

Archivace dokumentace a zodpovědnost za její vedení podléhá kontrolám prováděným orgány zapojenými do implementace programu. Porušení výše uvedených pravidel může mít za následek nevyplacení finančních prostředků, resp. požadavek na vrácení již poskytnutých finančních prostředků.

4.5. Účty projektu

Vedoucí partner je povinen pro účely přijímání dotace z ERDF a převodu příslušných částí dotace dalším partnerům projektu, vést bankovní účet v měně EUR. Tento účet nemusí výhradně sloužit pouze pro účely projektu tzn., pokud již účet v měně EUR vlastní, nemusí zakládat nový. Účet může být veden u kterékoliv banky a musí být předem specifikován ve Smlouvě.

Pro účely přijímání dotace ze SR může partner využít jakýkoliv bankovní účet. V případě, kdy je českým partnerem v projektu příspěvková organizace územního samosprávného celku, musí se jednat o bankovní účet zřizovatele této příspěvkové organizace.

Pro účely úhrady výdajů projektu mohou partneři využít rovněž jakýkoliv bankovní účet.

4.6. Udržitelnost projektu

U projektů, jejichž efekty mají dlouhodobý charakter, zodpovídá Vedoucí partner za to, že **efekty projektu budou udrženy minimálně po dobu pěti let od ukončení fyzické realizace projektu** u těch jeho částí, u kterých je to z technického a právního hlediska možné. Za projekty, které mají dlouhodobý charakter, jsou považovány všechny infrastrukturní projekty a neinfrastrukturní projekty, jejichž cílem je vytvoření dlouhodobého výstupu (např. tvorba pracovních míst, provoz internetové stránky apod.). Pokud je cílem projektu vytvoření pracovních míst, tato pracovní místa musí být také udržena minimálně po dobu 5 let od ukončení realizace projektu.

V případě, že výsledky projektu nebo pracovní místa nebudou udržena po minimální požadované době, bude toto považováno za porušení povinností stanovených Smlouvou.

Majetek pořízený za spoluúčasti prostředků ze SF je ve vlastnictví partnera a nelze ho po dobu 5 let od ukončení realizace projektu převést na jiného majitele ani dát do zástavy s výjimkou zajištění úvěru ve vztahu ke spolufinancování projektu a dalších případů, ve kterých na základě odůvodněné žádosti udělí ŘO k převodu majetku nebo jeho zatížení právy třetích osob písemný souhlas.

Tento majetek musí být řádně veden v účetnictví příslušného partnera projektu.

4.7. Publicita

Všichni partneři jsou povinni zajistit dostatečnou publicitu zapojení evropských prostředků do realizace projektu. Pravidla pro publicitu projektů financovaných v rámci Programu vychází z ustanovení čl. 8 a 9 Nařízení Komise (ES) č. 1828/2006 (k dispozici je na internetových stránkách Programu www.at-cz.eu v sekci Materiály (ke stažení) - Legislativa).

Pokud projekt obdrží dotaci z Evropského fondu pro regionální rozvoj (ERDF), zajistí partner, aby byla veřejnost i subjekty účastníci se projektu o této dotaci informovány. Partner za tímto účelem jasně uvede, že realizovaný projekt byl vybrán v rámci Programu, který je spolufinancován z ERDF.

4.7.1. Povinné náležitosti publicity:

Veškerá informační a propagační opatření musí zahrnovat tyto údaje (podrobný popis je uveden na stránkách www.at-cz.eu v sekci Publicita):

- **symbol Evropské unie** (v souladu s grafickými normami stanovenými v příloze I Nařízení Komise (ES) č. 1828/2006);
- odkaz: „**Evropská unie**“ (celý text, nikoliv zkratka, lze i v anglické nebo německé verzi);
- odkaz: „**Evropský fond pro regionální rozvoj**“ (celý text, nikoliv zkratka, lze i v anglické nebo německé verzi);
- **logo Programu** (popis použití loga je uveden v Manuálu pro zobrazení loga, který je ke stažení na stránkách programu www.at-cz.eu v sekci Materiály ke stažení/Publicita);
- prohlášení: „**Gemeinsam mehr erreichen - Společně dosáhneme více**“ (může být zahrnuto již v logu Programu).

