANTONE 300 C
- v paletě CMYK: C - 100/M - 43/Y - 0/K - 0
- RAL 5015
- ORACAL 641 052
- JAC 77 075



- PANTONE Process Black C
- v paletě CMYK: C - 0/M - 0/Y - 0/K - 100
- RAL 9005
- ORACAL 641 070
- JAC 71 070

6.13 Definice stupňů šedé



- 20 % Black



- 80 % Black



- 50 % Black



- 100 % Black

7 Grafické specifikace logotypu kraje Vysočina

Název instituce dle ústavního zákona č. 347/1997 Sb. ve znění pozdějších předpisů je: Vysočina

Při použití slova kraj, které však není součástí oficiálního názvu, je to: kraj Vysočina

Výraz Vysočina je rodu ženského a je možné jej v mluveném i psaném projevu skloňovat.

Při spojení názvu Vysočina se slovem kraj se skloňuje slovo kraj a výraz Vysočina se nesklouňuje.

Slovo kraj se píše malým písmenem, s velkým počátečním písmenem se píše pouze v rámci logotypu.

7.1 Značka

Základní barevné provedení

Aplikace je možná pouze na bílou podkladovou plochu



Inverzní barevné provedení

Aplikace je povolena pouze na modrou (firemní) podkladovou plochu



Černobílé a polotónové pozitivní provedení

Používá se jen v případech, kdy není z technických důvodů možné aplikovat značku barevně.



Kraj Vysocina

vše – 100% černá



Kraj Vysocina

obrazový znak – 35% černá

logotyp – 70% černá

Inverzní černobílé provedení



Speciální varianty – značka tvořená pouze jednoslovným názvem kraje

Tato varianta se používá tam, kde zejména z prostorových důvodů není možné použít značku v plném znění. Použití této varianty je nutné vždy konzultovat s příslušným odborem Krajského úřadu Vysočina.

Základní barevné provedení – aplikace je možná pouze na bílou podkladovou plochu.



Inverzní barevné provedení – aplikace je povolena pouze na modrou (firemní) podkladovou plochu.



Černobílý pozitivní provedení – používá se jen v případech, kde není z technických důvodů možné aplikovat značku barevně.



Inverzní provedení – pokud nelze značku aplikovat v základní nebo inverzní barevné podobě, je povoleno umisťovat její inverzní – bílou podobu na libovolných podkladových plochách včetně černé.

