

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ

Národní orgán pro koordinaci

Roční komunikační plán

Operačního programu Technická pomoc 2014 - 2020
a Národního orgánu pro koordinaci

2017

Verze: 1.

Datum: 24. listopadu 2016



EVROPSKÁ UNIE
Fond soudržnosti
Operační program Technická pomoc



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

OBSAH

1.	MANAŽERSKÉ SHRNUTÍ	3
2.	PŘEDSTAVENÍ DOKUMENTU	4
3.	Z ČEHO ROČNÍ KOMUNIKAČNÍ PLÁN VYCHÁZÍ?	5
4.	VSTUPNÍ DATA A DOPORUČENÍ	6
5.	FÁZE, TÉMATA A CÍLE KOMUNIKACE	7
5.1	Fáze komunikace	7
5.2	Komunikační témata a cíle pro rok 2017.....	8
5.3	Cílové skupiny a komunikační témata	9
6.	VOLBA KOMUNIKAČNÍCH NÁSTROJŮ	11
7.	PŘEHLED KOMUNIKAČNÍCH NÁSTROJŮ A AKTIVIT	12
8.	ÉVALUACE A INDIKÁTORY.....	16
	SEZNAM ZKRATEK.....	18

1. MANAŽERSKÉ SHRNTÍ

Roční komunikační plán OPTP a MMR-NOK (dále jen RKoP) definuje komunikační témata a nástroje, které plánuje Oddělení publicity EU jakožto gestor horizontální komunikace Evropských strukturálních a investičních fondů v České republice realizovat v roce 2017. V kap. 2. představuje hlavní témata komunikace v roce 2017: Evropské fondy pomáhají, Evropské fondy pro lepší vzdělávání a zaměstnání, Evropské fondy pro větší konkurenceschopnost regionů a ESI fondy transparentně, která jsou podrobněji představena v kap. 5.

Kap. 3 zpřesňuje postavení dokumentu RKoP v kontextu Nařízení č.1303/2013 a dalších metodických a strategických dokumentů platných v oblasti komunikace na národní úrovni.

Volba komunikačních nástrojů a aktivit v RKoP OPTP a MMR-NOK pro rok 2017 vyplývá z výstupů analýz popsaných v kap. 4. Klíčovou komunikační aktivitou v roce 2017 bude i na základě uvedených doporučení masmediální kampaň (TV, tisk, internet) zaměřená na širokou veřejnost, přičemž první s tématem Evropské fondy pro lepší vzdělávání a zaměstnání byla plánována již v roce 2016, ale z důvodu zdržení v procesování veřejných zakázek bude nasazena na konci 1. Q 2017. Druhá kampaň Evropské fondy pro větší konkurenceschopnost regionů je plánována na 3. Q 2017.

Podrobný přehled všech plánovaných komunikačních aktivit rozdělených podle zaměření na cílové skupiny s uvedením indikativního harmonogramu doručení a rozpočtu je uveden v tab. 2 kap. 7. Součet indikativních nákladů na plánované komunikační aktivity RKoP OPTP a MMR-NOK 2017 činí 57.705.000 Kč bez DPH.

2. PŘEDSTAVENÍ DOKUMENTU

Roční komunikační plán OPTP¹ rozvádí cíle komunikace Operačního programu Technická pomoc 2014-2020 (OPTP) na rok 2017. Definuje také komunikační témata a nástroje pro splnění stanovených cílů a indikátorů. Za komunikaci OPTP je primárně odpovědné Oddělení publicity EU (OPEU), které zároveň zastává funkci Národního orgánu pro koordinaci (NOK) v oblasti publicity Evropských strukturálních a investičních fondů (ESIF).

V roce 2017 budeme naplňovat tato hlavní komunikační témata:

1. Evropské fondy pomáhají

Na příkladech úspěšných a kvalitních projektů ukážeme, jak pomáhají rozvíjet regiony a zlepšovat život nás všech. Téma prostoupí jak do připravovaných publikací, spolupráce s tiskem, tak i eventů pro širokou veřejnost.

2. Evropské fondy pro lepší vzdělání a zaměstnání

Na úspěšnou obecnou kampaň z ledna 2016 naváže kampaň v TV, on-line i tisku, původně plánovaná na podzim 2016, Evropské fondy pro lepší vzdělání a zaměstnání.

