

ROČNÍ KOMUNIKAČNÍ PLÁN OPTP PRO ROK 2014

LEDEN 2014

Ministerstvo pro místní rozvoj ČR

Odbor publicity EU a Odbor Řídícího orgánu Operačního programu Technická pomoc

Staroměstské náměstí 6

110 15 Praha 1

OBSAH

1. ÚVOD, CÍLE.....	5
2. CÍLOVÉ SKUPINY.....	8
3. KOMUNIKAČNÍ ETAPY.....	10
4. PRŮZKUM POVĚDOMÍ VEŘEJNOSTI O EVROPSKÝCH FONDECH	12
5. NÁSTROJE INFORMOVANOSTI A PUBLICITY	15
6. DRUHY KOMUNIKACE.....	19
7. STRATEGIE KOMUNIKACE.....	20
8. KOMUNIKAČNÍ TÉMATA PRO ROK 2014	22
9. PŘÍPRAVA PROGRAMOVÉHO OBDOBÍ 2014-2020 V OBLASTI PUBLICITY	26
10. SEZNAM PROJEKTŮ PUBLICITY.....	27
11. ROZDĚLENÍ INFORMAČNÍCH KAMPANÍ	29
12. SPECIFIKACE PLÁNOVANÝCH AKTIVIT	30
13. HARMONOGRAM NAsAZENÍ KOMUNIKAČNÍCH NÁSTROJŮ.....	47
14. PLÁN KOMUNIKAČNÍCH AKTIVIT	48
15. KOORDINACE PUBLICITY NSRR.....	51
16. MONITOROVÁNÍ A VYHODNOCENÍ	52
17. INDIKÁTORY VÝSTUPU A VÝSLEDKU	53
18. KONTAKTY	54

SEZNAM ZKRATEK

ATL	Above the line, nadlinka
BTL	Below the line, podlinka
ČR	Česká republika
EK	Evropská komise
ES	Evropské Společenství
ESIF	Evropské strukturální a investiční fondy
ESF	Evropský sociální fond
EU	Evropská unie
FS	Fond soudržnosti
HSÚS	Hospodářská, sociální a územní soudržnost
IOP	Integrovaný operační program
KoP	Komunikační plán
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
MV	Monitorovací výbor
NNO	Nestatní neziskové organizace
NOK	Národní orgán pro koordinaci NSRR
NSRR	Národní strategický referenční rámec
OP	Operační program
OPPI	Operační program podnikání a inovace
OPD	Operační program doprava
OPLZZ	Operační program lidské zdroje a zaměstnanost
OPTP	Operační program technická pomoc
OPVaVpI	Operační program výzkum a vývoj pro inovace
OPVK	Operační program vzdělání pro konkurenceschopnost
OPŽP	Operační program životní prostředí
PR	Public Relations
RKoP	Roční komunikační plán
ROP	Regionální operační program
ŘO	Řídící orgán
SF	Strukturální fondy
ÚV	Úřad vlády
ZEK	Zastoupení evropské komise
ZS	Zprostředkující subjekt

1. ÚVOD, CÍLE

Plán komunikačních aktivit na rok 2014 vychází z nastavení globálního a specifických cílů Komunikačního plánu Operačního programu Technická pomoc pro období 2007–2013 a dále pak z Průzkumu povědomí české veřejnosti o evropských fondech, dalších relevantních vstupech od odborných gestorů pro danou problematiku fondů NSRR a ESI a podnětů řídicích orgánů, tak aby komunikační aktivity NOK zahrnovaly všechna průřezová témata.

Cíle komunikační strategie pro rok 2014 jsou totožné se stanovenými cíli KoP OPTP 2007–2013:

1.1 GLOBÁLNÍ CÍL

Globální cíl KoP OPTP na úrovni NSRR je stanoven v souladu s Nařízením Rady a současně s návrhem prováděcího nařízení Komise a reflektuje úlohu a význam, který NSRR hraje v implementaci nástrojů politiky HSÚS v ČR.

Komunikační plán má stanoven **globální cíl představující spojnici mezi strategickými cíli politiky HSÚS a legislativními požadavky na straně jedné a vlastní potřebou využití prostředků HSÚS v ČR na straně druhé.**

Globálním cílem KoP OPTP na úrovni NSRR je:

Zajistit, aby pomoc poskytovaná z fondů EU (SF a FS) soustředěná v OP, vycházejících z NSRR ČR pro období 2007–2013 a pro období 2014–2020, byla transparentní pro široce pojaté cílové skupiny veřejnosti, aktérů regionálního rozvoje a další cílové skupiny. Současně bude zdůrazňována pozitivní role, jakou hraje politika HSÚS EU a její nástroje v regionech ČR.

1.2 SPECIFICKÉ CÍLE

Globální cíl je rozložen do celkem tří specifických cílů. Rozložení specifických cílů člení komunikaci na tři základní roviny, a to **rovinu politiky HSÚS, rovinu programu (OPTP) a rovinu projektu.** Globálního cíle v tomto kontextu bude dosaženo prostřednictvím:

1. Komunikace pro úspěch politiky HSÚS (rovina obecná),

2. Komunikace pro úspěšný program (rovina programová),
3. Komunikace pro úspěšný projekt (rovina projektová).

Globální cíl KoP OPTP na úrovni NSRR je tedy v souladu s tímto principem rozložen do tří rovin komunikace prostřednictvím specifických cílů:

Specifický cíl 1

Zvýšit úspěšnost realizace nástrojů politiky HSÚS EU a prostřednictvím široké škály nástrojů komunikovat existenci a možnosti zapojení do OP a přidanou hodnotu, kterou NSRR znamená pro širokou veřejnost v ČR.

Specifický cíl 2

Přispět k úspěšné realizaci NSRR prostřednictvím kvalitní komunikace ve vnitřním prostředí OPTP (uvnitř řídicí a implementační struktury OPTP) a v jeho programovém okolí (vůči OP vycházejícím z NSRR a dalším subjektům ovlivňujícím implementaci SF a FS v ČR).

Specifický cíl 3

Podpořit realizaci úspěšných projektů v rámci OP prostřednictvím včasné, strukturované a dostatečně kvalitní komunikace pro odbornou veřejnost i skutečné příjemce podpory v oblastech spadajících do působnosti ŘO OPTP - NOK a o obecných otázkách a průřezových tématech spojených s přípravou a realizací projektů v rámci jednotlivých OP.

1.3 STRATEGICKÉ CÍLE

1. Posílení informovanosti veřejnosti o fondech EU

Primárním strategickým cílem OPEU je komunikace kohezní politiky a fondů EU jako jednoho z hlavních nástrojů posílení konkurenceschopnosti ČR a zlepšení kvality života občanů. Povinnost informovat veřejnost vyplývá z Nařízení komise (ES) č. 1828/2006 a Nařízení rady (ES) č. 1083/2006, a proto pro rok 2014 ŘO OPTP a NOK připravuje komunikační aktivity, které mají široké veřejnosti i vybraným cílovým skupinám představit konkrétní přínosy fondů EU v ČR. Sdělovací prostředky se věnují oblasti fondů EU především v souvislosti s negativními kauzami a pozitivní přínosy ve svých sděleních zcela opomíjejí. Aktivity ŘO OPTP a NOK komunikují právě objektivní přínosy především prostřednictvím úspěšně

realizovaných projektů jak z tematických operačních programů, tak z regionálních operačních programů. Pro zlepšení mediálního obrazu a vnímání fondů EU, resp. podnícení zájmu veřejnosti a médií o konkrétní přínosy fondů jsou níže definovány odpovídající komunikační aktivity. Komunikační nástroje definované v ročním komunikačním plánu OPTP pro rok 2014 budou sloužit i pro potřeby informování o zahájení nového programového období 2014-2020.

2. Efektivní koordinace publicity fondů EU

Úspěšná komunikace fondů EU jak na celorepublikové úrovni, tak i na úrovni evropských institucí, se odvíjí od úspěšné interní komunikace pracovníků publicity implementační struktury NSRR. Je třeba nadále podporovat i průřezové komunikační aktivity řídicích orgánů. Výměna zkušeností mezi jednotlivými členskými zeměmi je dalším osvědčeným nástrojem a v neposlední řadě je třeba nadále předávat výstupy a požadavky z DG REGIO směrem k implementační struktuře.

2. CÍLOVÉ SKUPINY

Vymezení cílových skupin RKoP OPTP pro rok 2014 koresponduje s určením cílových skupin v základním strategickém materiálu informování a publicity KoP OPTP pro období 2007–2013.

V návaznosti na cíle a informační priority KoP byly tedy identifikovány následující cílové skupiny komunikace:

➤ Široká veřejnost

- Jedná se o cílovou skupinu, která se přímo nepodílí na realizaci OP. Tuto cílovou skupinu tvoří mimo jiné i studenti a podnikatelé.
- Informace určené pro tuto cílovou skupinu budou obecnějšího charakteru, zaměřené na pozitivní sdělení o přínosech SF a FS a kohezní politiky s důrazem na společensky přidanou hodnotu.
- Celkovou snahou bude zlepšit povědomí široké veřejnosti o programovém období 2007–2013 a přípravě období 2014–2020, politice HSÚS a o pozitivních dopadech pomoci ze SF a FS na každodenní život obyvatel ČR. Cílem je probudit aktivní zájem zástupců široké veřejnosti zařadit se do cílové skupiny příjemců, která zahrnuje také potenciální příjemce.

