

# Roční komunikační plán Operačního programu Technická pomoc 2014–2020 pro rok 2015

---

Verze 02: květen 2015



EVROPSKÁ UNIE  
Fond soudržnosti  
Operační program Technická pomoc



**MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR**

## Obsah

1. Úvod .....	3
2. Manažerské shrnutí.....	5
3. Vstupní analýza.....	8
4. Cíle komunikace pro rok 2015.....	10
4.1. Fáze komunikace .....	10
4.2. Cíle komunikace pro rok 2015.....	11
5. Cílové skupiny a komunikační témata .....	12
6. Volba komunikačních nástrojů .....	14
7. Přehled komunikačních nástrojů a aktivit .....	15
7.1 Kampaně.....	15
7.2 PR aktivity/inzerce.....	17
7.3 Akce / eventy .....	18
7.4 Soutěže .....	21
7.5 Publikace .....	23
7.6 Webové stránky.....	25
7.7 Přímá komunikace – podpora absorpční kapacity .....	26
8. Evaluace a indikátory.....	27
9. Seznam zkratk.....	29

## 1. Úvod

Tento **Roční komunikační plán** vychází ze Společné komunikační strategie evropských strukturálních a investičních fondů v ČR v programovém období 2014–2020 (SKS) a rozvádí cíle komunikace Operačního programu Technická pomoc 2014–2020 (OPTP) na rok 2015. Stejně jako v programovém období 2007–2013 je za komunikaci OPTP primárně odpovědný útvar zastávající funkci Národního orgánu pro koordinaci (NOK) v oblasti publicity EU, tj. Oddělení publicity EU (OPEU) Ministerstva pro místní rozvoj.

V souladu se SKS bude NOK prostřednictvím OPTP v tomto roce informovat o naplňování Dohody o partnerství a Strategie Evropa 2020; o pokrocích v oblastech implementace programů Dohody o partnerství; o přínosech Evropských strukturálních a investičních fondů pro ČR a o dalších průřezových tématech dle aktuální potřeby. Roční komunikační plán OPTP (a MMR-NOK) popisuje navržené postupy pro komunikaci a publicitu. **Definuje komunikační témata a nástroje** zvolené pro splnění nastavených cílů a indikátorů s rozlišením pro jednotlivé cílové skupiny.

Nedílnou součástí ročního komunikačního plánu je i **manažerské shrnutí**, které avizuje plánované nasazení vybraných nástrojů – mediálních kampaní, eventů i publikací včetně finančních nákladů. V tomto přechodovém období také názorně ukazuje, které aktivity se budou týkat komunikace best practice programového období 2007–2013 a které startu nového programového období 2014–2020.

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 na národní úrovni probíhá formou dvou *Pracovních skupin pro informování a publicitu fondů EU* (dále jen PS Publicita), které slouží jako platforma pro spolupráci na společných komunikačních aktivitách NOK a řídicích orgánů (PO 2007–2013 a PO 2014–2020). Pro posílení koordinace v novém programovém období slouží *Metodický pokyn pro informování a publicitu fondů EU*, který nastavuje společná pravidla, která budou v programovém období 2014–2020 dodržovat všechny řídicí orgány (operačních) programů. Roční komunikační plány všech ŘO vycházejí ze Společné komunikační strategie pro PO 2014–2020.

**Pozn. k verzi 02:** Roční komunikační plán OPTP pro rok 2015 (verze 01) byl vypracován v lednu 2015 a v únoru 2015 schválen vedením MMR. Aktuální verze (02) reflektuje aktuální situaci, posuny v realizaci některých aktivit oproti verzi 01 a je v co nejaktuálnější podobě předkládána ke schválení na Monitorovací výbor OPTP 2014–2020.

## 2. Manažerské shrnutí

Roční komunikační plán OPTP a MMR-NOK pro rok 2015 pracuje se dvěma hlavními tématy:

**START NOVÉHO  
PROGRAMOVÉHO OBDOBÍ 2014–2020**



**SUCCESS STORIES  
PROGRAMOVÉHO OBDOBÍ 2007–2013**

Popisuje komunikační témata pro 3 základní cílové skupiny (ty se dále rozpadají do specifitějších podskupin):

- široká veřejnost
- odborná veřejnost
- média

**Tabulka č. 1: Návrh komunikačních nástrojů a aktivit včetně předpokládaných nákladů**

hlavní téma	aktivita / nástroj	médium	cílová skupina	specifikace	kdy	náklady Kč bez DPH
	<b>Den Evropy</b>	event	odborná veřejnost	v rámci partnerství se Zastoupení Evropské komise v ČR bude probíhat spolupráce na oslavách Dne Evropy	05/2015	200.000
	<b>Konference „Evropské fondy 2014–2020-Vize a výzvy“</b>	event	odborná veřejnost	konference	06/2015	350.000
	<b>Mediální kampaň „Fondy EU, jednoduše pro lidi“</b>	TV, rozhlas, print, on-line, outdoor	široká veřejnost	mediální kampaň ke startu nového PO	10-12/2015	18.500.000
	<b>Příloha ekonomického deníku/týdeníku</b>	print	široká veřejnost odborná veřejnost	aktuální témata spjatá se startem PO 2014–2020	08/2015 a 11/2015	800.000
	<b>Den s fondy EU</b>	event	široká veřejnost	propagace nového PO ve spolupráci se všemi RO OP	9/2015	3.000.000
	<b>Ladronka fest 2015</b>	event	široká veřejnost	propagace fondů EU na festivalu volnočasových aktivit	9/2015	200.000
	<b>Abeceda fondů EU 2014 - 2015</b>	publikace	odborná veřejnost	stručné představení nového PO a jednotlivých programů	6/2015	800.000
	<b>„Evropské strukturální a investiční fondy 2014–2020 v</b>	publikace	široká veřejnost, odborná veřejnost	informace o přípravě programového období 2014–	6/2015	100.000