3. Evropské fondy pro větší konkurenceschopnost regionů

Podzimní kampaň využívající nadlinková média bude pokračovat v tematickém zaměření přínosy projektů k větší konkurenceschopnosti regionů České republiky (podpora podnikání, inovací, výzkumu).

4. ESI fondy transparentně

Informujeme všechny zájemce bez rozdílu o nastavení pravidel, procesů i podpořených projektech.

Stěžejní navrhované komunikační nástroje aplikují dva důležité aspekty:

Kvalitní obsah

OPEU má díky své pozici v rámci MMR-NOK přístup k jedinečnému odbornému know-how pro odbornou veřejnost i žadatelům, díky partnerům z programů k úspěšným projektům a této kombinace bychom rádi využili při intenzivnější spolupráci s mediadomy v roce 2016.

Pravidelnost

Zkušenosti z úspěšných výstupů z předchozích let především v oblasti tiskovin pro širokou a odbornou veřejnost promítneme intenzivnější a pravidelné spolupráce s cílem informovat o vybraných tématech především v regionálním tisku a online.

Využívání digitálních nástrojů marketingu

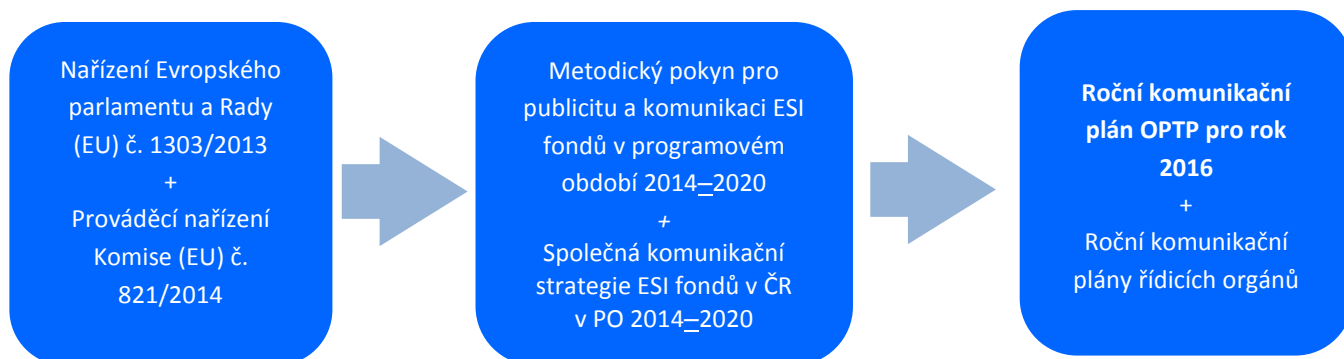
Posílíme aktivitu MMR v oblasti fondů na sociálních sítích a tradiční aktivity (např. eventy) podpoříme digitální reklamou.

¹ RKO P vychází ze Společné komunikační strategie evropských strukturálních a investičních fondů v ČR v programovém období 2014–2020 (SKS).

3. Z ČEHO ROČNÍ KOMUNIKAČNÍ PLÁN VYCHÁZÍ?

Roční komunikační plán je vypracován v souladu s níže uvedenými metodickými pokyny a závaznými dokumenty:

Schéma č. 1: Provázanost metodických dokumentů pro oblast publicity fondů EU



Koordinace publicity fondů EU

Koordinace na národní úrovni probíhá na *Pracovní skupině pro informování a publicitu fondů EU 2014-2020* (dále jen PS Publicita), které slouží jako platforma pro spolupráci na společných komunikačních aktivitách NOK a řídicích orgánů programů.

Pro posílení koordinace v novém programovém období slouží *Metodický pokyn pro informování a publicitu fondů EU*, který nastavuje společná pravidla, která jsou v programovém období 2014-2020 platná pro řídicí orgány programů. Na úrovni ČR byla vytvořena *Společná komunikační strategie*, kterou všechny programy naplňují.

Orientace na výsledky a výstupy

Navrhované aktivity RKoP přispějí k plnění dlouhodobých indikátorů a výsledku a výstupu, které jsou nastaveny uvedenou *Společnou komunikační strategií*, a podrobněji je představuje kapitola 6 tohoto dokumentu včetně návrhu evaluace.