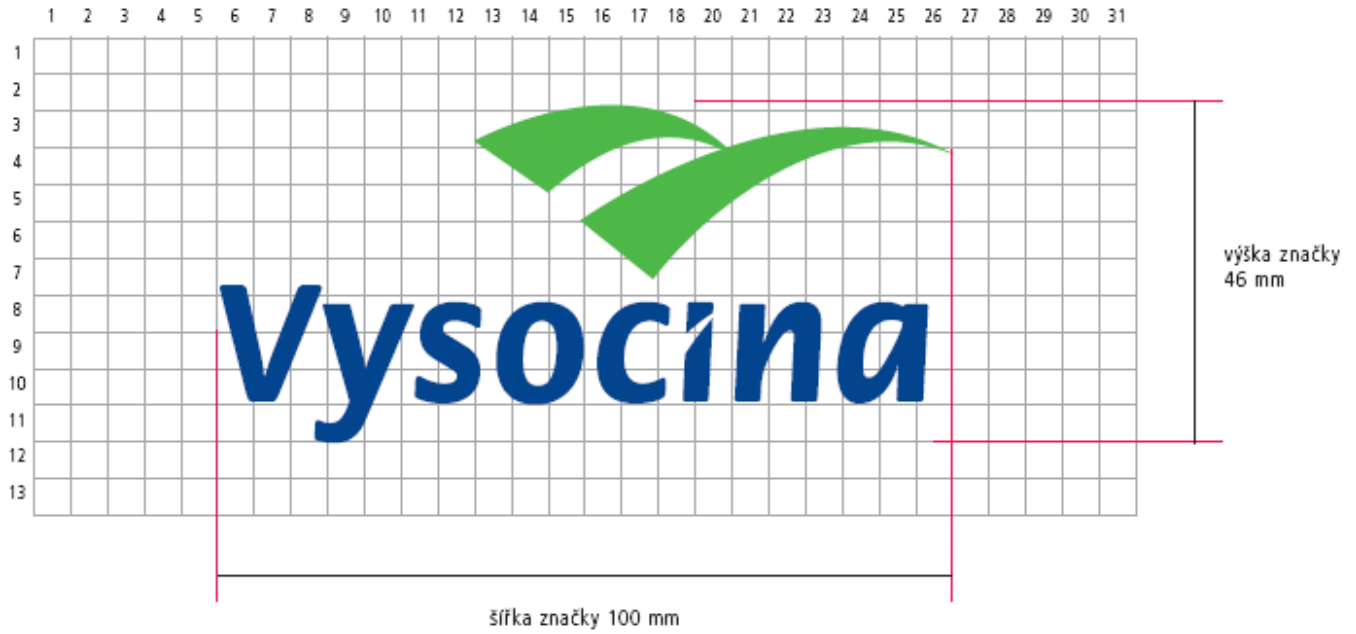


Grafická definice značky

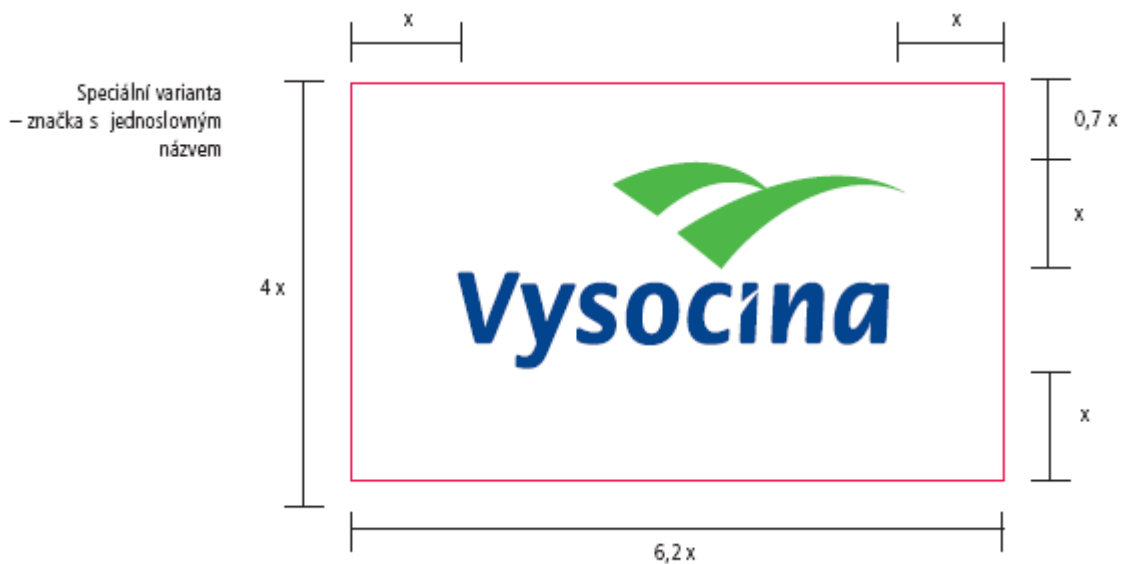




Grafická definice značky s jednoslovným názvem



Ochranná zóna základního provedení a speciálních variant



7.2 Typografie

Základní písmo instituce

Základním písmem firemního designu kraje Vysočina je písmo Frutiger ve všech zobrazených řezech včetně kondenzovaných verzí. Všechny řezy písma je zakázáno rozšiřovat, zužovat či jinak modifikovat. Písmo smí být ve všech firemních aplikacích kombinováno pouze s doplňkovým firemním písmem Times.

ABCDabcd1234

Frutiger Light

ABCDabcd1234

Frutiger Light Condensed

ABCDabcd1234

Frutiger Roman

ABCDabcd1234

Frutiger Condensed

ABCDabcd1234

Frutiger Bold

ABCDabcd1234

Frutiger Bold Condensed

ABCDabcd1234

Frutiger Light Italic

ABCDabcd1234

Frutiger Italic

ABCDabcd1234

Frutiger Bold Italic

Doplňkové písmo instituce

Doplňkovým písmem firemního designu kraje Vysočina je Arial ve všech zobrazených řezech. Všechny řezy písma je zakázáno rozšiřovat, zužovat či jinak modifikovat.

ABCDabcd1234

Arial Regular

ABCDabcd1234

Arial Italic

ABCDabcd1234

Arial Bold

ABCDabcd1234

Arial Bold Italic













7.3 Barevnost

Základními barvami kraje Vysočina jsou zelená a tmavomodrá barva.

Zelenou barvu lze použít pouze v její 100% hodnotě, modrou barvu i v jejích procentuálních odstínech 10 %, 20 % a 30 % pro užití v podkladových plochách a výzdobných prvcích.

Doplňkovými barvami jsou černá, bílá a stříbrná barva. Černou barvu lze používat v procentuálních odstínech 10 – 40 %,

Barevné odstíny nátěrových hmot, samolepicích fólií a dalších materiálů musí být identické s předepsanými barvami.