kostce“		2020 v ČR				
	„Integrované územní investice v programovém období 2014–2020“	publikace	odborná veřejnost	souhrnná informační brožura o ITI v PO 2014–2020	6/2015	100.000
	Významné projekty podpořené z Evropských fondů v ČR ve fotografiích	publikace	široká veřejnost, odborná veřejnost	reprezentativní fotokniha úspěšných projektů podpořených z fondů EU	6/2015	250.000
	Dotisk realizovaných publikací	publikace	široká veřejnost, odborná veřejnost	Slovníček odborné terminologie k fondům EU; Abeceda fondů 2014–2020 atd.	07-12/2015	700.000
	Inzerce v Regional Review	print	odborná veřejnost	PR články u příležitosti Open Days	10/2015	90.000
	Poznej projekt	soutěž MMR-NOK	široká veřejnost	2. ročník soutěže na webu dotaceEU.cz	3-6/2015	0 (interně)
	Vyfot' projekt	soutěž MMR-NOK	široká veřejnost	5. ročník fotografické soutěže	6-8/2015	500.000
	Navrhni projekt	soutěž MMR-NOK	široká veřejnost (studenti SŠ)	4. ročník pro studenty SŠ, kteří navrhují projekty	9/2015-1/2016	500.000
	„Evropské fondy v regionech“	event	široká veřejnost	prezentace na významných kulturních a volnočasových akcích, veletrzích a výstavách	8-12/2015	500.000
	Kulaté stoly	event	odborná veřejnost	kulaté stoly, u kterých se setkají zástupci MMR a zástupci soukromé sféry, případně ekonomové, atd.	6-12/2015	uhrazeno z rozpočtu Odboru komunikace MMR
	Spolupráce s obchodními komorami	event		prezentace fondů EU na akcích obchodních komor	6-12/2015	500.000
	<a href="http://www.dotaceEU.cz">www.dotaceEU.cz</a>	zastřešující webový portál	široká i odborná veřejnost, média	hlavní online nástroj a informační zdroj o EU fondech	01-12/2015	<850.000
	Eurocentra	přímá komunikace	široká i odborná veřejnost	společně s ÚV ČR, kontaktní prostor pro zájemce o EU problematiku	01-12/2015	část za MMR-NOK hrazena ze mzdového projektu

	<b>Eurofon</b>	přímá komunikace	široká i odborná veřejnost	infolinka v rámci Eurocentra, dotazy ohledně fondů EU	01-12/2015	část za MMR-NOK hrazena ze mzdového projektu
	<b>Snídaně se zástupci médií</b>	event	média	cílem je zvýšit informovanost zástupců médií	4x ročně	25.000
	<b>PR aktivity v časopise Panorama</b>	magazín DG REGIO	odborná veřejnost	PR články dle potřeby	3-4x ročně	0 (zdarma)
	<b>Bulletin Oko NOKu</b>	publikace (print + mikrosite na webu dotaceEU.cz)	odborná veřejnost	bulletin o aktuálních tématech implementaci kohezní politiky v ČR a činnosti MMR-NOK	1x za čtvrt roku (jaro – léto – podzim – zima)	600.000
	<b>Národní konvent o EU</b>	event	odborná veřejnost	kulaté stoly ÚV ČR s tematikou kohezní politiky	1-2xročně	200.000
<b>Celkové náklady bez DPH: 28 765 000 Kč*</b>						

**Tabulka č. 2: Podpora absorpční kapacity**

hlavní téma	aktivita / nástroj	médium	cílová skupina	specifikace	kdy	náklady Kč bez DPH
	<b>Semináře na podporu absorpční kapacity</b>	přímá komunikace	široká i odborná veřejnost	soutěžení a přípravné práce na sérii seminářů na roky 2016-2017	10-12/2015	500.000
	<b>„Jak na projekt – set pro podporu absorpční kapacity</b>	publikace + on-line	účastníci seminářů pro podporu absorpční kapacity	základní doporučení jak realizovat úspěšný projekt	09/2015	zahrnuto v AbKap

### **\*Financování**

S výjimkou aktivit na podporu absorpční kapacity bude financování komunikačních aktivit zajištěno v roce 2015 z projektů OPTP 2007–2013.

### 3. Vstupní analýza

Základními vstupními daty pro plánování komunikace pro rok 2015 jsou **Průzkum povědomí široké veřejnosti o EU fondech v ČR** a obdobný celoevropský průzkum Evropské komise **Flash Eurobarometr** (oba z roku 2013) a **Vyhodnocení komunikačních a propagačních aktivit NOK** (zpracovaný společností HaskoningDHV, s. r. o. v září 2014).

Výsledky celorepublikového dotazníkového šetření mezi širokou veřejností v roce 2013 potvrdily, že povědomí o fondech EU je mezi českou veřejností vysoké. Oproti poslednímu šetření zde sice došlo k mírnému poklesu, ten se však pohybuje v rámci statistické chyby. Cílem musí být nadále podporovat vysoké povědomí veřejnosti o fondech EU, tak aby se stále pohybovalo v hodnotách nad 83 %.

**Tabulka č. 3: Obecné povědomí široké veřejnosti o fondech EU; meziroční srovnání (2006; 2011; 2013)**

	2006 Určitě ano / spíše ano	2011 Určitě ano / spíše ano	2013 Určitě ano / spíše ano
Slyšel(a) jste někdy o fondech EU?	43 %	89 %	83 %

Celorepublikové dotazníkové šetření ukázalo, že evropské fondy nejsou mezi širokou veřejností vnímány pozitivně a veřejnost si je spojuje s nízkou transparentností a korupcí. Tento výsledek samozřejmě ovlivňují negativní kauzy z posledních let spjaté s čerpáním evropských fondů. Proto je třeba se na zvýšení pozitivního vnímání a transparentnosti fondů EU zaměřit.