4. VSTUPNÍ DATA A DOPORUČENÍ

V průběhu přípravy *Společné komunikační strategie* MMR-NOK realizoval několik analýz a pracoval s výsledky Eurobarometru i výstupy evaluací komunikačních aktivit. Z těchto analýz vyplynula následující **doporučení** vedoucí ke zlepšení informovanosti veřejnosti, potenciálních příjemců i skutečných příjemců pomoci z fondů EU:

- intenzivnější **využívání příběhů při komunikaci fondů EU**,
- využívání **případových studií**, modelových projektů,
- udržení **vysoké kvality obsahu webových stránek** www.dotaceEU.cz a zlepšit jejich přehlednost,
- zvýšení **adresnosti, interaktivnosti a praktičnosti** pořádaných seminářů,
- **aktivní zapojování tisku** (např. formou snídaní pro tisk),
- větší využívání speciálních příloh v ekonomickém tisku,
- **intenzivnější zapojení masmédií, především TV** pro kampaně,
- zvýšení **netradičních forem** komunikačních opatření (např. soutěže),
- komunikace pomocí on-line chatu a nových komunikačních technologií a aktivit.

V rámci evaluace kampaně v lednu 2016 provedla agentura IBRS post-test TV spotu formou dotazníkového šetření na reprezentativním vzorku 800 respondentů. Výstupem jsou mimo jiné následující informace:

Povědomí o EU fondech je vysoké, znalost nějakého projektu financovaného z EU má více než polovina respondentů.

88%

má povědomí o evropských fondech

60%

zná nějaký projekt financovaný z evropských fondů

Hlavní zdroje informací:



49%

Televize



29%

Internet



7%

Přednášky a školení

5. FÁZE, TÉMATA A CÍLE KOMUNIKACE

5.1 Fáze komunikace

Komunikace v roce 2017 zapadá z hlediska fází, vytyčených ve *Společné komunikační strategii* zejména do etapy „**Budování znalosti a informování o příležitostech programového období 2014–2020**“ a „**Motivování a mobilizace**“ a zároveň do etapy „**Vzdělávání a asistence**“. Vzhledem k možnosti využít projekty daného období pak i do etapy „**Informování o výsledcích předchozího programového období**“ (fotografie, case studies).

Schéma č. 2: Zahájení čerpání v novém období definuje pro rok 2017 etapy komunikace



5.2 Komunikační témata a cíle pro rok 2017

Návrhy komunikačních témat a cílů ovlivňují kromě strategických dokumentů, fáze komunikace i výstupy z provedených analýz a zkušenosti z předchozích let:

Evropské fondy pomáhají

Na příkladech úspěšných a kvalitních projektů ukážeme, jak pomáhají rozvíjet regiony a zlepšovat život nás všech.

Přispívá k plnění cíle SKS – Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku – rovina obecná

Jedním z hlavních cílů Společné komunikační strategie je zvyšovat povědomí české veřejnosti o tom, že v minulém programovém období se v České republice realizovala řada úspěšných a výjimečných projektů, které přispívají k dennodennímu prospěchu obyvatel jednotlivých českých regionů, ale o kterých veřejnost často neví, že byly podpořeny z evropských fondů. Proto i v roce 2017 bude realizována řada komunikačních aktivit, které se primárně či sekundárně budou zaměřovat na prezentaci úspěšných projektů a tím přispívat k zvýšení pozitivního vnímání kohezní politiky v ČR.

Evropské fondy pro lepší vzdělání a zaměstnanost

Na úspěšnou obecnou kampaň z ledna 2016 naváže kampaň v TV, on-line i tisku, původně plánovaná na podzim 2016 s názvem „Evropské fondy pro lepší vzdělání a zaměstnanost“ a na podzim / v zimě bude pokračovat druhá kampaň „Evropské fondy pro větší konkurenceschopnost“.