Věnujte **pozornost i barevným provedením propagačních opatření**. Logo Programu musí být aplikováno včetně bílého podkladu (bílý obdélník, resp. čtverec, je součástí loga). Symbol Evropské unie má taktéž přesné barevné náležitosti uvedené v Nařízení. Je nutné brát také v potaz, zda-li budou výstupy tištěny barevně nebo černobíle.

V případě malých propagačních předmětů patří mezi povinné náležitosti pouze symbol Evropské unie, odkaz na Evropskou unii a logo Programu v kompaktní verzi (ke stažení na stránkách www.at-cz.eu).

Doporučujeme konzultovat propagační a informační opatření vždy se svým Kontrolorem.

4.7.2. Způsob zajištění publicity v závislosti na typu projektu

Projekt s dotací vyšší než 500 tis. EUR, spočívající v nákupu hmotného předmětu¹⁰ nebo ve financování infrastruktury nebo stavebních prací

Partner je povinen postavit **velkoplošný reklamní panel v místě realizace projektu**. Tyto reklamní panely musí obsahovat veškeré povinné údaje (viz výše), které zabírají nejméně 25 % panelu a musí být na místě realizace projektu umístěny po celou dobu jeho realizace.

Limit 500 tis. EUR se vztahuje na celý projekt. V případě, že partneři realizují projekt na různých místech, není nutné v průběhu realizace projektu umístit velkoplošný reklamní panel na místě realizace projektu každého z partnerů, ale je postačující, aby byl reklamní panel umístěn tam, kde probíhá realizace největší části aktivit projektu. Tento reklamní panel však musí obsahovat informace o všech aktivitách, které se v rámci projektu realizují s uvedením jejich místa realizace. Na ostatních místech realizace je doporučeno vyvěsit alespoň menší informační ceduli.

¹⁰ V případě nákupu hmotného předmětu platí pouze povinnost umístit stálou vysvětlující tabulku (pamětní desku). Povinnost umístit velkoplošný reklamní panel v místě realizace projektu zde neplatí.

Po dokončení projektu se velkoplošný panel, resp. menší informační tabule nahradí **dobře viditelnou a dostatečně velkou stálou vysvětlující tabulkou (pamětní deskou)**. Tuto tabulku partner vyvěsí nejpozději do šesti měsíců po dokončení projektu, u kterého celková dotace na operaci překročila 500 000 EUR a spočívá v nákupu hmotného předmětu nebo ve financování infrastruktury nebo stavebních prací. Na tabulce musí být (kromě povinných údajů uvedených výše, které musí zabírat nejméně 25 % plochy tabulky), uveden i druh¹¹ a název projektu.

Ostatní projekty

U ostatních projektů partneři zvolí vhodnou formu propagace odpovídající charakteru projektu tak, aby bylo zajištěno, že cílové skupiny budou informovány o tom, že projekt je realizován v rámci Programu EÚS Rakousko – Česká republika 2007-2013, který je spolufinancován z Evropského fondu pro regionální rozvoj.

Příklady publicity:

- § pozvánky, podklady, plakáty apod. v případě seminářů/školení,
- § informační cedule v průběhu realizace projektu a pamětní desky po skončení realizace projektu v místě infrastruktury v případě menších infrastrukturních projektů,
- § internetové stránky projektu,
- § inzerce (v novinách, rozhlase, TV),
- § informační a komunikační materiál vyrobený v rámci realizovaného projektu (plakát, leták, brožura, skládačka, informační sdělení, zpravodaj, studie apod.)
- § propagační předměty.

4.7.3. Pravidla pro správné zajištění publicity projektu

Výdaje na publicitu jsou způsobilé k financování z ERDF, pokud jsou zahrnuty v rozpočtu. Je proto vhodné, aby partner konzultoval již při přípravě žádosti, jaké povinnosti bude muset splnit, pokud mu bude dotace udělena, a tyto aktivity zahrnul do rozpočtu.