**Tabulka č. 4: Pozitivní vnímání a transparentnost; meziroční srovnání (2011; 2013)**

	2011 Určitě ano / spíše ano	2013 Určitě ano / spíše ano
Řekl(a) byste, že peníze z evropských fondů jsou využívány transparentním způsobem?	31 %	22 %
Hodnotíte možnost čerpat peníze z evropských fondů pozitivně?	81 %	65 %

Kvalitativní vyhodnocení komunikačních a propagačních aktivit NOK přineslo několik doporučení ke kvalitní komunikaci vůči široké veřejnosti. Bylo doporučeno, aby se NOK při své komunikaci více zaměřil na regiony a využíval tak regionální média, či prezentaci na akcích konaných v regionech.



Dále bylo doporučeno více využívat možnosti tvorby specializovaných příloh v odborném tisku (myšleno ekonomickém, jako je např. EURO, Ekonom, Hospodářské noviny, E15, apod.), kde je pravděpodobnost zásahu větší, než u ostatního tisku. Mezi další možnosti, jak zlepšit komunikaci patří posílení rolí regionálních Eurocenter při komunikaci přínosů evropských fondů. Ze zahraničních zkušeností plyne, že veřejnost kladně přijímá informace o evropských fondech podaných formou storytellingu, tedy vyprávění příběhů skutečných žadatelů a příjemců. Na tuto zkušenost již NOK úspěšně navázal při tvorbě TV a rozhlasových minipořadů v předchozích letech a hodlá v tomto trendu nadále pokračovat.

Z analýzy 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 webových stránek** [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz) / nově [www.dotaceEU.cz](http://www.dotaceEU.cz)
- 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**,
- zvýšení **netradičních forem** komunikačních opatření (např. soutěže),
- komunikace pomocí on-line chatu a nových komunikačních technologií a aktivit.

## 4. Cíle komunikace pro rok 2015

### 4.1. Fáze komunikace

Komunikace v roce 2015 zapadá z hlediska fází, vytyčených ve Společné komunikační strategii ESI fondů v ČR v programovém období 2014–2020 do etapy „Informování o výsledcích předchozího programového období“ a zároveň do etap „Budování znalosti a informování o příležitostech PO 2014–2020“, „Motivování a mobilizace“ a do etapy „Vzdělávání a asistence“. Přestože se jedná o dvě programová období, nelze o nich komunikovat striktně odděleně a do určité míry dochází při volbě komunikačních nástrojů k prolínání témat z obou období.

**Schéma č. 2: Fáze komunikace**



## 4.2. Cíle komunikace pro rok 2015

Roční komunikační plán pro rok 2015 ve svých cílech vychází ze SKS a tak z interní komunikační strategie MMR-NOK pro roky 2015-2016. Ta definuje hlavní témata (tzv. master témata) komunikace vůči specifikovaným cílovým skupinám a navrhuje příkladové „case studies“ pro přípravu a realizaci komunikačních aktivit především vůči široké veřejnosti. Dvouletým rámcem je navržen koncept pro přípravu mediálních kampaní MMR-NOK.

**Cíle komunikace pro rok 2015** tedy jsou následující:

- a) **Představit nové možnosti fondů EU**, tedy prezentovat kohezní politiku jako nástroj k posílení konkurenceschopnosti ČR a zlepšení kvality života občanů v letech 2014–2020, tj. mimo jiné zlepšit mediální obraz evropských fondů. *(Přispívá k plnění cíle SKS – Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku – rovina obecná.)*
- b) **Představit úspěšné projekty**, tedy informovat veřejnost o úspěších kohezní politiky v končícím programovém období 2007–2013 a to na příkladech úspěšně realizovaných projektů. Tyto konkrétní přínosy mají větší zásah u cílové skupiny široká veřejnost. *(Přispívá k plnění cíle SKS – Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku – rovina projektová.)*
- c) **Podpořit absorpční kapacitu na horizontální úrovni**, tak, aby výsledkem byl dostatek kvalitně zpracovaných a podaných projektových žádostí. *(Přispívá k plnění cíle SKS – Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku – rovina programová.)*

**Poznámka:** Nově je Oddělení publicity EU odpovědné za přípravu a realizaci projektů na posílení absorpční kapacity potenciačních žadatelů v programovém období 2014–2020. Propojením publicitních aktivit a seminářů / aktivit na podporu absorpční kapacity dochází k synergické podpoře především v rovině přímé komunikace s potenciálními žadateli. V roce 2015 dojde k užší spolupráci zaměstnanců Eurofonu a Eurocenter při přípravě a realizaci uvedených seminářů k naplnění cíle c).

## 5. Cílové skupiny a komunikační témata

Komunikační aktivity OPEU mají definovány hlavní **cílové skupiny**, kterými jsou **široká veřejnost, odborná veřejnost a média**. V rámci jednotlivých cílových skupin jsou pak podskupiny, ke kterým míří úže specifikovaná sdělení.

Pro rok 2015 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:

- **Základní principy EU a cíle kohezní politiky**
- **Start programového období 2014–2020:**
  - Schválení programů ze strany EK
  - Start výzev
  - Začátek realizace programů
  - První schválený projekt
- **Přínosy fondů EU – úspěšně realizované projekty**
- **Kvalitní dočerpávání programového období 2007–2013**

Tabulka č. 5: Přehled cílových skupin a komunikačních témat pro rok 2015

Hlavní cílová skupina	Specifická cílová skupina	Komunikační téma
široká veřejnost	Děti do 15 let	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Základní principy EU a cíle kohezní politiky</li> </ul>
	Mládež a studenti do 27 let	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Základní principy EU a cíle kohezní politiky</li> <li>• Start programového období 2014–2020</li> <li>• Přínosy fondů EU – úspěšně realizované projekty</li> </ul>
	Zaměstnanci do 40 let	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Základní principy EU a cíle kohezní politiky</li> <li>• Start programového období 2014–2020</li> <li>• Přínosy fondů EU – úspěšně realizované projekty</li> <li>• Kvalitní dočerpávání programového období 2007–2013</li> </ul>
	Rodiny s dětmi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Základní principy EU a cíle kohezní politiky</li> <li>• Start programového období 2014–2020</li> <li>• Přínosy fondů EU – úspěšně realizované projekty</li> </ul>
	55+ (pracující)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Přínosy fondů EU – úspěšně realizované projekty</li> <li>• Kvalitní dočerpávání programového období 2007–2013</li> </ul>
	Sociálně znevýhodnění	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Přínosy fondů EU – úspěšně realizované projekty</li> </ul>
	Obyvatelé krajských měst	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Základní principy EU a cíle kohezní politiky</li> <li>• Přínosy fondů EU – úspěšně realizované projekty</li> </ul>
		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Základní principy EU a cíle kohezní politiky</li> </ul>