Přispívá k plnění cíle SKS – Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku – rovina projektová

Finance z Evropského fondu pro regionální rozvoj a Evropského sociálního fondu, které směřovaly do oblastí vzdělávání (výstavba/rekonstrukce mateřských/základních škol; vybavení odborných učeben, nové vzdělávací aktivity, atd.) a do oblastí podpory pracovního trhu (rekvalifikace, podpora sociálně znevýhodněných skupin na trhu práce) představovaly v programovém období 2007-2013 velkou část investic v České republice. Nejinak tomu bude i v programovém období 2014-2020. Cílem je tak informovat širokou veřejnost o dosažených úspěších a o možnostech, které jsou v této oblasti stále před námi. Hlavním nástrojem zde bude mediální kampaň, která by měla opět držet linku „přínosů“ pro průměrnou českou domácnost, která byla použita v úspěšné kampani „Fondy EU: jednoduše pro lidi“. Tato v přeneseném slova smyslu „lokálnost“ má u cílové skupiny široká veřejnost velký zásah, jak potvrdil posttest kampaně realizovaný v lednu 2016.

Evropské fondy pro větší konkurenceschopnost regionů

Podzimní kampaň využívající nadlinková média bude pokračovat v tematickém zaměření přínosy projektů k větší konkurenceschopnosti regionů České republiky (podpora podnikání, inovací, výzkumu).

Přispívá k plnění cíle SKS – Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku – rovina projektová

Podobnou optikou jako u předchozího tématu se zaměříme na další klíčovou oblast intervencí ESI fondů v České republice – podpora konkurenceschopnosti jak v oblasti podnikání, tak i investic do inovací a výzkumu.

ESI fondy transparentně

Informujeme všechny zájemce bez rozdílu o nastavení pravidel, procesů i podpořených projektech. Informujeme o výzvách jednotlivých programů i seminářích pro potencionální žadatele.

Přispívá k plnění cíle SKS – Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku – rovina programová

Komunikace se tak bude soustředit na dosaženou úroveň implementace programové období 2014-2020. Pravidelně budeme informovat o možnostech čerpání formou dotací a finančních nástrojů. Tím budeme přispívat k zajištění povědomí veřejnosti o fondech EU a zároveň budeme využívat moderní prostředky k zajištění co nejvyšší transparentnosti procesů spjatých s fondy EU – publikováním tzv. open dat i vývojem a spuštěním nového a přehlednějšího webového portálu, přímou komunikací regionálních informačních kanceláří - Eurocenter.

5.3 Cílové skupiny a komunikační témata

Komunikační aktivity uvedené v tomto Ročním komunikačním plánu mají definovány hlavní **cílové skupiny**²:

- široká veřejnost (ŠV)
- cílové skupiny jednotlivých programů (CSJP)
- odborná veřejnost (OV)
- média (M)

V rámci jednotlivých cílových skupin jsou podskupiny, ke kterým míří úže specifikovaná sdělení.

² Podrobný popis cílových skupin je uveden ve „Společné komunikační strategii ESI fondů v ČR v programovém období 2014-2020“.

Pro rok 2017 byly definovány pro cílovou skupinu široká veřejnost následující komunikační témata, která se v Tabulce č. 5 dále člení dle jednotlivých podskupin cílové skupiny. Témata jsou:

Tab. č. 1: Přehled cílových skupin a komunikačních témat pro rok 2017

Hlavní cílová skupina	Specifická cílová skupina	Komunikační témata*			
		1	2	3	4
široká veřejnost	Děti do 15 let	X			
	Mládež a studenti do 27 let	X	X	X	
	Zaměstnanci do 40 let	X	X	X	
	Rodiny s dětmi	X	X	X	
	55+ (pracující)	X	X	X	
	Sociálně znevýhodnění	X	X	X	
	Obyvatelé krajských měst	X	X	X	
	Obyvatele menších města a venkova	X	X	X	
cílové skupiny jednotlivých programů	Potencionální žadatelé				X
	Žadatelé				X
	Příjemci				X
	Potenciální a koneční uživatelé pomoci				X
odborná veřejnost	Evropská komise	X			X
	Implementační struktura ČR				X
	Administrátoři / zajišťovatelé ČR				X
	Opinion makeři	X			X
	Politická reprezentace ČR	X			X
	Politická reprezentace EU	X			X
média		X			X

* 1 – Evropské fondy pomáhají

2 – Evropské fondy pro lepší vzdělání a zaměstnanost

3 – Evropské fondy pro větší konkurenceschopnost

4 – ESI fondy transparentně

6. VOLBA KOMUNIKAČNÍCH NÁSTROJŮ

Návrh komunikačních nástrojů vychází z osvědčených aktivit předchozích let a jejich interním vyhodnocením. Na základě toho byly do plánu zapracovány některé nové nástroje, které by měly lépe zasáhnout danou cílovou skupinu. Důraz bude v roce 2017 kladen na tvorbu kvalitního obsahu a pravidelnost komunikace k vybraným cílovým skupinám (především široká veřejnost).

