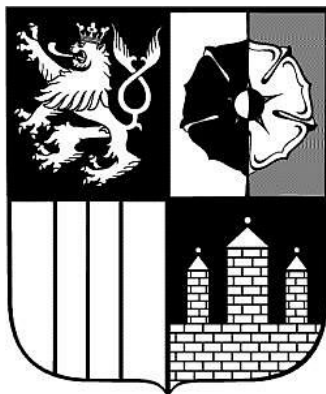


JIHOČESKÝ KRAJ



METODICKÝ POKYN

**NÁZEV: PŘÍRUČKA PRO PUBLICITU V RÁMCI DOTACÍ
JIHOČESKÉHO KRAJE**

ČÍSLO: MP/97/KHEJ

ZMĚNA.:

PLATNOST OD: 29.11. 2018

ÚČINNOST OD: 29.11.2018

**ROZSAH PŮSOBNOSTI: Krajský úřad Jihočeského kraje, příjemci dotace
z rozpočtu Jihočeského kraje**

Vypracoval: Mgr. Jiří Gruntorád, vedoucí oddělení marketingu a cestovního ruchu

Za aktualizaci zodpovídá: Mgr. Jiří Gruntorád, vedoucí oddělení marketingu a cestovního ruchu

Schválil: Ing. Zdeňka Pandulová, pověřena vedením odboru kancelář hejtmanky

Vydáno: v tištěné podobě a na internetu na adrese: www.kraj-jihocesky.cz

Změnový list k metodickému pokynu č.: MP/97/KHEJ

Změna č.	Původní vydání
Platnost od:	
Předmět změny:*)	
Změna č. 1	
Platnost od:	
Předmět změny:*)	
Změna č. 2	
Platnost od:	
Předmět změny:*)	
Změna č. 3	
Platnost od:	
Předmět změny:*)	
Změna č. 4	
Platnost od:	
Předmět změny:*)	
Změna č. 5	
Platnost od:	
Předmět změny:*)	
Změna č. 6	
Platnost od:	
Předmět změny:*)	
Změna č. 7	
Platnost od:	
Předmět změny:*)	
Změna č. 8	
Platnost od:	
Předmět změny:*)	

*) Předmětem změny se rozumí v čem nastala úprava (článek, strana apod.), při rozsáhlejších úpravách možno uvést v celém rozsahu.

Obsah:

ÚVODNÍ USTANOVENÍ	4
PODMÍNKY PRO UŽITÍ LOGA JIHOČESKÉHO KRAJE A NÁSTROJE PUBLICITY	4
ZÁVĚREČNÁ USTANOVENÍ.....	10

Část I.

Úvodní ustanovení

(1) Tento metodický pokyn popisuje 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 oddělením marketingu a cestovního ruchu.

(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 loga Jihočeského kraje pro potřeby povinné i nepovinné publicity.

(2) Logo Jihočeského kraje je čtyřbarevné, pozitivní, v zobrazeném tvaru.

(3) Logotyp je vysazen z písma Frutiger, které je také určeno jako základní firemní písmo jednotného vizuálního stylu Jihočeského kraje.



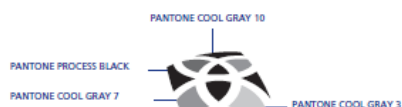
(4) Základní provedení loga je čtyřbarevné a umísťuje se primárně na bílé podkladové ploše. Inverzní barevné provedení loga není povoleno. Nahrazuje ho bílé provedení loga. Obrazový znak je možno používat samostatně jako grafický prvek vizuálního stylu kraje avšak oddělení grafické a textové části je možné pouze ze zadání Jihočeského kraje. **Logo je povoleno používat pouze v zobrazeném tvaru, proporcích a předepsané barevnosti.**



Jihočeský kraj

(5) V černobílém tisku a v případech, kdy není z technických důvodů možné aplikovat logo Jihočeského kraje barevně, se přednostně používá jeho polotónová podoba. V pozitivním provedení je obrazový znak v procentech černé barvy a logotyp černý (100 %). V černobílém tisku a v případech, kdy není žádoucí použít polotónovou podobu, je logo Jihočeského kraje zobrazováno v černobílém provedení – obrazový znak i logotyp jsou černé (100 %). V inverzním černobílém provedení je logo bílé.

Černobílá podoba loga je podkladem pro další možné aplikace v materiálech – ražbu, gravírování, pískování atd.