➤ Odborná veřejnost

- Tuto cílovou skupinu tvoří představitelé státní správy a samosprávy, čelních ekonomických a sociálních partnerů, odborníků z akademické sféry, EK a další odborníci z řad partnerů. Zástupci této skupiny mohou zásadně ovlivnit prostředí, v němž musí OP fungovat a v němž budou fungovat OP i v období 2014–2020. Vzhledem k jejich vysokému vlivu jde o významnou cílovou skupinu komunikace s poptávkou o detailnější informace.

➤ Implementační struktura

- Do této cílové skupiny patří zejména pracovníci jednotlivých řídicích orgánů a dalších subjektů zapojených do implementace programů a pro publicitu specificky členové PS Publicita.
- Tato cílová skupina bude příjemcem informací zejména o aktivitách NOK v oblasti ukončování programového období 2007-2013, dále pak o přípravách Dohody o partnerství a stavu vyjednávání s Evropskou komisí. Členové PS publicita pak budou informováni o komunikačních aktivitách NOK a o možnostech spolupráce na těchto aktivitách.

➤ **Příjemci**

- Do této skupiny řadíme potenciální příjemce a příjemce. Potenciální příjemci jsou subjekty, které odpovídají definici oprávněné osoby žádat/ucházet se o finanční podporu z daného OP. Příjemci jsou subjekty, které se již do procesu aktivně zapojily. Celkově jsou to subjekty zúčastněné, které mají zájem o realizaci programů a na základě svého rozhodnutí se stávají součástí realizace OP. Výstupy jejich projektů mohou ovlivnit úspěšnou realizaci daných OP.
- Cílová skupina příjemci je mimořádně významná z hlediska komunikace, tudíž bude třeba volit nástroje umožňující obousměrnou komunikaci a individuální přístup.

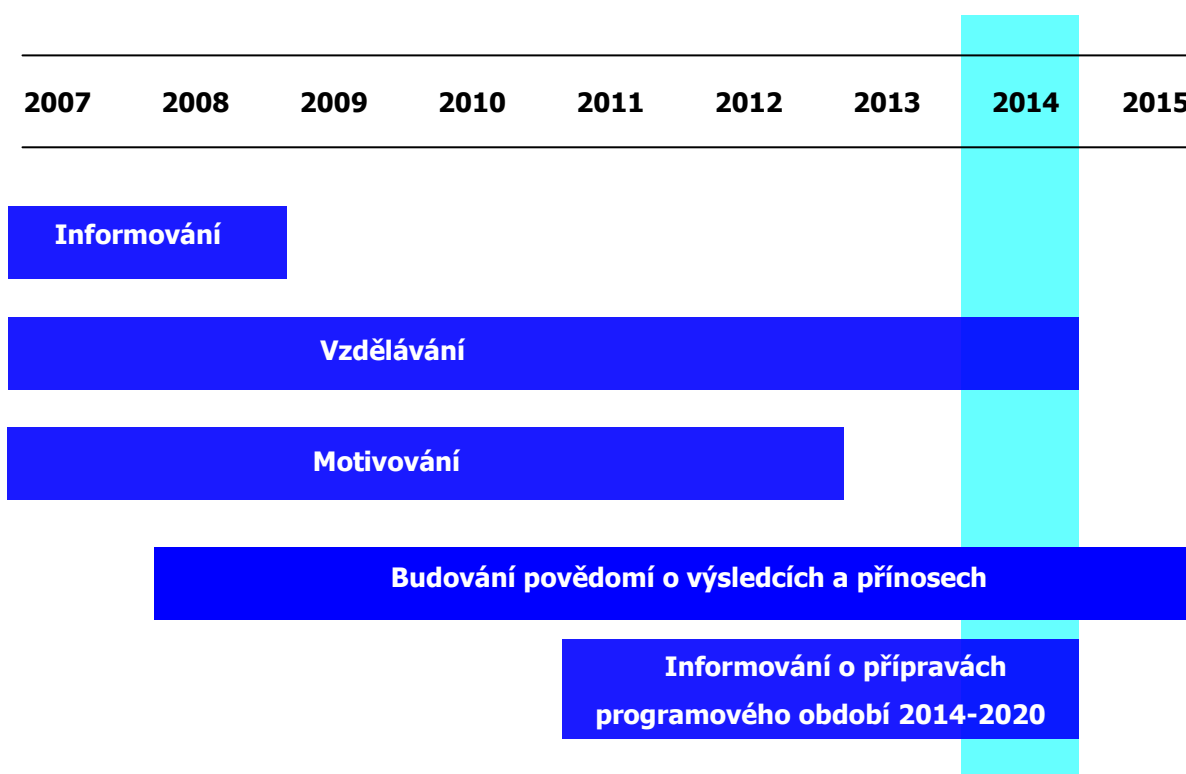
➤ **Média**

- Informování o existenci, přínosech a výsledcích politiky HSÚS a vysvětlení implementační struktury.
- Informování o přípravě nového programového období, zejména o Dohodě o partnerství a postupu vyjednávání o nových operačních programech.
- Problematikou této cílové skupiny je její negativní postoj k tématu fondů EU, který se daří pouze velmi omezeně prolamovat.
- Důležitý je proaktivní přístup ke komunikaci s médii.

3. KOMUNIKAČNÍ ETAPY

V rámci naplňování globálního komunikačního cíle a dílčích specifických cílů je komunikace fondů EU rozložena do následujících etap:

- **Etapa informování,**
- **Etapa vzdělávání,**
- **Etapa motivování,**
- **Etapa budování povědomí o výsledcích a přínosech,**
- **Etapa informování o přípravách programového období 2014-2020**



➤ **Etapa informování**

- V této etapě bylo hlavním úkolem poskytování údajů o zahájení programového období, o jeho cílech, struktuře, náplni a nástrojích. Jednalo se o penetrační kampaně s cílem oslovit především cílové skupiny široká veřejnost a potenciální žadatelé.

➤ **Etapa vzdělávání**

- Cílem této etapy je vzdělávání, prohlubování znalostí a informování pracovníků implementační struktury NSRR, potenciálních žadatelů a příjemců pomoci o struktuře a možnostech získání podpory z fondů EU.

➤ **Etapa motivování**

- Metodická podpora žadatelů a příjemců. Hlavním úkolem této etapy bylo představit oblasti, pro které je podpora z fondů EU určena a na koho se mohou žadatelé obrátit.

➤ **Etapa povědomí o výsledcích a přínosech**

- Přejít z etapy informování a mobilizace do etapy, jejímž hlavním cílem je budování širokého povědomí o výsledcích a přínosech pomoci ze strany evropského společenství. V průběhu programového období docházelo k postupnému zvyšování počtu úspěšně realizovaných projektů a s nimi i počtu komunikačních aktivit informujících o pozitivních přínosech HSÚS prostřednictvím představení konkrétních výsledků. Dochází i k aktivování zájmu o budoucí programové období.

➤ **Etapa informování o přípravách programového období 2014-2020**

- V této etapě je hlavním úkolem poskytování všech podstatných informací z průběhu přípravy nového programového období 2014-2020. Důležitost je kladena na představení MMR-NOK, jakožto hlavního koordinátora příprav. Informování veřejnosti bude probíhat zejména prostřednictvím nástrojů PR.

4. PRŮZKUM POVĚDOMÍ VEŘEJNOSTI O EVROPSKÝCH FONDECH

Poslední průzkum povědomí české veřejnosti o evropských fondech byl proveden na podzim roku 2013. V této kapitole je uvedeno shrnutí výsledků z tohoto šetření a meziroční srovnání hlavních výsledků.

Tabulka č. 1: Výsledky celorepublikového průzkumu: Meziroční srovnání (2004, 2005, 2006, 2011, 2013)

Otázka	% resp. (2004)	% resp. (2005)	% resp. (2006)	% resp. (2011)	% resp. (2013)
Kolik respondentů určitě neslyšelo nebo spíše neslyšelo o strukturálních fondech EU	52 %	55 %	43 %	11 %	17%
Kolik respondentů si myslí, že podpora z fondů EU představuje unikátní příležitost pro rozvoj a zvýšení životní úrovně v ČR?	-	-	73 %	73 %	65%
Kolik respondentů určitě nemá nebo spíše nemá dobrou orientaci v problematice fondů EU	92 %	92 %	91 %	94 %	88%
Kolik by se určitě nebo spíše chtělo dozvědět informace o možnostech získávání prostředků ze SF	62 %	61 %	51 %	63 %	38%
Kolik respondentů je dobře informováno o dosavadní spolupráci a poskytnuté finanční pomoci v rámci fondů EU při rozvoji vlastního regionu (v roce 2013 se dotaz týkal přímo již zrealizovaných projektů)	10 %	13 %	13 %	18 %	67%
Kolik respondentů je dobře informováno o možnostech, jak získat finanční podporu z fondů EU	8 %	11 %	10 %	10 %	14%
Hodnocení poskytování informací o SF					

(podíl kladných odpovědí)	49 %	61 %	62 %	76 %	65%
Dobře dostupné	47 %	56 %	55 %	57 %	72%
Důvěryhodné a pravdivé	38 %	46 %	50 %	58 %	62%
Dostatečné	39 %	45 %	51 %	50 %	61%
Zajímavě zpracované	38 %	44 %	36 %	32 %	41%
Zbytečně se překrývající	33 %	41 %	45 %	49 %	60%
Konkrétní a věcné	32 %	41 %	43 %	45 %	57%
Přesné	32 %	36 %	42 %	48 %	54%
Jasně a srozumitelné					
Zdroj informací:					
Televize	73 %	75 %	72 %	80 %	69%
Noviny a časopisy	62 %	63 %	58 %	56 %	42%
Rozhlas	36 %	37 %	34 %	33 %	20%
Kolegové a známí	35 %	34 %	31 %	34 %	31%
Brožury a letáky	21 %	22 %	19 %	25 %	14%
Internet	16 %	20 %	22 %	42 %	32%
Přednášky a školení	7 %	8 %	5 %	9 %	8%