Široká veřejnost

Komunikace vůči **široké veřejnosti** bude probíhat zejména prostřednictvím:

- **mediálních kampaní** – hlavním médiem bude TV, doplněna o on-line a tisk
- **PR/inzerčních aktivit** – speciální přílohy v denním tisku
- **akcí (eventů)** – Dem otevřených dveří na projektech, Den Evropy a Ladronka fest
- **aktivit na sociálních sítích (Facebook a Instagarm)** – soutěže Poznej projekt, Vyfoť projekt
- **organizace studentské soutěže Navrhni projekt**
- **webového portálu www.dotaceEU.cz** - včetně on-line Mapy projektů
- **přímou komunikací** - informační linka Eurofon, on-line chat, síť Eurocenter

Odborná veřejnost

Pro **odbornou veřejnost** budou určeny zejména:

- **publikace a brožury** – např. newsletter Oko NOKu
- **PR/inzerční aktivity** – zaměřené na odbornou veřejnost
- **webový portál www.dotaceEU.cz** – základní on-line informační rozcestník v problematice ESI fondů

Cílové skupiny jednotlivých programů

Pro **žadatele, potenciální žadatele a příjemce** budou využívány především:

- **bezplatná informační linka Eurofon** (provoz linky je hrazen společně s ÚV ČR, část MMR je hrazena ze mzdového projektu Oddělení administrativní kapacity MMR-NOK)
- **síť 13 regionálních informačních Eurocenter** (provoz ve spolupráci s ÚV)
- **webový portál www.dotaceEU.cz**
- **tematicky zaměřené publikace** s přehledem dotačních možností

Média

Informace směrem k **médiím** budou předávány primárně:

- **tiskovými zprávami**
- **tiskovými konferencemi**
- **snídaněmi s tiskem** – např. k významným milníkům v implementaci
- **webový portál www.dotaceEU.cz** – open data, Seznam operací, přehledy čerpání apod.

7. PŘEHLED KOMUNIKAČNÍCH NÁSTROJŮ A AKTIVIT (Tab. č. 2)

aktivita / nástroj	médium	cílová skupina	specifikace	počet	předpokládaný harmonogram	indikativní rozpočet v Kč bez DPH
KOMUNIKAČNÍ AKTIVITY ZAMĚŘENÉ NA ŠIROKOU VEŘEJNOST						
Mediální kampaň „Evropské fondy pro lepší vzdělání a zaměstnání“	TV, on-line, print	ŠV	masmediální kampaň k tématu vzdělání a zaměstnání s cílem podpořit uvědomění si každodenních přínosů z podpořených projektů financovaných z ES fondů (visibility)	1	leden – únor 2017 (přesun z r. 2016)	10.000.000 (médiá) 2.500.000 (výroba)
Mediální kampaň „Evropské fondy pro větší konkurenceschopnost regionů“	TV, on-line, print	ŠV	navazující masmediální kampaň k tématu konkurenceschopnosti, inovací a výzkumu	1	3.Q 2017	15.000.000 (médiá) 3.000.000 (výroba)
Abeceda fondů EU na vlnách rozhlasu	rozhlas	ŠV, CSJP	audioseriál 3-minutových pořadů na základě úspěšné publikace představuje základní vhled do problematiky a nastavení programů ESI fondů	9	1.Q 2017	1.800.000
Pravidelná příloha o evropských fondech	print, on-line	ŠV	představení přínosů projektů podpořených z evropských projektů na regionální úrovni a na konkrétních příkladech, pravidelná příloha v regionálních mutacích denního tisku (+ online verze) zaměřená na zviditelnění každodenních přínosů ESI fondů (visibility)	12	celý rok 2017 (12x) (přesun z r. 2016)	1.800.000
Den otevřených dveří na projektech	série eventů + on-line kampaň	ŠV	den otevřených dveří úspěšných projektů v 5 vybraných regionech podpořených on-line kampaní a fotovýstavou v krajských městech	5	9/2017	3.000.000
Den Evropy	event	ŠV	tradiční akce ke Dni Evropy (ve spolupráci se ZEK)	1	5/2017	200.000
LadronkaFest 2016	event	ŠV	prezentace na festivalu volnočasových aktivit	1	9/2017	200.000