	Obyvatele menších města a venkova	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Přínosy fondů EU – úspěšně realizované projekty</li> <li>• Kvalitní dočerpávání programového období 2007–2013</li> </ul>
odborná veřejnost	Evropská komise	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Start programového období 2014–2020</li> <li>• Kvalitní dočerpávání programového období 2007–2013</li> </ul>
	Implementační struktura ČR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Start programového období 2014–2020</li> <li>• Kvalitní dočerpávání programového období 2007–2013</li> </ul>
	Administrátoři / zajišťovatelé ČR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Start programového období 2014–2020</li> <li>• Kvalitní dočerpávání programového období 2007–2013</li> </ul>
	Žadatelé / příjemci	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Start programového období 2014–2020</li> <li>• Kvalitní dočerpávání programového období 2007–2013</li> </ul>
	Opinion makeři	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Start programového období 2014–2020</li> <li>• Kvalitní dočerpávání programového období 2007–2013</li> </ul>
	Politická reprezentace ČR	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Start programového období 2014–2020</li> <li>• Kvalitní dočerpávání programového období 2007–2013</li> </ul>
	Politická reprezentace EU	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Start programového období 2014–2020</li> <li>• Kvalitní dočerpávání programového období 2007–2013</li> </ul>
média		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Základní principy EU a cíle kohezní politiky</li> <li>• Start programového období 2014–2020</li> <li>• Kvalitní dočerpávání programového období 2007–2013</li> <li>• Přínosy fondů EU – úspěšně realizované projekty</li> </ul>

## 6. Volba komunikačních nástrojů

Návrh komunikačních nástrojů vychází z **osvědčených aktivit** předchozích let, výsledků dotazníkových šetření a z vyhodnocení komunikačních a propagačních aktivit NOK (viz kap. 2).

### Široká veřejnost

Komunikace vůči **široké veřejnosti** bude probíhat prostřednictvím řady **PR/inzerčních aktivit**, jakými jsou například komplexní mediální kampaně, či inzerce v denním tisku. Dále budou organizovány **akce/eventy**, jakými bude např. Den s fondy EU, nebo akce v regionech. Pokračovat budou také úspěšné **soutěže**. Pro širokou veřejnost jsou určeny také informace na **webovém portálu [www.dotaceEU.cz](http://www.dotaceEU.cz)** (dostupně také z [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz), [www.esifondy.cz](http://www.esifondy.cz); [www.s-f.cz](http://www.s-f.cz)) včetně on-line **mapy projektů**, kde jsou zobrazeny všechny dokončené projekty podpořené z fondů EU. Mezi další nástroje patří **publikace** a další informační materiály shrnující jednoduchým způsobem problematiku fondů EU. **Přímá komunikace** pro veřejnost je možná prostřednictvím bezplatné informační linky **Eurofon**, velmi úspěšnou formou **on-line chatu**, na webovém portálu dotaceEU.cz a síti krajských **Eurocenter**.

### Odborná veřejnost

Pro **odbornou veřejnost** budou určeny zejména **publikace**, které se budou zabývat jak výsledky PO 2007–2013, tak programovým obdobím 2014–2020 a budou informovat o aktuálních tématech. Pravidelně bude vydáván newsletter „OKO NOKu“. Uskuteční se několik **akcí** zejména konferenčního typu, kde budou komunikovány především nového programového období 2014–2020 a specifika nových (operačních) programů. Mezi další nástroje patří zejména speciální přílohy v ekonomických denících a týdenících. Příjemci dotačních prostředků mohou využívat **webový portál dotaceEU.cz** jako základní informační rozcestník, kde najdou řadu důležitých aktuálních informací, odkazy na weby jednotlivých řídicích orgánů, seznam příjemců a také on-line mapu projektů.

### Média

Informace směrem k **médiím** budou předávány primárně prostřednictvím **tiskových zpráv a tiskových konferencí** připravovaných ve spolupráci s Odborem komunikace MMR. Doplňkovým nástrojem budou plánované **kulaté stoly s médii** a **snídaně s tiskem**, které by se podrobněji věnovaly aktuální problematice spojené s fondy EU.

## 7. Přehled komunikačních nástrojů a aktivit

Roční komunikační plán OPTP (a MMR-NOK) je **manažerským dokumentem** pro plánování, řízení komunikace. Pro přehlednost jsou v něm propojeny komunikační aktivity jak PO 2007–2013, tak i nového PO 2014–2020 a aktivity na posílení absorpční kapacity.

Aktivity stěžejně zaměřené na komunikaci tématu **Start programového období 2014–2020** jsou **označeny modře**.