Z analýzy vyplynula následující **doporučení** pro úroveň NSRR vedoucí ke zlepšení informovanosti veřejnosti, potenciálních příjemců i skutečných příjemců pomoci z fondů EU:

- intenzivnější zapojení masmédií, především televize, při propagaci možností využívání fondů EU a výsledků realizovaných projektů;
- proaktivní pravidelné zapojování tisku při informování veřejnosti o dění v oblasti fondů EU;
- pokračování v souhrnném mapování a vyhodnocování využívání fondů EU v České republice;
- zvýšení adresnosti, interaktivnosti a praktičnosti pořádaných školení a seminářů;
- intenzivnější zapojení netradičních forem informačních a komunikačních opatření;
- udržení vysoké informovanosti veřejnosti o zrealizovaných projektech (v rámci EU je ČR na 3. místě podle průzkumu Evropské komise. Zdroj: [Eurobarometr](#));
- udržení vysoké kvality webových stránek www.strukturalni-fondy.cz coby centrálního místa získávání informací (dosažení komplexnosti a aktuálnosti poskytovaných informací, efektivní propojení s webovými stránkami implementačních subjektů jednotlivých OP, zpřehlednění struktury poskytovaných informací, posílení transparentnosti a „uživatelsky příjemného

prostředí - komunikace prostřednictvím on-line chatu) a posílení jejich propagace jako oficiálního a komplexního informačního nástroje;

- intenzivnější využívání případových studií a modelových projektů;
- pokračování v přípravě a distribuci publikací a pořádání informačních a vzdělávacích akcí s horizontálním přesahem napříč všemi operačními programy;
- zjednodušení vizuální podoby komunikačních (zejm. publikačních) aktivit;
- zvýšení kreativity využívání propagačních předmětů;
- příprava a zahájení realizace programového období 2014-2020 nastavení spolupráce, plánování komunikační strategie;
- intenzivnější zaměření na využívání nových technologií v komunikačních aktivitách.

5. NÁSTROJE INFORMOVANOSTI A PUBLICITY

Informační a propagační aktivity budou zaměřeny především na poskytování srozumitelných a snadno pochopitelných informací o:

- systému, cílech, obsahu a konkrétních výsledcích realizace politiky hospodářské a sociální soudržnosti v ČR;
- příležitostech poskytovaných SF a FS prostřednictvím operačních programů v ČR;
- projektech, žadatelích, příjemcích podpory a příspěvku z veřejných zdrojů;
- přípravách programového období 2014-2020 a možnostech v rámci jednotlivých OP.

RKoP OPTP pro rok 2014 bude využívat osvědčených komunikačních a marketingových nástrojů podle příslušných druhů komunikace s ohledem na cílové skupiny.

Pro naplnění informačních priorit OPTP a zajištění adekvátní informovanosti a komunikace s jednotlivými cílovými skupinami byly jako vhodné identifikovány následující nástroje informovanosti a publicity.

Mediální komunikace

- Hlavní mediální publicitně-komunikační aktivity: jedná se o soubor ucelených koncepčních aktivit, jejichž cílem je zvýšit a budovat pozitivní povědomí o politice HSÚS a konkrétních výsledcích a jejich přínosech. Zahrnuje např. využití televizních, rozhlasových spotů a pořadů, propagace v tisku, na internetu apod.;
- Vedlejší publicitně-komunikační aktivity: umožňují přesnější zacílení a rychlejší reakci na aktuální situaci a témata. Jedná se např. o soutěže a menší mediální kampaně;
- Spolupráce s médii: systematická práce se zástupci médií, která zahrnuje pravidelné a průběžné informování formou „kulatých stolů“, briefingů, tiskových konferencí apod. Nedílnou součástí jsou i PR články a tiskové zprávy – zdroj informací pro média, veřejnost, sekundárně i další cílové skupiny. Tiskové zprávy jsou nástrojem vhodným k rychlému informování o novinkách a průběhu realizace programů politiky HSÚS.

On-line komunikace

- Webový portál (www.strukturalni-fondy.cz): páteří komunikační nástroj, který umožňuje oslovit široké spektrum cílových skupin ve značné hloubce a rozsahu sdělení;
- Informační webové portály (www.esfcr.cz, portály subjektů implementační struktury a další): ostatní informační portály určené pro prezentaci programů, zde je role ŘO OPTP a zejména NOK především v provázání informačních zdrojů, jejich koordinaci a zajištění maximální efektivity a přidané hodnoty;
- Extranet: nástroj operativní komunikace pro interní cílové skupiny a komunikaci mezi ŘO OPTP - NOK a ostatními subjekty implementační struktury;
- Digitální mapa projektů (www.mapaprojektu.cz): interaktivní prezentace úspěšně zrealizovaných projektů;
- Sociální a komunitní sítě: ve spojení s mikroweby využívaných především v interaktivních komunikačních kampaních (www.vyfotprojekt.cz a www.navrhniprojekt.cz).

Přímá komunikace

- Eurofon 800 200 200 - bezplatná informační linka: základní informační nástroj, který patří do Integrovaného informačního systému o EU v ČR a slouží především k získání základní orientace a základních informací o jednotlivých oblastech podpory, určeno především pro veřejnost a potenciální žadatele. Umožňuje zpětnou vazbu a obousměrnou komunikaci;
- Informační centra - komunikační nástroje pro fondy EU (vč. Eurocenter): celorepubliková síť kontaktních míst tvořená subjekty veřejné a privátní sféry (relevantní partneři a informování potenciálních žadatelů/příjemců) regionální samospráva, obce, odborné a profesní svazy a organizace). Jejich úkolem je zajištění osobního podávání informací, možnosti osobní konzultace, což umožňuje přesnější

směrování informací, zpětnou vazbu, směrování na další informační zdroje, přímou distribuci publikací a dalších nástrojů, nových médií, apod.;

- Jednání, pracovní skupiny a koordinační schůzky: nástroj především pro interní komunikaci a zajištění informovanosti a komunikace mezi NOK a ŘO OP (a mezi NOK a zástupci ŘO OP 2014-2020);
- Konference: prezentace nástrojů politiky HSÚS v ČR i zahraničí, posilování image, budování partnerství a povědomí o přínosech nástrojů politiky HSÚS pro rozvoj ČR;
- Workshopy, semináře, konference: zaměřeno na specifické oblasti informací, případně koordinace (nebo účast) na regionálních akcích. Konkrétní obsah je připravován dle obsahu dělení a potřeb jednotlivých cílových skupin.

Publikační aktivity

- Vlastní systém periodických a neperiodických publikací s řízenou distribucí: vytváření vlastního tištěného/elektronického média pro prezentaci aktuálních a původních informací k implementaci fondů EU, platforma pro publicitu OP;
- Metodiky, manuály příručky: nástroj umožňující značnou hloubku sdělení, především vhodné pro subjekty zapojené do implementace OP a subjekty zapojené do přípravy a realizace projektů (žadatelé, příjemci);
- Informační publikace: shrnutí obecných či úžeji vymezených informací, v případě tištěné publikace je vhodným nástrojem pro prezentaci informací, které nepodléhají příliš častým změnám, případně jsou připraveny a vydány pro konkrétní účel (včetně časového vymezení);
- Zprávy a studie: především pro odbornou veřejnost, implementační orgány a experty v oblasti implementace OP a realizace projektů. Jedná se především o komunikaci podrobných výsledků hodnocení průběhu implementace, návrhy na změny systému, nástroj k prosazení těchto změn, apod. Významná úloha při zajištění vnitřní komunikace a zajištění informovanosti a komunikace mezi OP a NOK;

- Newslettery, zpravodaje: pravidelné informování široké i odborné veřejnosti o průběhu implementace nástrojů politiky HSÚS, novinkách, apod.;
- V souladu s aktuálními trendy a rozvojem nových technologií je nutné akcentovat posun od tištěných nosičů informací a více pozornosti věnovat digitálním médiím.

Další komunikační nástroje

- Pracovní skupina pro informování a publicitu fondů EU: pravidelné setkávání jmenovaných zástupců ŘO za účelem realizace jednotné strategie publicity v rámci KoP OPTP a KoP jednotlivých ŘO;
- Závěrečná evaluace a dotazníkové šetření: bude sloužit k vyhodnocení stávajícího programového období a současně pro přípravu a nastavení komunikace následujícího programového období;
- Propagační předměty: Doplnkový nástroj budující povědomí a „vztah“ k politice HSÚS a jejím nástrojům, zejména ke komunikačním aktivitám zacíleným na širokou veřejnost má nenásilnou formou možnost vyzdvihnout přínosy kohezní politiky. Cílem je budování a posilování povědomí prohloubení znalosti o projektech a motivaci pro výše definované cílové skupiny, a budování image přínosů KP v průřezových publicitních a komunikačních aktivitách Tento nástroj podporuje a doplňuje zejména nástroje přímé komunikace pro širokou veřejnost, jako jsou outdoorové eventy pro širokou veřejnost, či soutěže.

6. DRUHY KOMUNIKACE

➤ **ATL**

Nadlinková marketingová komunikace, která zahrnuje především reklamu v televizi, tisku, rozhlase, indoor i outdoor reklamu a další.

➤ **BTL**

Podlinková marketingová komunikace představuje tiskové materiály, PR, media relations, soutěže, veletrhy a další.