ZÁKLADNÍ BARVY	zelená		Přímá barva: PANTONE 368 C/U	Soutisková barva: C 65 % M 0 % Y 100 % K 0 %	RGB: R 36,7 % G 65,9 % B 13,4 %
	modrá	  10 %  20 %  30 %	Přímá barva: PANTONE 2748 C/U	Soutisková barva: C 100 % M 76 % Y 0 % K 18 %	RGB: R 0 % G 11,1 % B 39,4 %
DOPLŇKOVÉ BARVY	černá	  10 %  20 %  30 %  40 %	Přímá barva: PANTONE Process Black C/U	Soutisková barva: C 0 % M 0 % Y 0 % K 100 %	RGB: R 14,5 % G 13,8 % B 13,7 %
	stříbrná		Přímá barva: PANTONE 877 C (pouze přímá barva na lesklých papírech)		RGB: R 45,4 % G 46,5 % B 47,6 %
	bílá				

Značka na podkladových plochách

Značka kraje Vysočina se ve svém základním barevném provedení zásadně umísťuje na bílé podkladové ploše. Druhou povolenou variantou pro speciální aplikace je umístění na stříbrné ploše.

V inverzním barevném provedení se značka zobrazuje výhradně na tmavomodré ploše – PANTONE 2748 C/U (100 %).

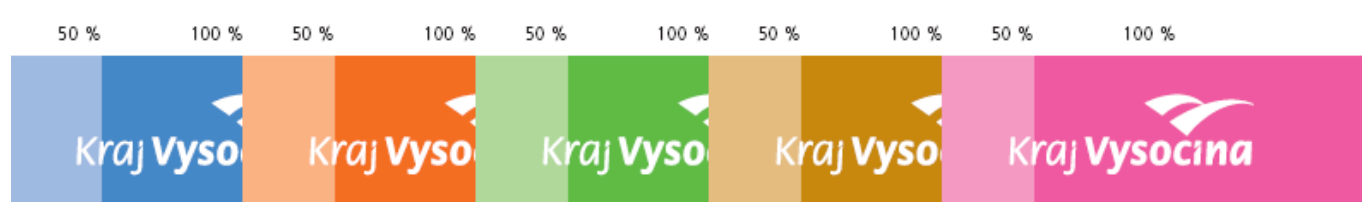


Kraj Vysočina

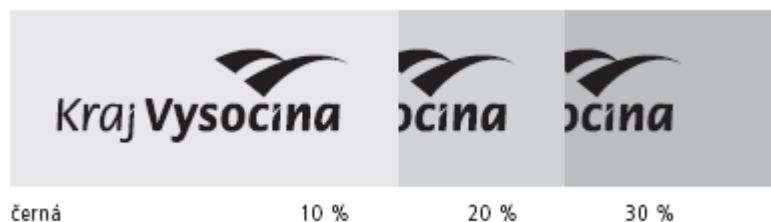


PANTONE 2748

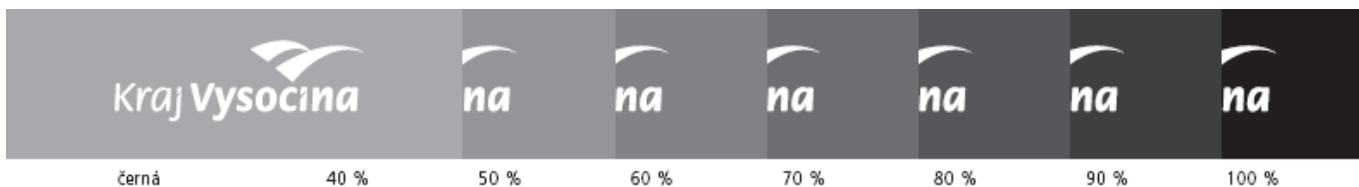
Pokud nelze značku aplikovat v základní nebo inverzní barevné podobě, je povoleno umísťovat její inverzní – bílou podobu na libovolných podkladových plochách, jejichž intenzita zaručuje její čitelnost. Pokud je nezbytné aplikovat značku na velmi světlý barevný podklad, je třeba použít její černobílou podobu (100 %).



V černobílém pozitivním provedení je kromě prioritního použití na bílé podkladové ploše povoleno značku aplikovat na šedých plochách v hodnotách 10, 20 a 30 % černé barvy.



Černobílou inverzní značku lze použít na podkladových plochách v odstínech 40 – 100 % černé barvy.



Pokud podkladovou plochu tvoří barevná nebo černobílá fotografie (nebo jiný obrazový materiál) a pro značku nelze vytvořit prostor pro užití její základní podoby, je povoleno ji aplikovat pouze v její inverzní, bílé podobě.



Zaměstnanci oddělení publicity a technické pomoci při Úřadu Regionální rady regionu soudržnosti Jihovýchod jsou vám k dispozici pro další informace a konzultace.