

## Porušení informačních povinností – sankce za publicitu

Podrobná pravidla pro informování veřejnosti o projektu a podpoře z programu INTERREG Sasko – Česko 2021-2027 jsou stanovena ve společné *Příručce pro příjemce k informačním a komunikačním předpisům*. Porušení těchto pravidel může mít za následek krácení finanční podpory dotyčného kooperačního partnera až o 2 %.

Rozlišujeme dva typy pochybení v oblasti dodržování pravidel publicity:

- publicita úplně chybí, tj. nejsou provedena žádná opatření, která mají informovat o finanční podpoře z programu,
- publicita je uvedena chybně, tj. publicita není kompletní nebo není předpisová.

V případě zjištění pochybení bude partner kontrolorem vyzván k nápravě, k tomu mu bude poskytnuta přiměřená lhůta. Pokud partner zjedná nápravu, nebude uplatněna sankce. Pokud partner nápravu ve stanovené lhůtě nezjedná, resp. nápravné opatření v daném případě není možné (např. výstupy nebo propagační předměty už byly distribuovány cílové skupině), bude uplatněna sankce dle níže uvedeného sazebníku:

	Publicita zcela chybí	Publicita je chybně
<b>Propagační předmět</b>	100 %	25 %
<b>Dokumenty a komunikační materiály pro veřejnost</b> (např. plakáty, letáky, bannery, roll-ups, pozvánky, podklady k akcím, potvrzení o účasti)	50 %	10 %
<b>Výstup projektu</b> (ve vztahu k výsledkům definovaným v projektové žádosti, např. publikace, vybavení, trvalé cedule nebo billboardy, filmy k projektu, internetové stránky nebo aplikace)	10 %	5 %

V případě, že není splněna dvojjazyčnost výstupů, akcí a publikací, bude uplatněna sankce ve výši 50 % dotčených výdajů.

Pokud je na některém dokumentu nebo prostředku komunikace s veřejností (např. pozvánka na akci) uvedena publicita chybně nebo zcela chybí, nemusí to nutně vést k uplatnění sankce, jestliže partner doloží, že veřejnost nebo účastníci dané akce byli prostřednictvím jiných forem publicity dostatečně informováni (např. banner apod. v místě konání akce).

Dojde-li k poškození některého z nástrojů publicity, je partner povinen tento nástroj publicity uvést do původního stavu minimálně po dobu realizace projektu a případně doby účelového vázání prostředků.