➤ **Vnitřní komunikace**

Vnitřní komunikace zahrnuje nástroje pro snazší, srozumitelnější a efektivnější komunikaci uvnitř subjektů implementační struktury (ŘO a ZS), např. pracovní skupiny pro informování a publicitu fondů EU.

➤ **Krizová komunikace**

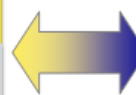
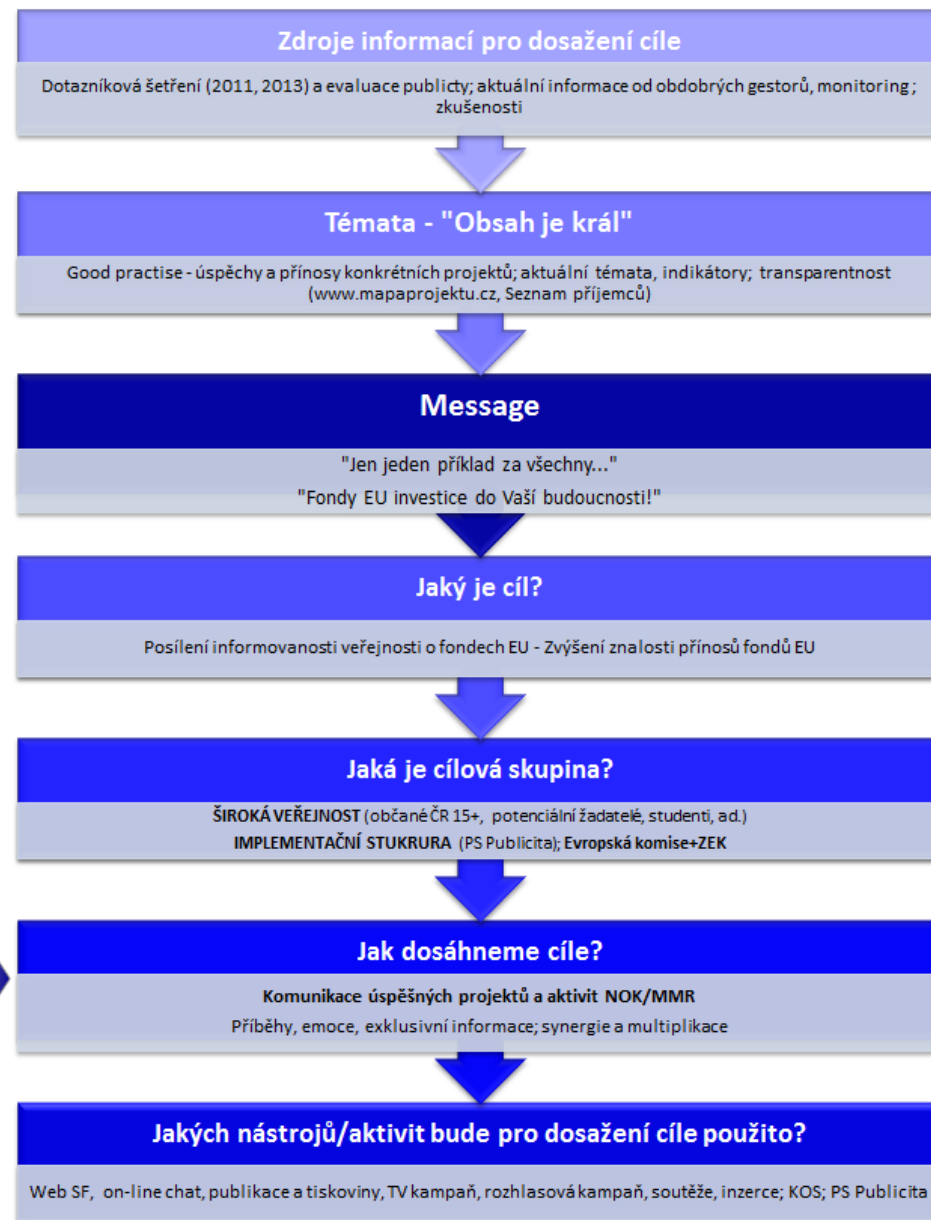
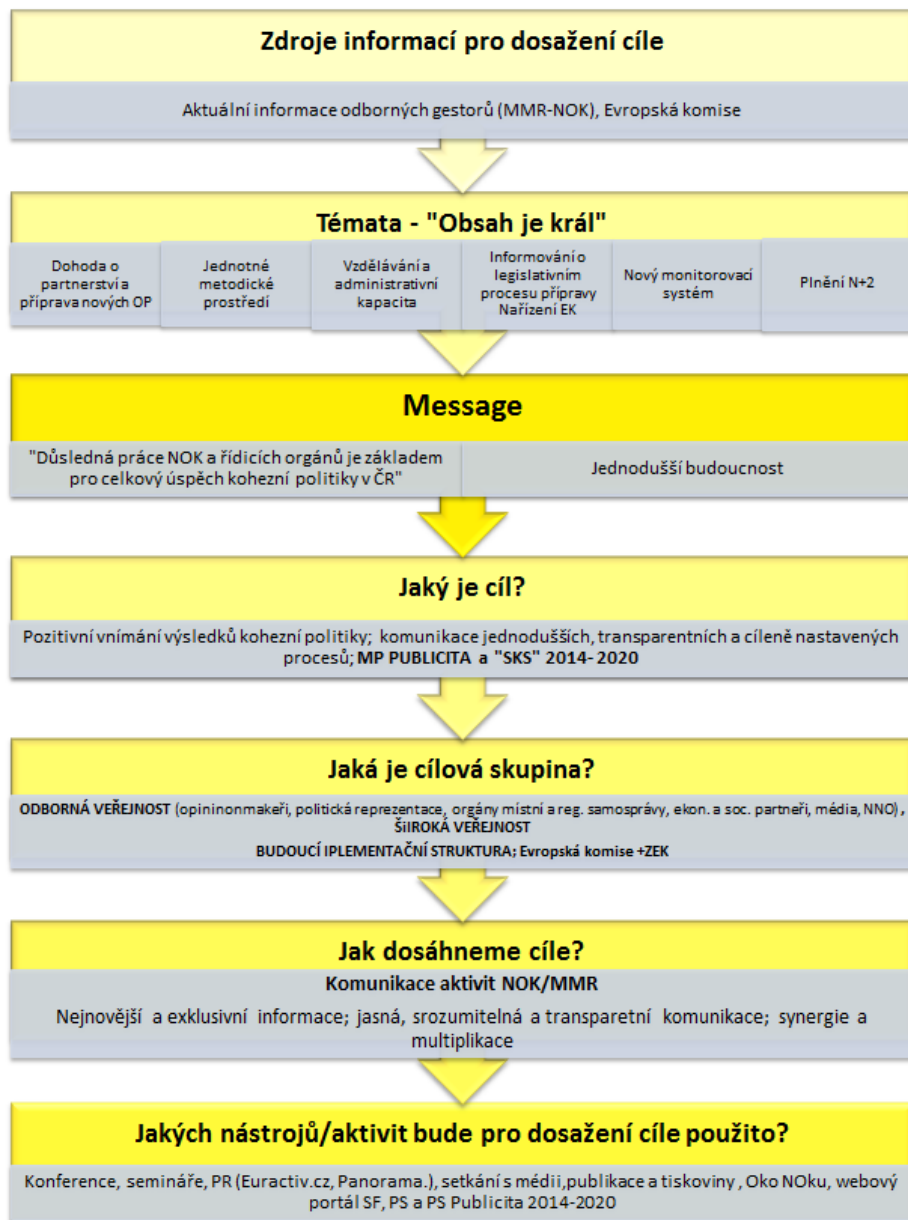
Pro potřeby krizové komunikace je důležité neustále počítat s určitým mediálním prostorem, monitorovat, analyzovat, vyhodnocovat a včas reagovat. „Obsah je král“ - klíčové sdělení je především včasné, srozumitelné a přiměřené dané cílové skupině.

7. STRATEGIE KOMUNIKACE

V kontextu komplexní komunikační strategie a pokročilého stavu realizace NSRR se bude komunikace v roce 2014 odehrávat ve dvou hlavních rovinách. První rovinou bude komunikace úspěchů dosažených v současném programovém období, zejména pomocí realizovaných projektů. Operační programy tematické, regionální i přeshraniční již v této fázi implementace mohou prezentovat mnohé bezproblémové projekty v ukončeném stavu s pozitivním dopadem na rozvoj regionů, posílení kvality života, zvýšení zaměstnanosti, zlepšování životního prostředí a dalšími sledovanými přínosy („indikátory“). NOK díky průběžnému monitoringu mj. pravidelně informuje o stavu podaných, schválených a proplacených projektů, ale i o věcných efektech dosažených prostřednictvím těchto projektů. Takovýto monitoring a výstupy z něj pak představují cenný zdroj informací pro široké spektrum následných komunikačních aktivit. Nelze opomíjet i fakt „transparentnosti“ přístupu k informacím pro veškeré cílové skupiny (webový portál Strukturální-fondy.cz, on-line chat na webovém portále, „Seznam příjemců“, RISy, „mapa projektů“ a následné aplikace).

Druhou rovinou, z hlediska komunikace a publicity, pak bude prezentace přípravy programového období 2014-2020, kdy primárně budou komunikována témata jako Dohoda o partnerství, jednotné metodické prostředí, tvorba nových operačních programů, start čerpání v novém programovém období.