Jihočeský kraj



Jihočeský kraj



(6) Logo Jihočeského kraje se v základním barevném provedení přednostně umísťuje na bílé podkladové ploše. Další povolené barvy podkladové plochy jsou základní barvy vizuálního stylu kraje.



(7) Černobílé pozitivní provedení loga se v černobílém tisku umísťuje na bílou plochu nebo na barevné podkladové plochy světlé intenzity. Inverzní (bílé) provedení loga se umísťuje na tmavší barevné plochy.



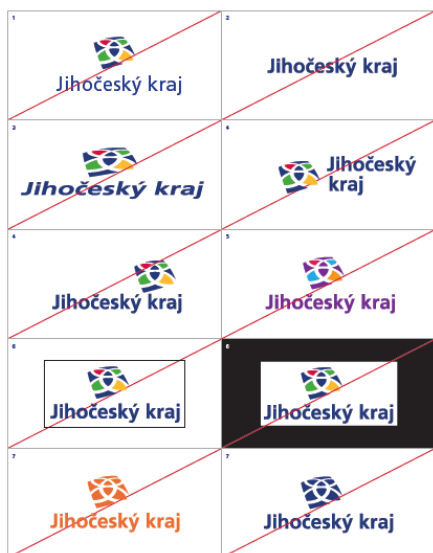
(8) Pokud podkladovou plochu tvoří barevný obrazový materiál světlé intenzity, umísťuje se na ní logo v pozitivním barevném provedení. Pokud je obrazový materiál tmavší intenzity, umísťuje se na něj logo v inverzím (bílém) provedení.



(9) Pokud podkladovou plochu tvoří černobílý obrazový materiál světlé intenzity, umísťuje se na něj logo v pozitivním černobílém provedení. Pokud je obrazový materiál tmavší intenzity, umísťuje se na něj logo v inverzím, černobílém provedení.







(10) Logo Jihočeského kraje tvoří nedělitelný celek a je povoleno jej zobrazovat výhradně v originální podobě definované grafickým manuálem. Na této straně jsou uvedena některá ze zakázaných provedení loga a možné chyby při práci s ním. Zobrazené příklady nepostihují všechny možnosti zakázaných modifikací loga. Je zakázáno:



- 1) měnit písmový font loga,
- 2) zobrazovat logo nekompletní,
- 3) logo tvarově modifikovat nebo upravovat filtry,
- 4) měnit velikost a vzájemné postavení jednotlivých částí loga,
- 5) používat jiné než manuálem definované barvy loga,
- 6) umisťovat logo do rámečků, které manuál nepřipouští (logo na bílém – vynechaném obdélníku),
- 7) zobrazovat logo v jakékoliv monochromatické barevnosti.

(11) Definice barev:

	PANTONE 362 C/U CMYK 70/0/100/9 RGB 0/162/78		PANTONE PROCESS BLACK C/U CMYK 0/0/0/100 RGB 0/0/0
	PANTONE 200 C/U CMYK 0/100/63/12 RGB 192/35/70		PANTONE COOL GRAY 10 C/U CMYK 0/0/0/70 RGB 119/120/129
	PANTONE 1235 C/U CMYK 0/29/91/0 RGB 239/159/19		PANTONE COOL GRAY 7 C/U CMYK 0/0/0/50 RGB 139/138/137
	PANTONE 2748 C/U CMYK 100/68/0/14 RGB 26/55/125		PANTONE COOL GRAY 3 C/U CMYK 0/0/0/25 RGB 199/201/197

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 podmínek 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 oddělení marketingu a cestovního ruchu 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 příspěvní 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.

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 marketingu a cestovního ruchu Krajského úřadu Jihočeského kraje s níže uvedenými kontaktními osobami:

Mgr. Jiří Gruntorád – gruntorad@kraj-jihocesky.cz; tel.: +420 386 720 495
Bc. Lenka Papežová – papezova@kraj-jihocesky.cz; tel.: +420 386 720 467
Ing. Markéta Chromá – chroma@kraj-jihocesky.cz; tel.: +420 386 720 374

(2) Příjemci dotace jsou povinni před zveřejněním zaslat materiál s užitým logem Jihočeského kraje ke korektuře jeho umístění na oddělení marketingu a cestovního ruchu Krajského úřadu Jihočeského kraje.

(3) Tento metodický pokyn nabývá platnosti a účinnosti 29. 11. 2018.