Prezentace na významném hudebním festivalu	event	ŠV	nový typ interaktivní prezentace přínosů evropských fondů vůči mladým lidem na vybraném hudebním festivalu, vývoj nové kom. aktivity pro obtížněji oslovitelnou cílovou skupinu tradiční masmediální kampaní	1	léto 2017	1.800.000
Soutěž „Poznej projekt“ 4. ročník	soutěž	ŠV	soutěž na webu dotaceEU.cz a facebookovém profilu Soutěžte s fondy	1	2-6/2016	200.000
Soutěž „Vyfoť projekt“ 7. ročník	soutěž	ŠV	letní fotografická soutěž, nově na profilu Soutěžte s fondy na facebookovém a instagramovém profilu	1	7-9/2016	200.000
Soutěž „Navrhni projekt“ 6. ročník	soutěž	ŠV	soutěž pro studenty SŠ	1	9/2017-2/2018	400.000
Nová publikace: Fotokniha II	publikace	ŠV, OV	druhý díl fotoknihy úspěšných projektů podpořených z ESIF (česko-anglická)	1	4.Q 2017	400.000
KOMUNIKAČNÍ AKTIVITY ZAMĚŘENÉ NA ODBORNOU VEŘEJNOST						
Bulletin Oko NOKu	publikace	OV	informační bulletin MMR-NOK	4	kvartálně	250.000
Nové publikace: Kohezní politika v ČR Komunitně vedeným místní rozvoj (CLLD) Finanční nástroje v ESIF Sbírka soudních rozhodnutí v oblasti poskytování dotací Analýza nástrojů používaných pro strategickou práci STARTeduka: Studijní materiál pro strategickou práci	publikace	OV	publikace určená pro implementační strukturu ESI fondů a opinion makery	7	průběžně 2017	1.000.000

Kalendář úspěšných projektů podpořených z ESIF 2018						
+ ad hoc letáky						
Aktualizace a dotisk publikací:						
ESI fondy v kostce + případně další tituly	publikace	OV	publikace určená pro implementační strukturu ESI fondů a odbornou veřejnost	1	průběžně 2017	200.000
KOMUNIKAČNÍ AKTIVITY ZAMŘENÉ NA CÍLOVÉ SKUPINY JEDNOTLIVÝCH PROGRAMŮ (potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci)						
Nové publikace: Evropské fondy pro MSP	publikace	CSJP	Tematický přehled dotačních možností pro malé a střední podniky	1	2. Q 2017	400.000
Aktualizace a dotisk publikací: Evropské fondy pro obce Evropské fondy pro NNO	publikace	CSJP	tematický přehled dotačních možností pro uvedené skupiny žadatelů	2	1. Q 2017	400.000
Eurocentra: Dotační příležitosti nejen pro obce	eventy	CSJP	semináře - přehled dotačních možností a aktuálních výzev pro žadatele z řad obcí	180	průběžně 2017	700.000
KOMUNIKAČNÍ AKTIVITY ZAMĚŘENÉ NA MÉDIA						
Tiskové zprávy, tiskové konference	PR	M, OV	TZ a TK k aktuálním tématům		příležitostně	---
Snídaně se zástupci médií	event	M	zvýšení informovanost zástupců médií		až 4x ročně	25.000
PRŮŘEZOVÉ A OSTATNÍ AKTIVITY						
Generátor nástrojů povinné publicity	on-line aplikace	CSJP	provoz aplikace na tvorbu tiskových dat plakátů apod. pro příjemce		celý rok 2017	30.000