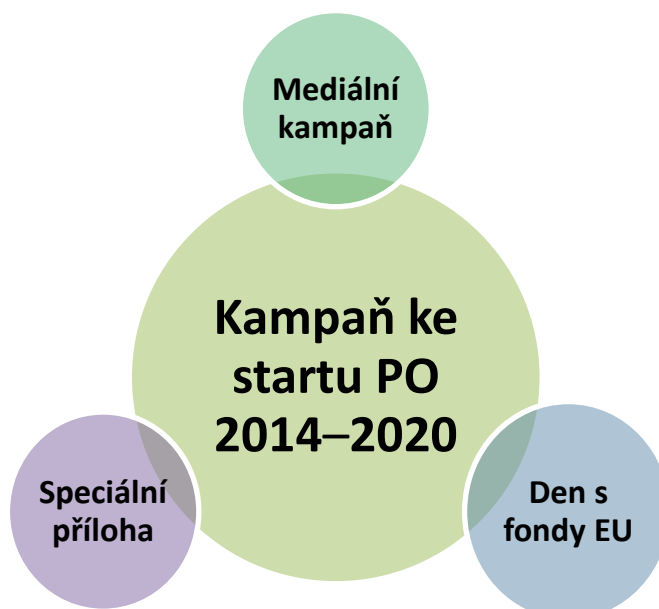
Aktivity zaměřené především na komunikaci úspěchů a ukončování **programového období 2007–2013** jsou **označeny zeleně**. Některé aktivity nelze striktně vymezit, například při komunikaci startu nového PO budou využívány úspěšné projekty z PO 2007–2013.

### 7.1 Kampaně

Mediální kampaně zastřešují a tvoří ucelené komunikační nástroje. V roce 2015 plánujeme realizovat jednu větší, úvodní kampaň k zahájení čerpání v programovém období 2014–2020:

#### 7.1.1 Kampaň ke startu programového období 2014–2020

- Bude se jednat o klíčovou komunikační aktivitu pro rok 2015 zaměřenou na širokou veřejnost.
- Zároveň půjde, v souladu s Nařízením EK č. 1303/2013, o „hlavní informační činnost spočívající ve zveřejnění zahájení operačních programů“. Na základě Společné komunikační strategie tuto činnost zajišťuje NOK.
- Kampaň ke startu programového období bude mít několik částí, bude složená z dílčích aktivit:



- **1. Mediální kampaň „Fondy EU jednoduše pro lidi“**
- Kampaň si klade za cíl obecně připomenout ESI fondy a možnosti jejich využití pro další rozvoj České republiky.
- Kampaň bude mimo jiné využívat typových projektů úspěšně realizovaných v PO 2007–2013.
- Kampaň bude probíhat ve třetím a čtvrtém čtvrtletí roku 2015.
- Kampaň bude složená z těchto komunikačních nástrojů:
  - TV sporty
  - rozhlasové spoty
  - inzerce v tisku
  - outdoor reklama
  - internetová (on-line) reklama.
- **2. Speciální příloha ekonomického deníku/týdeníku - viz 6.2.2**
- Speciální příloha bude doplňovat mediální kampaň zaměřenou na širokou veřejnost a bude se naopak věnovat odborné veřejnosti.
- Podrobně představení ESI fondů v programovém období 2014–2020, novinky pro žadatele a příjemce.
- Speciální příloha se zaměří zejména na podnikatelský sektor a opinion makery (ekonomové, bankovní analytici, atd.).
- Příloha vyjde ve třetím čtvrtletí roku 2015 a bude doplňovat mediální kampaň.
- **3. Akce pro širokou veřejnost „Den s fondy EU“ – viz 6.3.6**
- Open-air festival zaměřený na představení fondů EU „na jednom místě“ pro širokou veřejnost zábavnou a interaktivní formou.
- Bude se jednat o jeden z vrcholů kampaně ke startu programového období 2014–2020.
- Jednotlivé řídicí orgány budou mít na akci vyhrazený prostor (stany), kde budou prezentovat své operační programy a jejich přínosy pro rozvoj ČR.
- Akce bude doplněna zábavnými aktivitami pro rodiny s dětmi, vědomostními soutěžemi pro veřejnost a vyvrcholí koncertem známé populární skupiny.
- Akce se bude konat v září 2015.

Cílové skupiny: široká veřejnost, odborná veřejnost.

**Rozpočet: max. 23.500.000 Kč bez DPH**

- 18.500.000 Kč bez DPH (mediální kampaň - výroba a nákup mediálního prostoru)



- 200.000 Kč bez DPH (speciální příloha ekonomického periodika)
- 3.000.000 Kč bez DPH (eventy Den s fondy EU a regionální Dny otevřených dveří)

## 7.2 PR aktivity/inzerce

### 7.2.1 Speciální přílohy ekonomického deníku/týdeníku – jaro a podzim 2015

- Příloha by se měla věnovat vývoji čerpání ESI fondů v roce 2015 a aktuálním otázkám v oblasti fondů EU.
- Příloha míří zejména na podnikatelskou sféru a opinion makery.
- Příloha vyjde ve třetím a čtvrtém čtvrtletí roku 2015.

Cílové skupiny: široká veřejnost, odborná veřejnost.

**Rozpočet: max. 200.000 Kč bez DPH**

### 7.2.2 PR aktivity v magazínu „Panorama“

- Magazín vydávaný DG REGIO přináší čtyřikrát ročně aktuality z oblasti kohezní politiky.
- V magazínu budou zveřejňovány informace o činnosti MMR-NOK v oblasti koordinace fondů EU v ČR.

Cílové skupiny: odborná veřejnost

**Rozpočet: zdarma**

### 7.2.3 Inzerce v The Parliament Magazine´s „Regional Review“

- Inzerce v zahraničním magazínu, který vyzdvihuje inovace a osvědčené postupy v klíčových oblastech regionální politiky.
- Inzerce zaměřená na činnost MMR-NOK v oblasti koordinace fondů EU v ČR bude zveřejněna ve speciálním vydání k Open Days 2015. Vzhledem k vysoké návštěvnosti této akce je zaručena i vysoká čtenost magazínu.

Cílové skupiny: odborná veřejnost

**Rozpočet: 90 000 Kč bez DPH**

## 7.3 Akce / eventy

### 7.3.1 Konference „Evropské fondy 2014–2020 – vize a výzvy“

- Konference zabývající se startem implementace programového období v ČR 2014–2020.
- Představí hlavní výzvy, které před ČR v období 2014–2020 stojí z hlediska zástupců MMR, EK či odborníků z akademické sféry.
- Konference se uskuteční v červnu 2015.