Schéma strategie publicity a komunikace



8. KOMUNIKAČNÍ TÉMATA PRO ROK 2014

Příprava a začátek realizace programového období 2014-2020:

➤ Dohoda o partnerství

Mezi hlavní komunikační témata NOK pro rok 2014 bude patřit informování o přípravách a schvalování Dohody o partnerství pro programové období 2014-2020 za Českou republiku. Tento klíčový dokument, který nastavuje cíle a priority členského státu pro efektivní využívání Evropských strukturálních a investičních fondů v ČR, bude komunikován zejména prostřednictvím Bulletinu Oko NOKu, seminářem v Poslanecké sněmovně ČR, na portále Euractiv.cz, tiskovými zprávami a „kulatými stoly se zástupci médií“, inzercí a to včetně PR článků, vhodným redakčním pokrytím a případně dalšími komunikačními nástroji určenými pro odbornou veřejnost. Pro širokou veřejnost jsou procesy spjaté s tímto klíčovým dokumentem obtížně uchopitelné bez vysvětlení přímého dopadu na každodenní život.

Cílová skupina: odborná veřejnost

➤ Příprava programů pro programové období 2014-2020

Příprava nových programů pro programové období 2014-2020 je zásadní téma pro širší odbornou veřejnost, představující zejména zástupce krajských samospráv, starosty měst a obcí a opinion makery. NOK bude komunikovat průřezově přípravu programů a svou koordinační roli v tomto procesu. Toto téma bude k cílovým skupinám doručováno zejména pomocí Rady vlády pro ESI fondy, Bulletinu Oko NOKu, konferencí a navazující série regionálních setkání s partnery (Svaz měst a obcí, Hospodářská komora, zástupci zaměstnanců a zaměstnavatelů a dalšími relevantními subjekty), portálu Euractiv.cz, kulatými stoly se zástupci médií a případně dalšími komunikačními nástroji určenými pro odbornou veřejnost a příjemce. Toto komunikační téma je flexibilně plánováno na období, kdy NOK bude již schopen podat validní informace k nastavení budoucích OP - červen nebo září, dle průběhu schvalovacích procesů). Do informování budou také zapojeny ŘO OP, neboť je v jejich zájmu informovat budoucí žadatele/příjemce o možnostech programového období 2014-2020. V neposlední řadě je velmi účinným komunikačním nástrojem web SF.

Cílová skupina: odborná veřejnost, média, příjemci

➤ **Jednotné metodické prostředí**

Koncept jednotného metodického prostředí, který představuje jednotné standardy pro správnou implementaci ESI fondů a zajistí účinný, efektivní, transparentní a vymahatelný systém podpory z evropských prostředků, patří mezi komunikační témata roku 2014.

V oblasti publicity byl pro programové období 2014-2020 připraven Metodický pokyn pro publicitu a komunikaci, který nastavuje závazná pravidla pro komunikaci a publicitu ESI fondů. Nové programové období bude pro ŘO a potenciální žadatele/příjemce zásadně jednodušší, neboť „povinná publicita“ byla v maximální míře snížena na úroveň požadavku Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 1303/2013. Na druhou stranu při využití prostředků z fondů ESI je nutná také jistá a minimální míra součinnosti příjemce při publicitě realizovaného projektu, což Metodický pokyn publicita nově nastavuje. Dále bude komunikována změna oproti programovému období 2007-2013 v oblasti komunikačních plánů. Nově bude všechny programy Dohody o partnerství zastřešovat Společná komunikační strategie (SKS), která nastaví základní cíle komunikace pro nové programové období. Cíle SKS budou specifikovány pomocí ročních komunikačních plánů jednotlivých programů.

Odborné veřejnosti a implementační struktuře bude téma jednotného metodického prostředí představeno pomocí Bulletinu Oko NOKu, na portále Euractiv.cz a zejména na příslušných pracovních skupinách, a webu SF, případně dalšími účinnými komunikačními nástroji. Pro ostatní cílové skupiny jsou tyto informace příliš podrobné a obtížně uchopitelné, zejména pro širokou veřejnost. Pro zástupce médií je vhodné využití komunikačních nástrojů typu „kulatého stolu se zástupci médií-informativní setkání“, tiskové zprávy a tiskové brífinky a tiskové konference. Pozitivní přínos jednotného metodického prostředí bude především patrný a komunikovatelný při samotném procesu čerpání finančních prostředků z fondů ESI.

Cílová skupina: odborná veřejnost, média

➤ **Monitorovací systém 2014+**

Monitorovací systém MS2014+ pro období 2014 – 2020 je jednotný pro všechny programy ESI fondů vztahující se k činnostem na národní úrovni pro vyhodnocování Dohody o partnerství. MS2014+ dále poskytne podmínky pro efektivní práci řídicích orgánů a práci žadatelů/příjemců při administraci projektů a programů financovaných z fondů EFRR, ESF a FS a zároveň umožní potřebnou flexibilitu jednotlivým programům. Systém MS2014+ zahrnuje i požadavky eCohesion Policy (elektronické zadávání, digitální podpisy, digitální archivy) a eGovernmentu a poskytne i kvalitní podklady pro kontrolu a audit projektů a programů.

Odborné veřejnosti a implementační struktuře bude téma jednotného metodického prostředí představeno pomocí Bulletinu Oko NOKu, na portále Euractiv.cz a zejména na příslušných pracovních skupinách, webu SF, případně dalšími účinnými komunikačními nástroji.

Cílová skupina: odborná veřejnost

➤ **Příprava OPTP 2014-2020**

Vzhledem k posunutí harmonogramu dokončení příprav nového programového období 2014-2020 se tato fáze na národní úrovni tedy i dopracování Operačního programu Technická pomoc pro 2014-2020 posunula do roku 2014. Operační program Technická pomoc jako i v programovém období 2007-2013 je svou povahou servisní operační program. V rámci svých cílů je určen na podporu řízení a koordinace ESIF, aby byly vytvořeny podmínky pro naplnění cílů Dohody o partnerství. Rovněž z něj bude zajištěn jako důležitý nástroj Monitorovací systém 2014+. Dále se z Operačního programu Technická pomoc budou financovat mzdy horizontálních institucí a horizontální či společné průřezové vzdělávací aktivity. Operační program Technická pomoc se i v programovém období 2014-2020 zaměřuje na zajištění komunikačních aktivit.

Cílová skupina: odborná veřejnost

Role NOK při koordinaci programového období 2007- 2013:

➤ **Koordinační role NOK**

Důležitým komunikačním tématem je i nadále role NOK při koordinaci implementace v programovém období 2007-2013. Toto téma bude komunikováno odborné veřejnosti a implementační struktuře zejména prostřednictvím Bulletinu Oko NOKu, tiskových zpráv, webového portálu Strukturalni-fondy.cz, portálu Euractiv.cz a případně dalšími komunikačními nástroji dle aktuálních potřeb.

Cílová skupina: odborná veřejnost

➤ **Plnění N+2 a pokrok v implementaci programového období 2007-2013**

Pokrok v implementaci je sledován průběžně, mj. prostřednictvím monitorovacích zpráv o čerpání, které budou vydávány od začátku roku 2014 čtvrtletně. Pro rok 2014 bude klíčové sledovat naplňování pravidla n+2. Pokroky v implementaci tak budou předávány cílovým skupinám pomocí Bulletinu Oko NOKu, tiskových zpráv, webového portálu Strukturalni-

fondy.cz, portálu Euractiv.cz, publikací, inzercí a případně dalšími komunikačními nástroji dle aktuálních pokroků.

Cílová skupina: odborná veřejnost, média, sekundárně široká veřejnost

➤ **Good practice – úspěchy a přínosy konkrétních projektů**

Základním komunikačním tématem pro cílovou skupinu široká veřejnost zůstává na konci programového období představování úspěšných projektů a jejich přínosu pro rozvoj regionů a každodenní život lidí v České republice. Cílem zůstává posílení znalosti široké veřejnosti o konkrétních projektech a to s regionálním zacílením – přiblížit projekty, se kterými se lidé denně setkávají, např. při cestě do práce a v okolí bydliště. Informace o přínosech fondů EU je třeba této cílové skupině předávat v jednoduché a přístupné formě, např. pomocí soutěží (např. kvízy na „eventech pro širokou veřejnost“, soutěže na on-line chatu webu SF, soutěže pro studenty a veřejnost), minipořadů a reportáží v TV a rozhlasu, publikací a dalších komunikačních nástrojů.

Cílová skupina: široká veřejnost

9. PŘÍPRAVA PROGRAMOVÉHO OBDOBÍ 2014-2020 V OBLASTI PUBLICITY

Metodický pokyn pro publicitu a komunikaci ESI fondů pro programové období 2014-2020

Metodický pokyn nastavuje závazná pravidla pro komunikaci a publicitu fondů ESI v programovém období 2014-2020. V roce 2014 bude metodický pokyn předložen ke schválení Vládou ČR a dle potřeb bude aktualizován v souladu s pravidly aktualizace metodických pokynů jednotného metodického prostředí.

Společná komunikační strategie ESI fondů pro programové období 2014-2020

Společná komunikační strategie je rámcovým plánem pro komunikaci všech operačních programů Dohody o partnerství v programovém období 2014-2020. V roce 2014 bude společná komunikační strategie projednána s pracovní skupinou pro publicitu a komunikaci ESI fondů 2014-2020 a po přijetí Operačního programu Technická pomoc 2014-2020 bude předložena ke schválení Monitorovacím výborem tohoto programu.

Logomanuál ESI fondů pro programové období 2014-2020

Logomanuál bude řešit podobu loga a jeho barev používaných v dokumentech a tiskových materiálech všech programů Dohody o partnerství. Logomanuál bude připraven po schválení prováděcích nařízení ze strany Evropské komise.