Webový portál www.dotaceEU.cz	webové stránky	ŠV, OV, CSJP, M	provoz zastřešujícího webového portálu		celý rok 2016	1.500.000
Příprava nového webového portálu	webové stránky	ŠV, OV, CSJP, M	příprava nového webového portálu www.dotaceEU.cz		celý rok 2016	8.000.000
Propagační předměty	prop. předměty	ŠV, OV	podpůrný komunikační nástroj zejména na eventy a jednání	1 zakázka	celý rok 2017	2.000.000
Průběžné rozšiřování fotodatabáze podpořených projektů ESIF	ostatní	---	rozšíření fotodatabáze úspěšných projektů realizovaných v PO 2007-2013 a nově i PO 2014 – 2020 včetně časosběrných snímků	1 zakázka	2017 až 2020	1.800.000
Evaluační aktivity	-	-	dotazníkové šetření a evaluace	2	1. až 2. Q 2017	900.000
INDIKATIVNÍ ODHAD CELKOVÝCH NÁKLADŮ V ROCE 2017 (Kč bez DPH)						57.705.000

Financování

Financování bude zajištěno z projektů OPTP 2014-2020 na komunikační aktivity.

8. EVALUACE A INDIKÁTORY

Dotazníkové šetření

- V roce 2017 proběhne celorepublikové dotazníkové šetření, které naváže na poslední šetření z roku 2013.
- Dotazníkové šetření mimo jiné ověří aktuální hodnoty indikátorů výsledků a bude jedním ze vstupních podkladů pro následnou kvalitativní evaluaci komunikačních aktivit.

Evaluace

- Kvalitativní evaluace komunikačních aktivit bude vycházet z dotazníkového šetření a z podkladů k realizovaným komunikačním aktivitám realizovaným v letech 2015-2016, které se věnovaly novému programovému období 2014-2020.
- Závěrečná evaluační zpráva má přinést odpovědi na otázky, zdali jsou realizované komunikační aktivity dobře a efektivně vystavěny z hlediska evaluačních kritérií (3E, relevance, udržitelnost, atd.) a zdali dochází k naplňování indikátorové soustavy (indikátorů výsledky a indikátorů výstupu).
- Na základě výsledků evaluace bude možné lépe připravit komunikační aktivity na další roky.
- Plnění bude realizováno ve spolupráci s evaluační jednotkou MMR-NOK a v rámci plnění rámcové smlouvy na poskytovatele evaluací pro MMR (aktuálně se odpovědný odbor připravuje VZ).

Indikátory

V roce 2017 budou sledovány a naplňovány následující indikátory:

Tab. č. 3: Indikátory výsledku

Kód národního číslníku	Indikátor	Měrná jednotka
80120	Míra informovanosti o fondech EU u cílových skupin	%
80110	Míra znalosti podpořených projektů u cílových skupin	%
80130	Míra povědomí široké veřejnosti o fondech EU	%

Tab. č. 4: Indikátory výstupu

Kód národního číslníku	Indikátor	Měrná jednotka	Indikativní cíl pro rok 2017
82000	Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů a konferencí	Aktivita	180
60000	Celkový počet účastníků	Osoba	4 000
80001	Počet uspořádaných informačních a propagačních aktivit	Aktivita	12
80200	Počet vytvořených informačních materiálů	Unikátní materiál	8 (publikace, newsletter)
80500	Počet napsaných a zveřejněných analytických a strategických dokumentů	Dokument	1 (evaluační zpráva, zpráva z dotazníkového šetření)
80103	Počet vytvořených komunikačních nástrojů	Nástroj	1 (nový webový portál dotaceEU.cz)

SEZNAM ZKRATEK

AbKap	Absorpční kapacita
CSJP	Cílová skupina jednotlivých programů
ČR	Česká republika
DG REGIO	Generální ředitelství EK pro regionální a městskou politiku
DoP	Dohoda o Partnerství
DPČ	Dohoda o pracovní činnosti
EK	Evropská komise
ESI fondy	Evropské strukturální a investiční fondy
EU	Evropská unie
IROP	Integrovaný regionální operační program
M	Média
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
NOK	Národní orgán pro koordinaci
OKM	Oddělení komunikace MMR
OP	Operační program
OV	Odborná veřejnost
OPEU	Oddělení publicity EU
OPTP	Operační program Technická pomoc
PO	Programové období
PS	Pracovní skupina
RKoP	Roční komunikační plán
ŘO	Řídící orgán
SKS	Společná komunikační strategie ESI fondů v ČR v PO 2004-2020
SŠ	Střední škola
ŠV	Široká veřejnost
ÚV ČR	Úřad vlády České republiky