Cílové skupiny: odborná veřejnost

**Rozpočet: max. 350.000 Kč bez DPH**

### 7.3.2 Národní konvent o EU

- V rámci partnerství s Úřadem vlády bude pokračovat spolupráce na Národním konventu o EU.
- Národní konvent o EU je kontinuální platformou pro setkávání zainteresovaných aktérů, která pomáhá budovat a udržovat konsenzus o strategickém směřování ČR v EU.
- Jednou z oblastí, kterými se Národní konvent o EU zabývá, je také kohezní politika.

Cílové skupiny: odborná veřejnost

**Rozpočet: max. 200.000 Kč bez DPH**

### 7.3.3 Den Evropy

- Tradiční akce v rámci partnerství se Zastoupením evropské komise v ČR bude probíhat spolupráce na oslavách Dne Evropy.
- MMR-NOK se bude prezentovat vlastním stanem s doprovodným programem a výstavou fotografií úspěšně realizovaných projektů.
- Akce se bude konat v květnu 2015 v Praze.

Cílové skupiny: široká i odborná veřejnost

**Rozpočet: max. 200.000 Kč bez DPH**

#### **7.3.4 Den s fondy EU**

- Open-air festival zaměřený na představení fondů EU „na jednom místě“ pro širokou veřejnost zábavnou a interaktivní formou.
- Bude se jednat o jeden z vrcholů kampaně ke startu programového období 2014–2020.
- Jednotlivé řídicí orgány budou mít na akci vyhrazený prostor (stany), kde budou prezentovat své operační programy a jejich přínosy pro rozvoj ČR.
- Akce bude doplněna zábavnými aktivitami pro rodiny s dětmi, vědomostními soutěžemi pro veřejnost a vyvrcholí koncertem známé populární skupiny.
- Akce se bude konat v září 2015.

Cílové skupiny: široká veřejnost

**Rozpočet: max. 3.000.000 Kč bez DPH**

#### **7.3.5 „Evropské fondy v regionech“**

- Prezentace na 1 až 2 významných kulturních a volnočasových akcích jako je např.:
  - Festival volného času „Ladronka fest“ v Praze
  - Hudební festival „Colours of Ostrava“ ve spolupráci s ŘO IROP
  - Den Brna
  - Akce u příležitosti projektu „Plzeň – evropské město kultury 2015“, apod.
- Prezentace na veletrzích a výstavách (v koordinaci s ostatními odbory MMR<sup>1</sup>)

Cílové skupiny: široká veřejnost

**Rozpočet: max. 500.000 Kč bez DPH**

#### **7.3.6 Kulaté stoly**

- V roce 2015 proběhnou 2 - 3 kulaté stoly, u kterých se setkají zástupci MMR a zástupci soukromé sféry, případně ekonomové, atd. Jejich organizace bude probíhat inhouse ve spolupráci s OKM, případně s externím partnerem.
- Bude se jednat o následující akce:
  - Kulatý stůl v rámci Národního konventu o EU (viz 6.3.3)

---

<sup>1</sup> Ne vždy se musí jednat o samostatnou prezentaci, či prezentaci zajišťovanou OPEU. Prezentace může být např. formou stojánku s tiskovinami na veletrhu, kde bude vystavovat Odbor cestovního ruchu, atp. Koordinace bude zajištěna ze strany OKM, „evropských fondů MMR“ pak OPEU ve spolupráci s OKM.

- Kulatý stůl Hospodářských novin (v rámci speciální přílohy Hospodářských novin k problematice fondů EU, která vyšla v říjnu 2014)

Cílové skupiny: odborná veřejnost

**Rozpočet: již uhrazeno z rozpočtu Odboru komunikace**

### **7.3.7 Snídaně se zástupci médií**

- 4 x ročně se např. u příležitosti vydání Čtvrtletí monitorovací zprávy o průběhu čerpání budou konat snídaně náměstka/náměstkyně ministryně s vybranými médii.
- Cílem je zvýšit informovanost zástupců médií, kteří v největší míře přispívají ke komunikaci a obecnému povědomí v oblasti publicity fondů EU a realizovaných projektů z OP.
- Navozený zájem medií by se měl odrazit v obsahu mediálních výstupů a jejich četnosti.

Cílové skupiny: média

**Rozpočet: max. 25.000 Kč bez DPH / rok**

### **7.3.8 Spolupráce s obchodními komorami**

- Účast vedení MMR na vybraných akcích obchodních komor s tematikou fondů EU
- Možnost navázat na spolupráci z roku 2013 s Česko-francouzskou obchodní komorou.
- Mezi další aktivní obchodní komory na území ČR patří Severská obchodní komora, Britská obchodní komora, Německo-česká průmyslová a obchodní komora, Mezinárodní obchodní komora, Italsko-česká obchodní komora a Nizozemsko-česká obchodní komora.

Cílové skupiny: odborná veřejnost

**Rozpočet: max. 500.000 Kč bez DPH / rok**

## 7.4 Soutěže

- Soutěže jsou rozloženy průběžně do celého roku.
- Webové stránky soutěží jsou buď součástí webového portálu [www.dotaceEU.cz](http://www.dotaceEU.cz), nebo jsou jejich webové prezentace již hotové v majetku OPEU.
- Všechny soutěže se komunikují mimo jiné i v rámci jednotného facebookového profilu „Soutěžte s fondy EU“ <http://www.facebook.com/souteztesfondy.eu>.

### 7.4.1 Soutěž „Poznej projekt“

- On-line soutěž s týdenní periodicitou bude probíhat na webovém portálu [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz).
- Soutěžící poznávají upravenou fotografii projektu realizovaného za pomoci fondů EU, mohou využít sadu nápověd.
- Soutěž jednak propaguje úspěšně realizované projekty a také podporuje vyšší návštěvnost webového portálu.
- Soutěž bude probíhat od března do června 2015.