Pracovní skupina pro informování a publicitu ESI fondů 2014-2020

Pracovní skupina je poradním orgánem Ministerstva pro místní rozvoj pro oblast komunikace orgánů veřejné správy zapojených do systému využívání prostředků z ESI fondů a slouží k projednání návrhů a požadavků Národního orgánu pro koordinaci a řízení Dohody o partnerství (NOK) jako centrálního koordinačního orgánu řídicích orgánů operačních programů, ke koordinaci a prohlubování spolupráce mezi NOK a operačními programy. V roce 2014 bude Pracovní skupina pracovat na Společné komunikační strategii a dále se zabývat přípravami na komunikaci startu nových operačních programů. Skupina se bude scházet dle aktuální potřeby, zpravidla 4x ročně.

10. SEZNAM PROJEKTŮ PUBLICITY

Evaluace informačních a komunikačních opatření NSRR ČR, CZ.1.08/4.2.00/10.00111

Projekt je zaměřen na veškeré aktivity související s evaluací informačních a komunikačních opatření. Hlavním cílem projektu je realizovat aktivity, které by vedly ke zjištění, do jaké míry byly splněny cíle komunikační strategie, které byly na počátku programového období stanoveny v komunikačním plánu NSRR/OPTP a v komunikačních plánech ostatních řídicích orgánů.

Eurocentra a Eurofon jako komunikační nástroje pro fondy EU, CZ.1.08/4.1.00/11.00114

Obsahem projektu je poskytování informací o fondech EU široké i odborné veřejnosti a potenciálním příjemcům, a to formou přímé komunikace. V roce 2014 bude v rámci projektu využívána bezplatná informační linka o EU Eurofon 800 200 200, ve spolupráci s ÚV ČR, který je jejím zřizovatelem.

Vývoj a správa portálu Strukturální fondy, CZ.1.08/4.1.00/11.00120

Obsahem projektu je vývoj, správa, rozvoj a technické zajištění webového portálu Strukturální fondy včetně extranetu a databáze dokumentů. Bude tak zajištěna metodická, expertní a technická podpora realizace komunikačních nástrojů, které budou sloužit ke koordinaci a řízení komunikačních strategií programů a šíření informací o těchto programech i o politice HSÚS EU. Projektem jsou také zajištěny komunikační nástroje pro informační a metodickou podporu subjektům zapojeným do implementace OP.

Posílení informovanosti veřejnosti o fondech EU, CZ.1.08/4.1.00/11.00130

Hlavním smyslem projektu je nadále budovat povědomí o přínosech fondů EU u široké veřejnosti.

Publikace o fondech EU, CZ.1.08/4.1.00/11.00132

Projekt je zaměřen na vydávání publikací o implementaci SF a FS v ČR a o podmínkách, průběhu, výsledcích a dopadech realizace NSRR na území ČR a publikací vztahujících se také k přípravě nového programového období 2014–2020.

Vzhledem k pokročilému stavu realizace NSRR obsahuje projekt aktivity vztahující se k tvorbě publikací informujících zejména o přínosu politiky HSÚS v ČR a jednotlivých regionech. Publikační činnost se také zaměří na informování o přípravě programového období 2014–2020. Jedná se o realizaci publikací typu pravidelný newsletter, brožura, kniha s fotografiemi realizovaných projektů, studie, zpráva, metodika apod. Publikace budou mít tištěnou i elektronickou verzi.

Komunikační aktivity NSRR, CZ.1.08/4.1.00/12.00148

Hlavním smyslem projektu je přispívat k udržení vysokého povědomí veřejnosti o existenci fondů EU a nadále prohlubovat informovanost o výsledcích pomoci ze strany Evropské unie. Právě vyzdvihnutí přínosů projektů je nyní základním trendem v komunikaci politiky hospodářské a sociální soudržnosti. Důraz bude kladen i na zvýšení informovanosti o klíčových projektech národního a nadnárodního významu. Stranou nestojí ani vysvětlování základních principů pomoci ze strukturálních fondů a přípravy nového období 2014–2020.

Informační kampaně o fondech EU, CZ.1.08./4.1.00/14.00315

Projekt je určen na podporu komunikačních aktivit o přínosech fondů EU a to formou ucelených mediálních kampaní v TV, rozhlase a reklamních nosičů na letišti Václava Havla Praha. Vzhledem k tomu, že projekt je realizován ve druhé polovině programového období, bude zaměřen na komunikaci úspěšně realizovaných projektů široké veřejnosti.

11. ROZDĚLENÍ INFORMAČNÍCH KAMPANÍ

➤ **Kampaň Evropské fondy – výsledky a výzvy**

Mimo hlavní informační kampaň bude realizováno několik menších vedlejších komunikačních aktivit, které jsou z důvodu potřeby větší flexibility a rozdílného časového nasazení vyjmuty z hlavní kampaň a budou zahrnuty pod kampaň „Evropské fondy – výsledky a výzvy“.

➤ **Kampaň „Fondy EU jednoduše a s přehledem“**

Podstatou kampaň je přímá komunikace s cílovými skupinami s využitím vybraných nástrojů Integrovaného informačního systému ÚV ČR, která umožňuje zesílenou zpětnou vazbu a efektivní informování o fondech EU formou přizpůsobenou potřebám cílových skupin.

➤ **Ad hoc aktivity**

Dále je nutno počítat s menšími ad hoc aktivitami, které nejsou v době tvorby toho dokumentu známy. Jedná se o aktivity, které bude nezbytně nutné realizovat v návaznosti na aktuální dění v oblasti čerpání z fondů EU.

12. SPECIFIKACE PLÁNOVANÝCH AKTIVIT

➤ PR aktivity/inzerce

Rozhlasová kampaň Evropské fondy v regionech

Jedná se o pokračování průřezové komunikační aktivity operačních programů, která je plánována před spuštěním kampaně „Podívejte se...“. Předmětem je komplexní produkční zajištění a odvysílání rozhlasových minipořadů. Cílem rozhlasové kampaně je informovat veřejnost o úspěšných projektech v jejím okolí, které se realizovaly za podpory fondů EU. Lokální prvek kampaně bude zajištěn díky využití regionálních stanic Českého rozhlasu, na kterých budou minipořady vysílány. Zároveň dojde i ke zvýšené akcentaci aktuálních témat spjatých s vyjednáváním programového období 2014-2020 na stanici mluveného slova ČRo Plus. Český rozhlas je vhodný jednak díky možnosti regionálního cílení a také díky své vysoké důvěryhodnosti. V neposlední řadě také se na zvyšující se kvalitě minipořadů projevuje fakt, že i redaktoři ČRo jsou již výrazně lépe obeznámeni s problematikou kohezní politiky a realizovaných projektů z podpory SF.

Cílové skupiny:

- široká veřejnost

Předpokládaný termín realizace:

- duben - květen 2014

TV kampaň Evropa pro Česko 2

Jedná se o pokračování úspěšné průřezové komunikační aktivity operačních programů, která je plánována před spuštěním kampaně „Podívejte se...“. Prezentace úspěšně realizovaných projektů probíhá formou dvouminutových minipořadů. Hlavní prostor dostávají příjemci a uživatelé projektu, kteří popisují přínosy projektu. Vysílání by proběhlo ve dvou fázích. V první fázi by byly reprízovány dosud natočené díly a v druhé fázi by bylo představeno osmnáct nových projektů. Pro tento způsob prezentace hovoří jak vysoká sledovanost u

cílové skupiny, tak také zdařilá obsahová spolupráce s kreativním týmem ČT, který na „příběžích“ projektů zprostředkoval poutavou formou pozitivní sdělení a emoce u diváků.

Cílové skupiny:

- široká veřejnost

Předpokládaný termín realizace:

- květen - červen 2014

Inzertní plochy na letišti Václava Havla Praha – zvýšení povědomí o úspěšných projektech

Inzerce bude probíhat na out of home (OOH) plochách umístěných v Terminálu 2 Letiště Václava Havla Praha. Cílem je informovat jak české, tak zahraniční cestující, kteří využívají služeb největšího českého letiště o úspěšných projektech, které se v programovém období 2007-2013 podařilo realizovat za využití fondů EU.

Inzerce – příklady úspěšně realizovaných projektů bude umístěna na city light vitrínách, lightboxech, backlight wrapech a digitálních nosičích. Poslední uvedený nosič je novinkou na pražském letišti od konce roku 2013 a umožňuje využít dynamické reklamní prvky, které umožní více zaujmout veřejnost. Letištěm projde za rok více jak 11 milionů cestujících, z nichž více jak polovina využívá lety právě z Terminálu 2 do zemí Schengenského prostoru.

Cílové skupiny:

- široká veřejnost

Předpokládaný termín realizace:

- červen - květen 2014

Inzerce v palubním magazínu ČSA „Review“

Inzerce v palubním magazínu (dvouměsíčníku) Českých aerolinií - „Review“, který je součástí všech pravidelných linek ČSA. Inzerce bude realizována v pěti vydáních ročníku 2014 (březen – prosinec). Cílem inzerce je informovat jak české, tak zahraniční cestující využívající služeb významného českého leteckého dopravce o úspěšných a zajímavých

projektech, které se v programovém období 2007-2013 podařilo realizovat za využití fondů EU.

Inzerce bude mít v každém vydání rozsah dvou stran a bude dodržovat formát stanovený vydavatelem. Inzertní článek bude jak v českém, tak v anglickém jazyce. ČSA ročně přepraví zhruba 4 miliony cestujících, kteří mají k dispozici tento palubní magazín a mohou si ho po skončení letu odnést s sebou, čímž se zvyšuje potenciální čtenost magazínu.