Publicita se posuzuje z následujících hledisek:

- § z hlediska jednotlivých výstupů projektu – výstupem projektu se rozumí to, co slouží k naplnění cílů projektu (např. vydaná publikace, mapa, kulturní akce, školení, postavená infrastruktura, pořízené zařízení apod.). Projekt může mít více výstupů a v tom případě se povinná publicita posuzuje u každého samostatně. Cílem je posoudit, zda byla veřejnost či účastníci akce informováni o zdrojích financování daného výstupu projektu a pokud ano, zda tyto informace splňovaly veškeré náležitosti povinné publicity;
- § z hlediska jednotlivých prostředků (nosičů) publicity – prostředkem publicity se rozumí např. plakáty, letáky, pozvánky apod., tj. předměty, jejichž cílem je upoutat pozornost veřejnosti a potenciálních účastníků na daný projekt, resp. jeho dílčí výstupy. Posuzuje se, zda tyto prostředky publicity obsahují veškeré náležitosti povinné publicity;
- § z hlediska propagačních předmětů – propagačním předmětem se rozumí předměty, které nejsou z hlediska naplnění cílů projektů nezbytné, ale jejich přidaná hodnota spočívá v posílení povědomí o projektu. Mezi propagační předměty patří např. psací potřeby, trička

¹¹ tj. Přeshraniční spolupráce, Grenzüberschreitende Kooperation nebo Cross-border co-operation

a jiné oděvy, tašky, cukrovinky, atp. Kromě vztahu s projektem nezbytným pro uznatelnost výdajů se posuzuje, zda propagační předměty obsahují veškeré náležitosti povinné publicity. Stejným způsobem jako propagační předměty se posuzují i dary, ceny v soutěžích apod.

Pro povinné náležitosti publicity uvedené v bodě 4.7.1. platí také následující zásady:

- § symboly a loga musí být viditelné;
- § povinný text musí být čitelný;
- § symboly a loga musí být umístěna na přední straně předmětu;
- § na tištěných materiálech pro účastníky musí být všechny náležitosti minimálně na úvodní stránce;
- § loga projektových partnerů: pokud jsou uvedena, musí být uvedeny všechny povinné náležitosti, tedy vlajka EU, odkaz na Evropskou unii a Evropský fond pro regionální rozvoj, logo programu a slogan;
- § proporcionalita log: logo EU nesmí být menší než loga partnerů;
- § u předmětů trvalejší povahy (např. tužky, trička, tašky, bloky, hračky apod.) musí být výše uvedené náležitosti součástí předmětu, nestačí jejich uvedení jen na obalu.
- § u předmětů jednorázové spotřeby stačí loga na obalu tak, aby byl uživatel informován, odkud je daný předmět financován (spotřebuje ho a obal zahodí, např. lízátko, bonbony);
- § u předmětů, kde je obal součástí propagačního předmětu mohou být loga uvedena na obalu (např. kazeta s medailí, krabíčka s CD bez potisku. Je-li na CD potisk s textem či jinými logy, musí být natištěna i povinná publicita.);
- § loga lze také umístit na předmět pomocí samolepky (např. lampa se samolepkou).

Povinnosti týkající se propagace projektu jsou zakotvené ve Smlouvě o poskytnutí prostředků ERDF a jsou pro partnery závazné. Jejich neplnění může mít za následek nevyplacení dotace, příp. navrácení již vyplacených prostředků.

4.7.4. Postup při nedodržení pravidel publicity

V případě nedodržení pravidel publicity bude partner na nedostatky upozorněn Kontrolorem a požádán o jejich odstranění (pokud je v daný okamžik ještě možné nedostatky odstranit). V případě, že partner nedostatky neodstraní, nebo pokud již není možné nedostatky odstranit, vyměří kontrolor sankci. Výše sankce bude záviset na rozsahu nedodržení pravidel publicity (tj. zda např. publicita chybí zcela nebo chybí některé povinné náležitosti, tj. je nekompletní), nebo nesplňuje některé technické parametry - např. barevné provedení.

Výše sankce se u výstupů projektu stanovuje z celkových způsobilých výdajů, které na daný výstup projektu byly přímo vynaloženy (např. pokud je výstupem projektu uspořádání semináře, bude se sankce stanovovat z výdajů přímo vynaložených na uspořádání semináře). V případě, že není možné výdaje na daný výstup projektu stanovit, bude sankce počítána z celkových způsobilých výdajů daného partnera.

U prostředků publicity a propagačních předmětů se sankce stanovuje ze způsobilých výdajů vynaložených na prostředek publicity/propagační předmět.