

JIHOČESKÝ KRAJ



METODICKÝ POKYN

PŘÍRUČKA PRO PUBLICITU V RÁMCI DOTACÍ JIHOČESKÉHO KRAJE

Číslo předpisu	MP/97/KHEJ
Číslo změny	1
Platnost poslední verze	13. 2. 2025
Účinnost poslední verze	13. 2. 2025
Rozsah působnosti	Krajský úřad Jihočeského kraje, příjemci dotace z rozpočtu Jihočeského kraje
Zrušuje	MP/97/KHEJ – PŮVODNÍ VYDÁNÍ
Vypracoval	KHEJ
Za aktualizaci odpovídá	vedoucí KHEJ
Schválil	Rada JČk usnesením č. 201/2025/RK-7
Vydáno	V elektronické podobě

Změnový list k metodickému pokynu: MP/97/KHEJ

Změna č.	Původní vydání
Platnost od:	29. 11. 2018
Předmět změny:*)	
Změna č.	1
Platnost od:	13. 2. 2025
Předmět změny:*)	Komplexní změna – nový vizuální styl
Změna č.	
Platnost od:	
Předmět změny:*)	
Změna č.	
Platnost od:	
Předmět změny:*)	
Změna č.	
Platnost od:	
Předmět změny:*)	
Změna č.	
Platnost od:	
Předmět změny:*)	
Změna č.	
Platnost od:	
Předmět změny:*)	
Změna č.	
Platnost od:	
Předmět změny:*)	

Obsah

Část I.	4
Úvodní ustanovení.....	4
Část II.	4
Podmínky pro užití loga Jihočeského kraje a nástroje publicity	4
Článek 2	4
Podmínky pro užití loga Jihočeského kraje	4
Článek 3	8
Povinné a nepovinné nástroje publicity.....	8
Článek 4	9
Jednotlivé prvky povinné a nepovinné publicity	9
Článek 5	10
Specifické pravidlo	10
Článek 6	10
Sankce.....	10
Část III.	11
Závěrečná ustanovení.....	11

Část I.

Úvodní ustanovení

- (1) Tento metodický pokyn upravuje náležitosti povinné a nepovinné publicity, které musí dodržovat příjemci dotace v rámci dotací z rozpočtu Jihočeského kraje poskytovaných dle směrnice č. SM/107/ZK, Zásady Jihočeského kraje pro poskytování veřejné finanční podpory. Pro příjemce dotace je tento metodický pokyn závazný, pokud není ve schválené smlouvě s příjemcem určeno jinak. Výjimky budou předem konzultovány s odborem Kancelář hejtmána, oddělením vnějších vztahů a zahraniční spolupráce.
- (2) Tento metodický pokyn se nevztahuje na dotace pocházející ze státního nebo jiného veřejného rozpočtu, o jejichž poskytnutí rozhodují samosprávné orgány kraje. V takovýchto případech je nutné dodržovat pravidla publicity stanovená poskytovatelem těchto peněžních prostředků. V případech, kdy pravidla publicity poskytovatel peněžních prostředků nestanoví, použijí se pravidla tohoto metodického pokynu.

Část II.

Podmínky pro užití loga Jihočeského kraje a nástroje publicity

Článek 2

Podmínky pro užití loga Jihočeského kraje

- (1) Tento článek popisuje textově i graficky obecné použití logotypu Jihočeského kraje pro potřeby povinné i nepovinné publicity.
- (2) Logotyp je tvořen názvem „Jihočeský kraj“ a symbolem „špendlíku (pinu)“, který je umístěn na konci názvu v poloze dolního indexu.
- (3) Logotyp je vysazen v základním písmu Ema Display. Doplnkovými písmi jednotného vizuálního stylu Jihočeského kraje jsou sekundární Inter určený pro marketingové využití a delší texty, především v otevřených datech (Word, Powerpoint apod.) a na webu. Písmo je dostupné v rámci Open Source služby na Google Fonts. Terciární písmo je Neue Haas Grotesk Pro, které je určeno pro úřední komunikaci a delší texty, především v otevřených datech (Word, Powerpoint apod.) Písmo je dostupné v rámci programu Microsoft Office.
- (4) Základní barevné provedení loga je v zelené barvě, dle barevné škály manuálu vizuální identity (dále jen „Manuál“) a je primárně umisťováno na bílé podkladové ploše.

