



10.3.1 HVORNÅR KAN DER VÆRE SAMMENFALDENDE INTERESSER?

Der vil fx være sammenfaldende interesser, hvis du som tilsagnshaver også ejer, sidder i bestyrelsen eller i direktionen i et selskab eller forening, som leverer varer eller ydelser til projektet. Men der kan også være sammenfaldende interesser, hvis du som tilsagnshaver vælger en leverandør til projektet, som du er i familie med.

Hvis tilsagnshaver er en forening, vil der fx være sammenfaldende interesser, hvis et bestyrelsesmedlem også ejer eller er direktør i en virksomhed, som giver tilbud på eller leverer opgaver, varer eller ydelser til projektet. Der vil også være sammenfaldende interesser, hvis bestyrelsesmedlemmer vælger leverandører til projektet, som de har en nærtstående familiemæssig relation til.

På udbetalingstidspunktet skal foreninger indsende en liste over bestyrelsesmedlemmer, gældende for den periode, hvor der er afholdt udgifter.

Eksempler på parter, som altid anses for interesseforbundne/afhængige:

- Ægtefæller eller anden nærtstående familie, fx børn, børnebørn, forældre og bedsteforældre, søskende, og disses ægtefæller samt niecer og nevøer, hvor den ene er tilskudsmodtager, og den anden driver den virksomhed, der leverer varen eller tjenesteydelser til projektet.
- Virksomheder ejet af samme person.
- En virksomhed der ejer en anden virksomhed (fx moder- og datterselskab).
- Øvrige koncernforbundne virksomheder.
- Tegningsberettigede medlemmer af bestyrelsen for en forening, der leverer varer eller ydelser til et projekt, hvor foreningen er projektholder/økonomisk partner.

Dokumentation på udbetalingstidspunktet

- Liste over navne på bestyrelsesmedlemmer (gælder for foreninger).

11 DU SKAL INFORMERE OM, AT PROJEKTET FÅR TILSKUD FRA EU (SKILTUNGS- OG LOGOREGLER)

Fra det tidspunkt, hvor du får tilsagn om tilskud til dit projekt, og til du får tilskuddet udbetalt, skal du informere offentligheden om, at projektet får tilskud fra EU. Ellers kan du risikere, at dit tilskud bliver nedsat med op til 1 pct. af de tilskudsberettigede udgifter.

Der gælder følgende regler:

- Hvis du har en officiel hjemmeside, skal den indeholde en beskrivelse af projektet og et EU-logo (se afsnit [11.2](#) og [11.2.1](#)).
- Hvis du har en officiel profil på et socialt medie, skal du i tekst beskrive, at du har fået støtte af EU (se afsnit [11.2](#) og [11.2.2](#)).
- Hvis du modtager tilskud på mere end 10.000 EUR (ca. 75.500 kr.), skal du opsætte et fysisk skilt eller plakat i A3 størrelse med beskrivelse og et EU-logo (se afsnit [11.3](#)).
- Hvis du udarbejder kommunikations- og informationsmateriale, der omtaler/vedrører projektet og er målrettet offentligheden eller deltagerne, skal der være et EU-logo på materialet (se afsnit [11.4](#)).



I de næste afsnit kan du læse mere om, hvordan du informerer om støtten fra EU, så du kan sikre dig, at du lever op til reglerne.

11.1 SKILTNING MED ET KORREKT EU-LOGO

Alle LAG projekter i hele Europa, anvender det samme EU-logo, når de skal oplyse om støtten fra EU. EU dikterer, hvordan logoet skal se ud i alle medlemsstater - og det er vigtigt, at du anvender det korrekte EU-logo for at sikre genkendeligheden i hele Europa.

EU kan dog godt ændre logoets udformning fra én programperiode til en anden, så du skal holde øje med, hvilken programperiode, der er relevant for dit projekt når du skal finde EU-logoet.

Det officielle og aktuelle EU-logo (programperioden 2023-2027)

- 1) Det officielle EU-logo består af et blåt flag med gule stjerner og teksten "Medfinansieret af den Europæiske Union".
- 2) Det findes i en horisontal og vertikal version.
- 3) Det findes både til mørk og lys baggrund. Versionen til mørk baggrund har hvid tekst.
- 4) Du kan finde de forskellige versioner af logoet på www.livogland.dk



Når du anvender EU-logoet, skal du være opmærksom på følgende:

Hvis der vises **andre symboler** ud over EU-logoet, skal EU-logoet have mindst samme størrelse, målt i højde *eller* bredde, som det største af de øvrige symboler.