Cílové skupiny: široká veřejnost

**Rozpočet: zdarma (zajišťováno interními zdroji)**

### 7.4.2 Letní fotografická soutěž „Vyfoť projekt“

- 5. Ročník úspěšné letní soutěže, kde soutěžící mají za úkol fotit projekty podpořené z fondů EU.
- Soutěž funguje na webových stránkách [www.vyfoťprojekt.cz](http://www.vyfoťprojekt.cz) a je propagována také na Facebooku, webovém portálu [www.dotaceEU.cz](http://www.dotaceEU.cz) a pomocí mediálních partnerů a řídicích orgánů.
- Cílem je zviditelnění konkrétní a přínosné pomoci peněz čerpaných z evropských fondů tím, že veřejnost sama za účelem soutěže zjišťuje, které projekty byly v jejich okolí realizovány z fondů EU.
- Soutěž bude probíhat od června do srpna 2015.

Cílové skupiny: široká veřejnost

**Rozpočet: max. 500.000 Kč bez DPH**

### **7.4.3 Soutěž „Navrhni projekt“**

- 4. ročník soutěže, která má za cíl seznámit mladé lidi s problematikou fondů EU.
- Dvou až pětičlenné soutěžní týmy středoškolských studentů vypracují projektový návrh, který je zjednodušenou formou běžné dotační žádosti.
- Tři nejlepší projekty postupují do regionálního kola v každém regionu soudržnosti.
- Týmy sedmi nejlepších projektů (z každého regionu jeden) se utkají v prezentacích v celostátním finále.
- Při výběru nejlepšího projektu budou zohledněny jeho potenciální přínosy, další udržitelnost, inovativní přístup a originalita, ale také rozpočtový plán.
- Soutěž podporuje mladé lidi - středoškolské studenty jak v seznámení se základními principy projektového řízení fondů EU, ale také v informovanosti o již realizovaných projektech, ze kterých studenti čerpají příklady a zkušenosti.
- Soutěž bude probíhat od září 2015 do ledna 2016.

Cílové skupiny: široká veřejnost se specifickým zaměřením na studenty a pedagogy středních škol.

**Rozpočet: max. 500.000 Kč bez DPH**

## 7.5 Publikace

OPEU vydá v roce 2015 několik publikací vztahujících se zejména k přípravě a startu programového období 2014–2020 a část publikací se bude věnovat i výsledkům programového období 2007–2013. Publikace budou distribuovány na téměř 150 distribučních míst, jako jsou univerzity, think-tanky, řídicí orgány operačních programů, Eurocentra, EuropeDirecty, obchodní komory, apod. Současně jsou využívány při realizaci konferencí a eventů MMR-NOK.

### 7.5.1 Bulletin Oko NOKu

- Informační bulletin o aktuálních tématech implementaci kohezní politiky v ČR a činnosti MMR-NOK a nově i novinkami z IOP/IROP a OP Přeshraniční spolupráce.
- Bulletin je distribuován v tištěné a elektronické verzi, nově ve větším formátu a s microsite na dotaceEU.cz
- Periodicita: 1x za čtvrt roku; náklad: 2 500 ks / vydání.

Cílové skupiny: odborná veřejnost

**Rozpočet: max. 600.000 Kč bez DPH/rok**

### 7.5.2 Abeceda fondů EU 2014–2020

- Publikace představující základní priority PO 2014–2020.
- Stručné představení priorit jednotlivých (operačních) programů.
- Publikace vyjde v ČJ i AJ verzi a bude sloužit jako základní informační materiál o fondech EU v PO 2014-2020 pro širokou veřejnost.
- Náklad: 20 000 ks / ČJ verze
- Náklad: 3000 ks / AJ verze

Cílové skupiny: odborná veřejnost (žadatelé / potencionální žadatelé)

**Rozpočet: max. 800.000 Kč bez DPH**

### 7.5.3 Publikace „Evropské strukturální a investiční fondy 2014–2020 v kostce“

- Informace o přípravě programového období 2014–2020 v České republice.
- Brožura bude vydána v českém a anglickém jazyce.
- Náklad: ČJ verze 1 000 ks / AJverze 200 ks.

Cílové skupiny: široká veřejnost, odborná veřejnost

**Rozpočet: max. 100.000 Kč bez DPH**

#### **7.5.4 Publikace „Integrované územní investice v programovém období 2014–2020“**

- Základní přehled o integrovaných územních investicích v PO 2014–2020.
- Náklad: ČJ verze 1 000 ks.

Cílové skupiny: odborná veřejnost

**Rozpočet: max. 100.000 Kč bez DPH**

#### **7.5.5 Významné projekty podpořené z fondů EU v ČR ve fotografiích**

- Reprezentativní publikace ukazující kvalitní podpořené projekty ve fotografiích se základním popisem projektu
- Náklad: ČJ verze 1 500 ks  
AJ verze 500 ks

Cílové skupiny: široká veřejnost, odborná veřejnost

**Rozpočet: max. 250.000 Kč bez DPH**

#### **7.5.6 Jak na projekt – set na podporu absorpční kapacity**

- Základní doporučení jak realizovat úspěšný projekt včetně základního přehledu podporovaných tematických oblastí v jednotlivých programech.
- Publikace určená pro účastníky seminářů na podporu absorpční kapacity.
- Náklad: ČJ verze 10 000 ks

Cílové skupiny: odborná veřejnost

**Rozpočet: zahrnuto v rámci seminářů na podporu absorpční kapacity**

#### **7.5.7 Dotisk realizovaných publikací a návrhy nových publikací**

Cílové skupiny: široká veřejnost, odborná veřejnost

**Rozpočet: max. 700.000 Kč bez DPH**



## 7.6 Webové stránky

### 7.6.1 Webový portál - [www.dotaceeu.cz](http://www.dotaceeu.cz) ([www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz), [www.esifondy.cz](http://www.esifondy.cz))

- Webový portál dotaceEU.cz je základním internetovým rozcestníkem pro oblast fondů EU.
- Poskytuje ucelené informace o fondech EU včetně kontaktů na subjekty implementační struktury.
- Portál obsahuje i seznam příjemců a přehled aktuálně otevřených výzev.
- Obsahuje i neveřejnou část - extranety určené pro implementační strukturu a databáze dokumentů.
- Součástí je i on-line chat, kde mohou návštěvníci webu pokládat své otázky z oblasti fondů EU a online mapa projektů. Na mapě lze vyhledat úspěšně realizované projekty v ČR.
- Prostřednictvím portálu je naplňováno Nařízení EK č. 1303/2013, které dává členskému státu za povinnost vytvořit centrální webový portál, jež bude obsahovat přehled operačních programů a jejich webových prezentací.