Jihočeský kraj 

- (5) V případech, kdy je vyloučena možnost užití základního barevného provedení loga Jihočeského kraje, se přednostně používá černobílá varianta značky Jihočeského kraje. Jednobarevné provedení v jiné než zelené nebo černé není přípustné.

Jihočeský kraj

- (6) Doplnkovými variantami logotypu, které se používají ve specifických případech např. když není umožněn barevný tisk apod., jsou:

Logotyp v barevném negativu a logotyp v černobílém negativu.



- (7) Logo Jihočeského kraje se v základním barevném provedení přednostně umísťuje na bílé podkladové ploše. Barevnou variantu lze v rámci dodržení barevného kontrastu (tak, aby logo nesplyvalo s pozadím) aplikovat také na barevné pozadí.

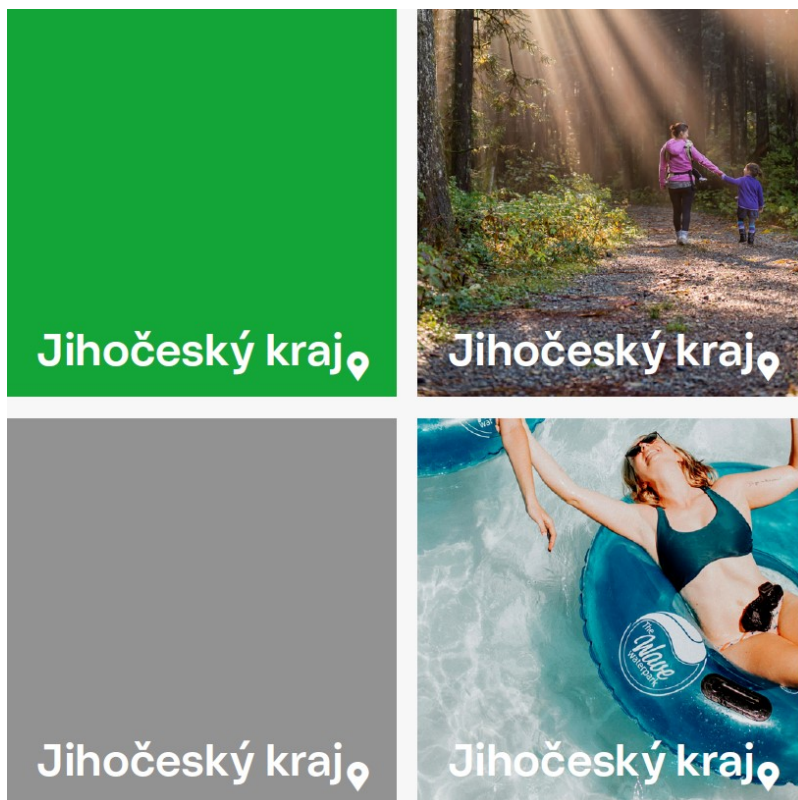


- (8) Černobílou variantu značky lze v rámci dodržení barevného kontrastu (tak, aby logotyp nesplyval s pozadím) aplikovat na barevné pozadí.