EU-logoet består af både tekst og billede, så begge dele skal regnes med. Dette gælder også for øvrige symboler/logoer, der består af både tekst og billede. Det er tilstrækkeligt at én af EU-logoets sider er i mindst samme størrelse.

Eksempler på EU-logo, hvor én side er mindst samme størrelse som "et andet symbol":



Der må **ikke afbildes** nogen andre former for visuel identitet eller symboler end EU-logoet til at illustrere støtten fra Unionen.

EU-logoet må **ikke ændres** eller kombineres med andre grafiske elementer eller tekster.

Dvs. at du bl.a. ikke må skrive supplerende tekst (fx navnet på dit projekt) inden for det felt, der afgrænser logoet.

Eksempler på "forbudte" ændringer:

Undlad at ændre EU-logoet.



Undlad at føje navnet på programmet til finansieringserklæringen.





11.2 PROJEKTET SKAL OMTALES PÅ DIN OFFICIELLE HJEMMESIDE OG OFFICIELLE SOCIALE MEDIER

Har du en eksisterende officiel hjemmeside (evt. som en særlig hjemmeside for projektet) eller officiel profil på sociale medier, skal det fremgå her, at projektet får tilskud fra EU.

Hvis du gennemfører projektet som et samarbejde, skal projektet og EU-støtten omtales på én officiel hjemmeside og på alle dine og de økonomiske partners officielle sociale medier. Men hvis hverken du eller eventuelle godkendte økonomiske partnere i projektet har en officiel hjemmeside eller officiel profil på sociale medier, er I ikke forpligtede til at oprette dem.

Sociale medier er fx Facebook, X, Instagram, TikTok og Youtube.

Kravet gælder for alle typer projekter og uanset, hvor meget, du modtager i tilskud til projektet.

Oplysningerne skal være tilgængelige på hjemmesiden og på de sociale medier fra den dato, du får tilsagn om tilskud og indtil tilskuddet er endeligt udbetalt.

Eksempler på hvornår en hjemmeside eller en profil på et socialt medie er officiel

- Hjemmesiden eller profilen repræsenterer den virksomhed, forening eller offentlige myndighed, som søger tilskud.
- Hjemmesiden eller profilen indeholder oplysninger om aktiviteter i den forening, virksomhed eller offentlige myndighed, som har søgt om tilskud.
- Hjemmesiden eller profilen er oprettet med det formål at informere om projektet (fx fordi projektet er et arrangement).
- Hjemmesiden eller profilen fungerer som web-butik for den virksomhed, som har søgt tilskud.

Din hjemmeside eller profil vil ikke være officiel, hvis den

- kun indeholder oplysninger om dine aktiviteter som privatperson. Du skal derfor ikke oplyse om EU-tilskuddet her.

11.2.1 HVAD SKAL DER STÅ PÅ DEN OFFICIELLE HJEMMESIDE?

På den officielle hjemmeside skal der fremgå to ting:

- 1) Du skal kort beskrive, hvad projektet handler om, og fremhæve, at det får støtte fra EU.
- 2) Du skal indsætte det officielle EU-logo på hjemmesiden. Læs om EU-logoet i afsnit 11.1.

Du kan fx placere beskrivelsen af projektet og EU-logoet på en underside om projektet eller på siden "Om os". Det er ikke et krav, at logoet er placeret i direkte sammenhæng med beskrivelsen af projektet.

Du behøver kun at oplyse om EU-tilskuddet på én officiel hjemmeside. Hvis du allerede har en officiel hjemmeside, men vælger at oprette en særlig hjemmeside, som kun vedrører projektet, kan du derfor nøjes med at oplyse om EU-tilskuddet på den særlige hjemmeside om projektet.

Dokumentation ved udbetaling:

- Link til officiel hjemmeside.
- Skærmpoint som viser, at projektet er beskrevet på hjemmesiden og at EU-logoet fremgår af hjemmesiden.



11.2.2 HVAD SKAL DER STÅ PÅ DE SOCIALE MEDIER, HVOR DER ER EN OFFICIEL PROFIL?

På de sociale medier, hvor du og/eller eventuelle økonomiske partnere i projektet har en officiel profil, skal du kort beskrive, hvad projektet handler om, og fremhæve, at det får støtte fra EU. Det kan du fx gøre ved at skrive: *"Vi har fået penge af EU til [projektets titel/indhold]"*.

Du må gerne anvende EU-logoet på jeres officielle sociale profiler, men det er ikke et krav.