Cílové skupiny: široká veřejnost, odborná veřejnost, média

**Rozpočet: max. 850.000 Kč bez DPH/rok**

## 7.7 Přímá komunikace – podpora absorpční kapacity

### 7.7.1 Semináře na podporu absorpční kapacity

- Pro podporu úspěšně realizovaných projektů a zajištění dostatečné absorpční kapacity budou v průběhu celého roku realizovány semináře pro potenciální žadatele a žadatele a na území ČR až do úrovně jednotlivých okresních měst.
- Cílem je představit účastníkům projektový cyklus, upozornit na nejčastější chyby a informovat o vybraných oblastech spjatých s realizací evropských projektů, jako jsou např. veřejné zakázky.
- Semináře nenahrazují semináře jednotlivých ŘO k vypsáním výzvám, které jsou více podrobné a úžeji zaměřené.

Cílové skupiny: široká veřejnost, odborná veřejnost, média

**Rozpočet: max. 10.000.000 Kč bez DPH / rok 2015**

### 7.7.2 Eurofon

- Linka Eurofon slouží především k získání základních informací o kohezní politice, (operačních) programech, oblastech podpory, vypsání výzvách.
- Usnadňuje orientaci v problematice evropských fondů veřejnosti i potenciálním žadatelům.
- V roce 2015 bude významným nástrojem na podporu absorpční kapacity – žadatelé zde budou získávat základní přehled o možnostech podání žádosti o dotaci.
- Operátoři komunikují i přes on-line chat na webu [www.strukturalni-fondy.cz](http://www.strukturalni-fondy.cz)

Cílové skupiny: široká veřejnost, odborná veřejnost.

**Rozpočet: společně hrazeno s ÚV ČR.** Část MMR hrazena ze mzdového projektu Oddělení administrativní kapacity formou DPČ.

### 7.7.2 Eurocentra

- Síť čtrnácti regionálních Eurocenter, sídlících v krajských městech, která pomáhá s informovaností o fondech EU a to v rámci zodpovídání dotazů v regionech, přednášek pro vzdělávací instituce (školy) a pořádání akcí s tematikou evropských fondů.
- Pracovníci Eurocenter se v roce 2015 také postupně zapojí do školící činnosti potenciálních žadatelů z řad široké veřejnosti (podpora absorpční kapacity).

Cílové skupiny: široká veřejnost, odborná veřejnost.

**Rozpočet: společně hrazeno s ÚV ČR.** Část MMR hrazena z projektu Oddělení administrativní kapacity formou DPČ.

## 8. Evaluace a indikátory

### Indikátory výsledku

Kód národního číselníku	Indikátor	Měrná jednotka	Indikativní cíl pro rok 2015
80120	Míra informovanosti o fondech EU u cílových skupin	%	V tomto roce bude tento indikátor naplňován, avšak nebude měřen
80110	Míra znalosti podpořených projektů u cílových skupin	%	V tomto roce bude tento indikátor naplňován, avšak nebude měřen
80130	Míra povědomí široké veřejnosti o fondech EU	%	V tomto roce bude tento indikátor naplňován, avšak nebude měřen

### Indikátory výstupu

Kód národního číselníku	Indikátor	Měrná jednotka	Indikativní cíl pro rok 2015
82000	Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů a konferencí	Aktivita	V roce 2015 budou plněny indikátory PO 2007–2013.
60000	Celkový počet účastníků	Účastník	V roce 2015 budou plněny indikátory PO 2007–2013.
80001	Počet uspořádaných informačních a propagačních aktivit	Aktivita	V roce 2015 budou plněny indikátory PO 2007–2013.

80200	Počet vytvořených informačních materiálů	Unikátní materiál	1
80500	Počet napsaných a zveřejněných analytických a strategických dokumentů	Dokument	V roce 2015 budou plněny indikátory PO 2007–2013.
80103	Počet vytvořených komunikačních nástrojů	Nástroj	V roce 2015 budou plněny indikátory PO 2007–2013.
82200	Nákup materiálu, zboží a služeb potřebných k zajištění implementace programu	Kč	V roce 2015 budou plněny indikátory PO 2007–2013.
82300	Počet nově pořízeného vybavení	Inventární číslo	V roce 2015 budou plněny indikátory PO 2007–2013.

## 9. Seznam zkratk

ČR	Česká republika
DG REGIO	Generální ředitelství EK pro regionální a městskou politiku
DoP	Dohoda o Partnerství
DPC	Dohoda o pracovní činnosti
EK	Evropská komise
ESIF	Evropské strukturální a investiční fondy
EU	Evropská unie
IROP	Integrovaný regionální operační program
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
NOK	Národní orgán pro koordinaci a řízení DoP
OKM	Oddělení komunikace MMR
OP	Operační program
OPEU	Oddělení publicity EU (dříve Odbor publicity)
OPTP	Operační program Technická pomoc

PO	Programové období
PS	Pracovní skupina
ŘO	Řídící orgán
SKS	Společná komunikační strategie ESI fondů v ČR v PO 2004-2020
SŠ	Střední škola
ÚV ČR	Úřad vlády České republiky