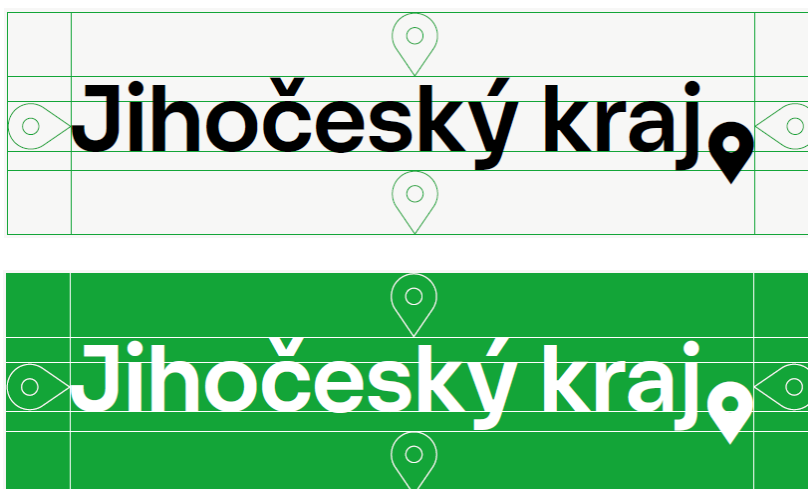


Jihočeský kraj

- (9) Pokud podkladovou plochu tvoří barevné či fotografické pozadí, které znemožňuje užití barevné či černobílé varianty loga Jihočeského kraje (logo by mohlo splynout s pozadím či s barvou pozadí příliš nekoresponduje) lze užít černobílou variantu značky v negativu.



- (10) Ochranná zóna značky definuje minimální povinnou vzdálenost od okraje, do které nesmějí zasahovat další grafické prvky (text, obrázek atd.). Níže zobrazené umístění značky v obdélníku je dané rozměrem odvozeným od velikosti pinu.



- (11) Logo Jihočeského kraje tvoří nedělitelný celek a je povoleno jej zobrazovat výhradně v originální podobě definované manuálem. Na této straně jsou uvedeny nejčastější chyby při práci a použití loga Jihočeského kraje. Zobrazené příklady nepostihují všechny možnosti zakázaných modifikací loga. Je zakázáno:



a) měnit písmový font loga



b) zobrazovat logo nekompletní



c) logo tvarově modifikovat nebo upravovat filtry



d) měnit velikost a vzájemné postavení jednotlivých částí loga



e) zobrazovat logo v jiné než manuálem definované barvě



f) umisťovat logo do rámečku



g) umisťovat logo na bílém vynechaném (podkladovém) rámečku



h) používat a kombinovat různé jiné než manuálem definované barvy

- (12) Základní barevnost loga i vizuální identity Jihočeského kraje je zelená. Jiné barevné škály této zelené barvy, než jsou uvedeny na obrázku níže nejsou povoleny. Doplnkovými barevnými provedeními loga jsou černobílá varianta a varianta černobílá v negativu. Logo a jeho barevné provedení nelze měnit jinak než v rámci pravidel daných Manuálem potažmo tímto metodickým pokynem.



Jihočeská bílá

CMYK 0, 0, 0, 0
 RGB 255, 255, 255
 HEX FFFFFFFF

Článek 3

Povinné a nepovinné nástroje publicity

- (1) Každý příjemce dotace je povinen dodržovat povinnou publicitu. Ta je rozdělena dle výše poskytnuté dotace z rozpočtu Jihočeského kraje. U dotací nad 1 milion Kč je příjemce dotace povinen realizovat **nejméně dvě položky z tohoto seznamu**. Například – www stránky + zmínka na sociálních sítích. Nebo www stránky + tisková zpráva.
- (2) Příjemce dotace je oprávněn praktikovat i publicitu nad rámec povinné publicity definované jako nepovinná, volitelná publicita.
- (3) V případě, že příjemce dotace ještě v době konání záměru, na který je dotace požadovaná, nemá informaci o výši poskytnuté dotace, je povinen naplnit ustanovení tohoto metodického pokynu ex post po podpisu smlouvy v maximálním možném rozsahu.
- (4) Rozdělení publicity dle výše poskytnuté dotace:

Způsob / Výše poskytnuté dotace (Kč)	Do 50 000,-	Nad 50 000,- do 100 000,-	Nad 100 000,- do 200 000,-	Nad 200 000,- do 500 000,-	Nad 500 000,- do 1 mil.	Nad 1 mil. do 5 mil.	Nad 5 mil.
www stránky příjemce/projektu / organizace / nadřazené organizace apod.							
Veškeré tištěné materiály							
Sociální média (FB, INST., Flickr, Pin atd.)							
Tisková zpráva, článek o získání dotace z JK							
TV reportáž o akci, investici min. lok. TV							
Reklamní nosiče (předměty, oblečení, dresy apod.)							