Du kan fx placere beskrivelsen af projektet og EU-støtten i selve profilen på de sociale medier eller i et eller flere opslag, der omhandler projektet. Du skal dokumentere dette med et skærmpoint, når du ansøger om udbetaling.

Hvis du har sat oplysningen om EU-støtten i selve profilen på det sociale medie, behøver du ikke at oplyse om EU-støtten, hver gang du laver et opslag om projektet, og det er samtidig let at finde og dokumentere.

Eksempel på tekst til profil på officielle sociale medier:

"Vi har fået penge fra EU til det nye køkken i vores café."

Dokumentation ved udbetaling:

- Link til alle officielle profiler på sociale medier.
- Skærmpoint fra hvert officielt socialt medie, som viser, at projektet og EU-støtten er beskrevet.

11.3 OPSÆTNING AF ET FYSISK SKILT ELLER PLAKAT

Hvis dit projekt har fået tilsagn om tilskud på mere end 10.000 EUR (ca. 75.500 kr.), skal du opsætte et fysisk skilt eller plakat, som informerer om projektet og støtten fra EU. Skiltet skal opsættes et sted, som er synligt for offentligheden. Det betyder, at det skal kunne ses af gæster, og kunder mv., når jeres virksomhed, forening, myndighed mv. har åbent.

Du kan fx placere skiltet ved indgangen eller i receptionen til den bygning hvor projektet befinder sig. Skiltet kan også opsættes udendørs, i nærheden af projektets aktiviteter. Hvis projektet ikke har en fysisk udformning, kan du placere skiltet ved dit kontor eller anden adresse, hvor du som projektholder holder til.

Skiltet skal opsættes, når du modtager tilsagn om tilskud, og må først fjernes, når projektet er gennemført, og du har fået tilskuddet udbetalt. Herefter er du velkommen til stadig at skilte. Skiltets størrelse og udformning kontrolleres ikke efter udbetalingen.

Du skal sikre, at skiltet opfylder følgende krav:

- Det skal fremgå af skiltet, hvad projektet går ud på. Det behøver ikke være en lang formålsbeskrivelse. Det kan også bare være titlen på projektet eller en tilsvarende sigende sætning.
- EU-logoet skal fremgå af skiltet. (Læs i afsnit 11.1, hvordan du anvender EU-logoet korrekt).
- Skiltet skal være i A3-størrelse (eller større)
- Skiltet kan være en fast plade af fx træ eller metal, en plakat af fx papir, eller en elektronisk skærm. Hvis skiltet opsættes udendørs, skal det kunne holde til vind og vejr.

På www.livogland.dk kan du finde en skabelon til det fysiske skilt, som du kan vælge at bruge.



Dokumentation på udbetalingstidspunktet:

- 2 eller flere foto af det fysiske skilt, som samlet viser:
 - Hvad der står på skiltet (man skal kunne læse teksten og se EU-logo),
 - Hvor skiltet er opsat (man skal kunne se, at skiltet hænger et sted, hvor det er synligt)
 - Hvor stort skiltet er (man skal kunne se, at det er i A3 størrelse fx ved at fotografere det sammen med en tommestok)

11.4 KOMMUNIKATIONS- OG/ELLER INFORMATIONSMATERIALE

Hvis du udarbejder kommunikations- og/eller informationsmateriale målrettet offentligheden eller deltagerne, der omtaler eller vedrører dit projekt, skal EU-logoet påsættes materialet (se afsnit 11.1 hvordan du anvender EU-logoet korrekt).

Eksempler på kommunikations- og informationsmateriale:

- Foldere
- Brochurer
- Postkort
- Nyhedsbreve
- Bøger
- Plakater
- Annoncer i fx blade, aviser, tidsskrifter og på web
- Pressemeddelelser (som du sender til diverse medier)
- Audiovisuelt materiale (fx film)

For at afgøre om dit kommunikationsmateriale omtaler eller vedrører dit projekt, skal du holde dig for øje, hvad selve projektet går ud på (projektets formål). Alt hvad der reklamerer for, eller oplyser om, selve projektet, anses for kommunikationsmateriale, der vedrører projektet. Omvendt kan du godt, som led i dit projekt, producere kommunikationsmateriale, der *ikke* kommunikerer om selve projektet fx vejskilte o. lign. Dette materiale skal der ikke EU-logo på (se skilte-eksempel 1 og 2).

Skilte-eksempel 1:

Et museum har fået 100.000 kr. i LAG tilskud til at lave en særudstilling med malerier af lokale kunstnere. Pengene er brugt til at hænge malerierne op og sætte små skilte nedenunder, der fortæller titlen på maleriet og hvem der har malet det.