Cílové skupiny:

- široká veřejnost

Předpokládaný termín realizace:

- leden - prosinec 2014

Inzerce v The Parliament Magazine 's „Regional Review“

Inzerce v tomto zahraničním magazínu, který vyzdvihuje inovace a osvědčené postupy v klíčových oblastech regionální politiky a poskytuje aktuální zprávy a analýzy právních předpisů v oblasti regionální politiky a vývoje na evropské, národní a regionální úrovni, patří mezi osvědčené komunikační nástroje. Inzerce bude zveřejněna ve speciálním vydání k Open Days 2014. Vzhledem k vysoké návštěvnosti této akce je zaručena i vysoká čtenost magazínu.

Cílové skupiny:

- odborná veřejnost

Předpokládaný termín realizace:

- říjen 2014

PR aktivity v magazínu „Panorama“

Magazín vydávaný DG REGIO přináší čtyřikrát ročně aktuality z oblasti kohezní politiky a ostatních oblastí spravovaných generálním ředitelstvím. V magazínu jsou pravidelně

zveřejňovány aktuality z jednotlivých členských zemí a příklady úspěšných projektů. Proaktivním přístupem se dá tento prostor využít.

Cílové skupiny:

- odborná veřejnost

Předpokládaný termín realizace:

- leden - prosinec 2014

Komunikační partnerství s portálem Euractiv.cz

Portál v sekci Regionální politika přináší aktuální informace z oblasti kohezní politiky a to jak z celoevropského pohledu, tak z ČR. V rámci komunikačního partnerství jsou zveřejňovány rozhovory, analýzy, články a fact sheety z oblasti fondů EU.

Cílové skupiny:

- odborná veřejnost

Předpokládaný termín realizace:

- leden - prosinec 2014

Inzerce s tematikou fondů EU

V souvislosti s přípravou programového období 2014-2020 proběhne inzerce v ekonomických magazínech a v ekonomických denících v průběhu roku 2014. Konkrétní tituly vzejdou z veřejné zakázky.

Cílové skupiny:

- široká veřejnost

Předpokládaný termín realizace:

- září - říjen 2014

➤ **Konference /eventy**

Konference „Možnosti kohezní politiky v programovém období 2014-2020“

Cílem konference je komplexně představit možnosti nového programového období a rozvést debatu o hlavních změnách a příležitostech v oblasti kohezní politiky a ESI fondů. Diskutovat budou zástupci MMR, Evropské komise, poslanci Evropského parlamentu, zástupci řídicích orgánů operačních programů a experti na kohezní politiku. Konference také zahájí sérii regionálních setkání s tématem Programové období 2014-2020 v regionech ČR.

Cílové skupiny:

- odborná veřejnost

Předpokládaný termín realizace:

- září 2014

Regionální setkání „Programové období 2014-2020 v regionech ČR“

Série akcí v šesti regionech soudržnosti, která naváže na úvodní konferenci „Možnosti kohezní politiky v programovém období 2014-2020“, která se odehraje v Praze. Každé z regionálních setkání bude moderovanou akcí pro 30-40 osob na téma Dohoda o partnerství, programové období 2014-2020 a jeho přínosy pro regiony a možnosti nových operačních programů v oblasti rozvoje regionů.

Cílové skupiny:

- odborná veřejnost

Předpokládaný termín realizace:

- září - říjen 2014

Seminář k Dohodě o partnerství v Poslanecké sněmovně Parlamentu ČR

Po předložení Dohody o partnerství na vládu uspořádá NOK informační akci pro členy Poslanecké sněmovny Parlamentu ČR, ve které bude představen tento klíčový dokument v oblasti kohezní politiky v letech 2014-2020.

Cílové skupiny:

- odborná veřejnost

Předpokládaný termín realizace:

- květen 2014

Oslavy 10. výročí vstupu ČR do EU

Konference k 10. výročí vstupu do EU

Tématem konference, kterou uspořádá NOK ve spolupráci s Úřadem vlády ČR a Zastoupením Evropské komise v ČR, bude zhodnocení deseti let kohezní politiky v ČR a českých priorit v EU (vnitřní trh, energetika...). Konference se uskuteční 11. 4. 2014 v Míčovně Pražského hradu pod záštitou a za účasti prezidenta republiky. V bloku věnovaném kohezní politice vystoupí ministr pro místní rozvoj, člen Evropské komise pro regionální rozvoj Johannes Hahn, místopředseda EP Oldřich Vlasák a předsedkyně Výboru pro regionální rozvoj EP Danuta Hübner.

Cílové skupiny:

- odborná veřejnost

Předpokládaný termín realizace:

- duben 2014

Oslavy 10 let od vstupu do EU

Akce, která v letošním roce nahradí oslavy Dne Evropy, se uskuteční ve spolupráci s Úřadem vlády ČR a Zastoupením Evropské komise v ČR ve dnech 29.-30.4.2013 na Střeleckém ostrově v Praze.. Bude se jednat o outdoorovou akci pro širokou veřejnost, kde se budou představovat přínosy EU a jejích jednotlivých politik pro ČR za dobu deseti let od vstupu ČR do EU. MMR bude propagovat přínosy fondů EU formou výstavy fotografií, soutěží a propagačních a informačních materiálů. Na akci se budou podílet i zástupci řídicích orgánů operačních programů.

Cílové skupiny:

- široká veřejnost

Předpokládaný termín realizace:

- duben 2014

Ladronka FEST

Prezentace fondů EU na největším festivalu volnočasových aktivit v ČR je vhodná zejména díky vysoké koncentraci osob, které lze informovat o fondech EU a jejich přínosech. Prezentace proběhne formou výstavy fotografií, soutěží, propagačních a informačních materiálů. Na akci se budou podílet i zástupci řídicích orgánů operačních programů.

Cílové skupiny:

- široká veřejnost

Předpokládaný termín realizace:

- září 2014

Kulatý stůl se zástupci médií

Cílem aktivity 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. Větší a hlubší informovanost zástupců médií přinese jejich vyšší zájem o danou problematiku, která je mnohdy komunikována negativním a povrchním způsobem. Navozený zájem médií by se měl odrazit v obsahu mediálních výstupů a jejich četnosti.

Cílové skupiny:

- média

Předpokládaný termín realizace:

- březen, červen, září, listopad 2014

➤ Soutěže**Letní fotografická soutěž Vyfoť projekt**

Po třech úspěšných ročnících letní fotografické soutěže Vyfoť projekt, je tato aktivita plánována i na rok 2014. Účelem soutěže 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.

Účastníci soutěže mají za úkol vyfotografovat a vložit přes jednoduchý formulář přímo na web soutěže fotografie realizovaných projektů spolufinancovaných z fondů EU. Ze zaslaných fotografií vybere odborná porota vítěze kategorie nejtalentovanější fotograf/ka a doplňkovou kategorií je soutěž o Nejaktivnějšího fotografa/fotografku.

Vítězové soutěže, jejíž součástí je pravidelné losování o ceny, budou odměněni fotoaparáty.

Na propagaci soutěže se budou podílet všechny OP, Eurocentra a mediální partneři soutěže. K podpoře a medializaci soutěže bude sloužit i Facebook profil soutěže (www.facebook.com/vyfoťprojekt).

Cílové skupiny:

- široká veřejnost

Předpokládaný termín realizace:

- červenec - září 2014

Soutěž „Navrhni projekt“

V roce 2014 se bude konat třetí ročník soutěže pro studenty středních škol s názvem „Navrhni projekt“. Druhý ročník ukázal velký potenciál soutěžících a zejména zájem studentů se do soutěže zapojit a připravit projekty pro rozvoj regionů.

Soutěž má za cíl zábavnou formou seznámit mladé lidi s problematikou fondů EU a kohezní politiky. Dvou až pětičlenné soutěžní týmy vypracují projektový návrh, který je zjednodušenou formou běžné dotační žádosti. V každém z osmi regionů soudržnosti budou vybrány tři nejlepší projekty, které postoupí do druhého kola, kde je budou jejich autoři prezentovat před odbornou komisí. Ta zvolí celkem sedm projektů (z každého regionu jeden), které 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. Vítězné týmy a jejich pedagogové jsou odměněni zajímavými cenami.

Na propagaci soutěže se budou podílet operační programy, Eurocentra a mediální partneři soutěže. K podpoře a medializaci soutěže bude sloužit i Facebook profil soutěže (www.facebook.com/navrhniprojekt).

Cílové skupiny:

- studenti a pedagogové středních škol.

Předpokládaný termín realizace:

- září 2014 - leden 2015

Soutěž „Poznej projekt“

Soutěž bude umístěna na webovém portále www.strukturalni-fondy.cz. Soutěžícím bude představena upravená fotografie projektu realizovaného za pomoci fondů EU a sada nápověd. Soutěžící pak správnou odpověď zaškrtnou a odešle. Soutěž bude mít několik kol, přičemž nové kolo vždy odstartuje každý týden. Oceněny drobnou cenou budou 3 vylosované správné odpovědi v každém kole. Na soutěži budou spolupracovat řídicí orgány, které dodají fotografie vhodných projektů.

Cílové skupiny:

- široká veřejnost

Předpokládaný termín realizace:

- únor - prosinec 2014

Celostátní soutěž o nejlepší projekt „Vyber evropské hvězdy“

Řídící orgány OP vyberou dva nejrepresentativnější projekty pro každou kategorii, které navrhnou do soutěže. Odborná porota vybere do každé kategorie deset nejvhodnějších projektů.

Kategorie:

- sociální přínos: projekty zaměřené na vzdělávání, rekvalifikaci nezaměstnaných, integraci sociálně vyloučených, zaměstnávání zdravotně handicapovaných atd.
- ekonomický přínos: projekty zaměřené na vytvoření nových pracovních míst, rozšíření a modernizace výrobních technologií, podporu exportních aktivit, vědu a výzkum atd.
- přínos pro region: projekty zaměřené na rozvoj cestovního ruchu, zlepšení životního prostředí, zkvalitnění dopravní infrastruktury, kulturní a sportovní vyžití, spolupráci regionů atd.