Banner - akce (kulturní a sportovní akce, festivaly,..)							
Banner - stavba, technické zhodnocení, rekonstrukce,..							
Pamětní deska							

**Nepovinná, volitelná
publicita**

Povinná publicita

Článek 4

Jednotlivé prvky povinné a nepovinné publicity

(1) **Internetové stránky příjemce projektu apod.**

Pokud příjemce dotace vlastní internetové stránky, případně existují stránky projektu, stránky nadřazené organizace, stránky umožňující propagaci projektu, zajistí příjemce dotace povinnou publicitu umístěním loga Jihočeského kraje na webové stránky s textem, že projekt, akce, podporovaná činnost apod. je podpořena z rozpočtu Jihočeského kraje. Pokud se jedná o složité, případně graficky náročně zpracované stránky, zajistí příjemce dotace umístění loga s textem alespoň v odrážce – partneři, sponzoři, donátoři apod.

(2) **Veškeré tištěné, obrazové materiály**

Pokud příjemce dotace vydává, tiskne, natáčí materiály, letáky, výukové materiály, výroční zprávu apod., které se týkají projektu, akce, podporované činnosti apod., zajistí příjemce dotace povinnou publicitu umístěním loga Jihočeského kraje na tyto materiály s textem, že projekt, akce, podporovaná činnost apod. je podpořena z rozpočtu Jihočeského kraje.

(3) **Sociální média**

Pokud příjemce dotace má zřízen oficiální účet projektu, akce, podporované činnosti apod., zajistí příjemce dotace povinnou publicitu na sociálních médiích v minimálním počtu tří postů na každém z nich. Na začátku realizace, v polovině a na konci. Textace a content (obsah) postu je na samotném příjemci dotace. Příjemce dotace je povinen v textu uvést, že projekt, akce, podporovaná činnost apod. je podpořena z rozpočtu Jihočeského kraje.

(4) **Tisková zpráva, článek**

Příjemce dotace zajistí vydání tiskové zprávy, článku a rozšíření minimálně v rámci Jihočeského kraje. Tisková zpráva, článek může být vydán na začátku, po ukončení, nebo kdykoliv v průběhu trvání projektu, akce, podporované činnosti apod. Příjemce dotace je povinen v textu uvést, že projekt, akce, podporovaná činnost apod. je podpořena z rozpočtu Jihočeského kraje částkou xy, z celkového rozpočtu z. Při následném vyúčtování dotace je příjemce dotace povinen doložit sken o rozeslání, vydání tiskové zprávy, článku. Možno zveřejnit i na www stránkách projektu, organizace apod.

(5) **TV reportáž**

Příjemce dotace zajistí nejméně jedno odvysílání televizní reportáže minimálně v rámci Jihočeského kraje na jihočeských televizích. Reportáž se bude týkat projektu, akce, podporované činnosti apod. a příjemce dotace je povinen zajistit, aby v reportáži zaznělo, že je podpořena z rozpočtu Jihočeského kraje částkou xy, z celkového rozpočtu z.

(6) **Reklamní předměty**

Pokud příjemce dotace bude k podpořenému projektu, akci, podporované činnosti apod. vyrábět reklamní (propagační) předměty, oblečení, dresy apod. a pokud to bude z hlediska využití prostoru na předmětech a dalších podmínkách možné, zajistí povinnou publicitu umístěním loga Jihočeského kraje na dané předměty, dresy, oblečení apod.