Selv om skiltene ved malerierne er et kommunikationsmateriale, så kommunikerer de ikke om projektet, men udelukkende om malerierne enkeltvis. Der skal derfor *ikke* et EU-logo på hvert skilt.

Havde museet i stedet valgt at bruge pengene på at trykke en folder om særudstillingen, hvori der også fortælles om titlerne på malerierne og hvem der har malet dem, så er folderen et kommunikationsmateriale. Og fordi hele projektet (særudstillingen med de samlede malerier af lokale kunstnere) er omtalt i folderen, skal der et EU-logo på folderen.

Uanset om pengene er brugt på foldere eller små skilte, så har projektet (etablering af særudstilling) modtaget mere end 10.000 EUR (ca. 75.500 kr.), og der skal derfor også opsættes et fysisk skilt i A3 størrelse, der informerer om projektet og støtten fra EU. Skiltet kan placeres ved indgangen til særudstillingen med teksten "*Særudstilling med lokale kunstværker*" samt et påsat EU-logo. Det kan eventuelt suppleres med uddybende oplysninger om, at det specifikt enten er de små skilte under malerierne eller informationsfolderen, der er støttet af EU.



Skilte-eksempel 2:

En turistorganisation har fået 200.000 kr. i LAG tilskud til at lave en gå-rute gennem et naturlandskab. Pengene er brugt til at markere ruten og gøre den fremkommelig, samt at opsætte skilte med QR-koder, der linker til beskrivelser af seværdige ting på ruten.

En QR-kode er *ikke* et kommunikationsmateriale i sig selv. Det er teksten/billedet, der fremkommer, når man scanner QR-koden, der er kommunikationsmaterialet. Hvis QR-koden blot linker til en enkeltstående beskrivelse, fx *"Her ser du et egetræ – det er 100 år gammelt"* eller et eksisterende websted, der blot beskriver fx istidslandskabet. Så skal der *ikke* EU-logo på beskrivelsen. Men hvis QR-koden linker til en hjemmeside el. lign, der beskriver projektet, fx *"Du står nu på den grønne rute, der er 5 km lang..."* Så skal der være EU-logo på beskrivelsen.

Da projektet (etablering af gå-rute) har modtaget mere end 10.000 EUR (ca. 75.500 kr.), skal der opsættes et fysisk skilt i A3 størrelse, der informerer om projektet og støtten fra EU. Skiltet kan placeres ved et naturligt begyndelsespunkt på ruten, fx ved en parkeringsplads, og skal indeholde en tekst, fx *"Gå-rute gennem naturlandskabet,"* samt et påsat EU-logo. Det kan eventuelt suppleres med uddybende oplysninger om ruten, og at det specifikt er skilte med QR-koder og grus til stier, der er støttet af EU.

Er du stadig i tvivl, så sæt hellere et EU-logo for meget end et EU-logo for lidt - og kontakt gerne din lokale LAG-koordinator.

Dokumentation ved udbetaling:

- Kopi, skærbillede eller fotos, som viser, at EU-logoet fremgår af materialet.

12 ÆNDRINGER I PROJEKTET

Efter du har fået tilsagn om tilskud, kan det være, at du ønsker at lave ændringer undervejs i dit projekt, som du ikke havde forudset på ansøgningstidspunktet. Disse ændringer skal du have godkendt, ellers kan du risikere, at du ikke kan få hele eller dele af tilskuddet udbetalt. Kontakt din lokale LAG-koordinator, som kan hjælpe dig med at afklare, hvordan dine ændringer skal håndteres.

Følgende ændringer skal godkendes:

- Du foretager væsentlige ændringer i projektets budget (se afsnit 12.1).
Godkendelse kan søges både undervejs i projektet eller vente til udbetalingstidspunktet.
- Du flytter dit fysiske projekt til en ny adresse (se afsnit 12.2).
Godkendelse skal søges når det indtræffer undervejs i projektet.
- Du skal overdrage projektet til en anden (se afsnit 12.3).
Godkendelse skal søges, når det indtræffer undervejs i projektet, og efter projektets afslutning, hvis der er krav om opretholdelse af projektet (se afsnit 15.1 om opretholdelse).
- Du skal ændre sammensætningen af partnere i dit samarbejdsprojekt.
Godkendelse skal søges, når det indtræffer undervejs i projektet.
- Dit projekt bliver forsinket (se afsnit 12.4).
Godkendelse af fristforlængelse skal søges senest den dag, der er sat som frist for ansøgning om slutudbetaling i tilsagnet.