(7) **Banner**

Tato publicita se vztahuje na:

- a) akce (kulturní a sportovní akce, festivaly, přehlídky apod.),
- b) stavby, technické zhodnocení, rekonstrukce, modernizace, stavební úpravy, nástavby, přístavby, opravy.

Příjemce dotace zajistí umístění banneru (plachta, roll up, vizitka) s logem Jihočeského kraje na místo viditelné pro veřejnost.

U akce se předpokládá umístění loga minimálně na tzv. logo wall, nebo umístění banneru s logem Jihočeského kraje na hlavním podiu, podél tratě, v cílovém prostoru, v ochozech, kolem TV stěny atd.

U stavby, technického zhodnocení, rekonstrukce, modernizace, stavební úpravy, nástavby, přístavby a opravy se předpokládá umístění banneru v adekvátní velikosti na lešení, plot apod. v okolí stavby, tak aby bylo zřejmé, že stavba je realizována za finanční podpory Jihočeského kraje.

V ojedinělých případech je bannery možno zapůjčit na odboru Kancelář hejtmána, oddělení vnějších vztahů a zahraniční spolupráce Krajského úřadu Jihočeského kraje.

(8) **Pamětní deska**

U staveb, technického zhodnocení, rekonstrukcí, modernizací, stavebních úprav, nástaveb, přístaveb, oprav a je-li to technicky možné, zajistí příjemce dotace výrobu a umístění pamětní desky s logem Jihočeského kraje, textem o podpoře tohoto projektu z rozpočtu Jihočeského kraje a rokem přispění na tento projekt na místě viditelném pro veřejnost. Deska bude mít minimální rozměry 200 x 300 mm. Návrh textu např.: Projekt, akce, podporovaná činnost apod. byl/a realizován/a za finanční podpory Jihočeského kraje v roce xy. Pokud jde o opakovanou akci, nerealizuje se výroba každoročně, postačí jedna univerzální pamětní deska s neuvedením roku.

Článek 5 Specifické pravidlo

- (1) Příjemce dotace zajistí, aby publicita projektu podporovaného z rozpočtu Jihočeského kraje nebyla realizována prostřednictvím reklamních zařízení umístěných na silničních pozemcích nebo v silničních ochranných pásmech silnic I. třídy, tedy reklamních zařízení umístěných v rozporu se zákonem č. 13/1997 Sb., o pozemních komunikacích, ve znění pozdějších předpisů.

Článek 6 Sankce

- (1) V případě nedodržení povinné publicity může být příjemci **krácena dotace až do výše 5 % z poskytnuté částky** z rozpočtu Jihočeského kraje.

Část III.

Závěrečná ustanovení

- (1) Základní výčet povinné a nepovinné publicity uvedený v části II. tohoto pokynu jsou povinni dodržovat příjemci dotace z rozpočtu Jihočeského kraje. V ojedinělých případech mohou nastat při realizaci publicity komplikace, případně vyvstanou otázky, vztahující se ke konkrétním jednotlivým případům. Tyto mohou příjemci dotace konzultovat na oddělení vnějších vztahů a zahraniční spolupráce, odboru Kancelář hejtmána Krajského úřadu Jihočeského kraje s níže uvedenými kontaktními osobami:

Ing. Markéta Chromá – chroma@kraj-jihocesky.cz ; tel.: +420 386 720 374

BcA. Magdaléna Jiříková – jirikova@kraj-jihocesky.cz; tel.: +420 386 720 467

- (2) **Příjemci dotace jsou povinni před zveřejněním zaslat materiál s užitým logem Jihočeského kraje ke korektuře jeho umístění na oddělení vnějších vztahů a zahraniční spolupráce Krajského úřadu Jihočeského kraje na výše uvedené kontakty.**
- (3) Tento metodický pokyn nabývá platnosti a účinnosti 13. 2. 2025.

Mgr. Petr Podhola
vedoucí odboru