Pro potřeby soutěže bude vytvořen mikroweb, na kterém budou poutavou formou prezentovány vybrané projekty. Každý hlasující si tak snadno vybere své favority. Hlasování bude probíhat formou vyplnění jednoduchého online formuláře – hlasovacího lístku na soutěžním webu. Hlasující budou mít za úkol vybrat celkem tři projekty (z každé kategorie jeden), které se jim nejvíce líbí a těm přiřadit hvězdu.

Motivací pro hlasující budou ceny, které budou rozlosovány při vyhlášení výsledků soutěže.

Navrhované ceny: víkendové pobyty (hotely nebo penziony spolufinancované z fondů EU) a propagační předměty.

Na propagaci soutěže se budou podílet OP, Eurocentra a mediální partneři. Budou distribuovány tiskové zprávy a direct e-maily. Bude uspořádána tisková konference při vyhodnocení a vyhlášení výsledků. K podpoře a medializaci soutěže bude sloužit i profil soutěže na Facebooku.

Cílové skupiny:

- široká veřejnost.

Předpokládaný termín realizace:

- září - říjen 2014

➤ Webové stránky**Webový portál - www.strukturalni-fondy.cz**

Webový portál Strukturální fondy (nově „Evropské strukturální a investiční fondy“ (ESIF)), včetně extranetů a databáze dokumentů je významným komunikačním nástrojem v oblasti politiky HSÚS a je také komunikačním nástrojem pro informační a metodickou podporu subjektům zapojeným do implementace programů. Prostřednictvím portálu je naplňován požadavek na zajištění publicity programů, který vychází přímo z nařízení Rady (ES) č.1083/2006, čl. 69.

Webový portál obsahuje obecné informace o politice HSÚS, o jejím vývoji i cílech, o OP, výzvách, o implementační struktuře atd. Je tedy online nástrojem, který poskytuje ucelené informace o fondech EU včetně kontaktů na subjekty implementační struktury, slouží jako rozcestník informací a usnadňuje orientaci v problematice cílovým skupinám.

Součástí webového portálu www.strukturalni-fondy.cz je také neveřejná část – extranet. Je to platforma umožňující sdílení materiálů a komunikaci mezi pracovníky MMR (zejména NOK) a jejich partnery (řídící orgány, ZS apod.).

Novou a nadále rozvíjenou součástí webového portálu je on-line chat, kde mohou návštěvníci webu pokládat své otázky z oblasti fondů EU a pracovnice linky Eurofon zajišťují odpovědi na tyto otázky. Tento nástroj komunikace je velmi hojně využíván a uživatelé pozitivně hodnotí možnost rychlé reakce na jimi položený dotaz z oblasti fondů SF.

Cílové skupiny:

- široká veřejnost
- odborná veřejnost
- potenciální žadatelé a příjemci
- média

Předpokládaný termín realizace:

- leden - prosinec 2014

Online mapa projektů - www.mapaprojektu.cz

Aktivita spočívá ve správě a pravidelné aktualizaci vytvořené mapy projektů financovaných z prostředků EU s cílem umožnit široké veřejnosti v ČR získat snadno a rychle přehled o projektech, které byly na území ČR realizovány od vstupu do Evropské unie za pomoci prostředků z evropských fondů. Uživatelé mapy mají možnost získat základní informace o projektech realizovaných např. v blízkosti svého bydliště, pracoviště nebo na kterémkoli místě ČR. Karty projektů se základní informacemi a údaji o poskytnuté finanční podpoře z fondů EU obsahují fotodokumentaci projektu.

Mapa se stala jedním ze základních zdrojů informací pro všechny, kteří chtějí získat elementární informace o konkrétním přínosu financování z evropských fondů a odkazy na další informační zdroje. Zároveň se stává i významným nástrojem transparentnosti provádění dotační politiky v ČR, její nedílnou součástí je i odkaz na úplný seznam všech příjemců v ČR. Realizaci mapy projektů financuje Zastoupení Evropské komise v ČR a MMR má v rámci partnerství na starosti pravidelnou měsíční aktualizaci tohoto nástroje.

V průběhu roku 2014 bude realizace mapy projektů převedena na MMR v rámci portálu ESIF.

MMR nadále také zajišťuje provoz a vývoj mobilního webu www.mapaprojektu.cz, který je určen pro uživatele „chytrých mobilních telefonů“. Vhodná je např. pro účastníky soutěže Vyfoť projekt, kteří si mohou rychle zjistit, jaký projekt, financovaný z fondů EU, se nachází v místech, kde se aktuálně pohybují.

Cílové skupiny:

- široká veřejnost
- odborná veřejnost
- média

Předpokládaný termín realizace:

- leden - prosinec 2014

➤ **Přímá komunikace - Eurofon a Eurocentra**

Eurofon a spolupráce s Eurocentry

Eurofon je jedním z nástrojů Integrovaného informačního systému ÚV ČR. V rámci spolupráce s ÚV ČR je tato linka využívána i pro informování o fondech EU – v této oblasti slouží linka Eurofon především k získání základních informací o politice HSÚS, poskytuje informace o OP, oblastech podpory a usnadňuje orientaci v problematice evropských fondů veřejnosti i potenciálním žadatelům. Jedná se o významný nástroj přímé komunikace, který umožňuje obousměrnou komunikaci (telefonickou, e-mailovou) se zesílenou zpětnou vazbou, rychlejší přístup cílových skupin k požadovaným informacím a maximální přizpůsobení formy i obsahu sdělení potřebám tazatele.

Za účelem informování o fondech EU spolupracuje MMR také s Eurocentry ÚV ČR, a to v rámci zodpovídání dotazů k fondům EU v regionech, přednášek pro vzdělávací instituce a pořádání akcí s tematikou evropských fondů. Eurocentra také výrazně přispívají k šíření povědomí o fondech EU prostřednictvím propagace soutěže „Navrhni projekt“ mezi studenty a pedagogy středních škol v jednotlivých krajích.

Využití výše uvedených nástrojů umožňuje efektivní informování o fondech EU také díky synergii informačních aktivit ÚV ČR a NOKu.

Cílové skupiny:

- široká veřejnost,
- studenti a pedagogové středních škol,
- odborná veřejnost,
- potenciální žadatelé a příjemci.

Předpokládaný termín realizace:

- leden - prosinec 2014

➤ **Publikace**

Významné projekty ČR

Reprezentativní publikace bude obsahovat kvalitní fotografie významných projektů realizovaných za podpory fondů EU v ČR. Kniha bude obsahovat i krátké informace o projektech. Vyjde v české a anglické verzi.

Náklad: ČJ verze 1500 ks / AJ verze 500 ks

Cílové skupiny:

- široká veřejnost,
- odborná veřejnost,
- implementační struktura,
- zahraniční partneři.

Předpokládaný termín realizace:

- listopad 2014

Bulletin Oko NOKu

Bulletin bude informovat o aktuálních tématech implementace kohezní politiky v ČR a činnosti MMR-NOK. Bulletin je distribuován v tištěné a elektronické verzi.

Periodicita: 2 měsíce

Náklad: 2 600 ks / vydání

Cílové skupiny:

- široká veřejnost,
- odborná veřejnost,
- implementační struktura.

Předpokládaný termín realizace:

- leden - prosinec 2014

Eurožargon

Slovníček nejčastěji používaných výrazů spojených s fondy EU a EU obecně. Jednotlivé pojmy budou krátce a jednoduše vysvětleny. Vybrané pojmy pak doplní ilustrace, která bude mít formu kresleného vtipu.

Náklad: 2 000 ks

Cílové skupiny:

- široká veřejnost,
- odborná veřejnost,
- implementační struktura.

Předpokládaný termín realizace:

- květen 2014

Slovníček „EURO angličtina“

Tištěná verze navazuje na úspěšné vydání slovníku v elektronické podobě. Slovník obsahuje odborné výrazy používané v evropských institucích a představuje vhodnou pomůcku pro pracovníky, kteří přicházejí do styku s fondy EU a dalšími evropskými agendami.

Náklad: 2 000 Ks

Cílové skupiny:

- široká veřejnost,
- odborná veřejnost,
- implementační struktura.

Předpokládaný termín realizace:

- květen 2014

Příprava budoucího programového období

Publikace bude informovat o přípravě programového období 2014–2020 v České republice. K publikaci bude také připravena zkrácená shrnující verze a bude vydána v českém a anglickém jazyce.

Náklad: ČJ verze 1 000 ks / AJ verze 200 ks

Cílové skupiny:

- odborná veřejnost, implementační struktura, Evropská komise

Předpokládaný termín realizace:

- září 2014

Vývoj realizace NSRR 2007–2013

Studie poskytuje přehled o vývoji čerpání strukturálních fondů, Fondu soudržnosti a národních zdrojů od počátku programového období v roce 2007 do konce roku 2013 z pohledu finančního a věcného pokroku. Nabízí informace o dynamice vývoje, procesu a stavu implementace a také plnění cílů Národního strategického referenčního rámce (NSRR) a jednotlivých operačních programů. Výstup monitorovací a koordinační činnosti MMR-NOK v tištěné podobě.

Náklad: 1 000 ks

Cílové skupiny:

- odborná veřejnost, implementační struktura, Evropská komise.

Předpokládaný termín realizace:

- říjen 2014

Zhodnocení plnění cílů NSRR

Studie vyhodnocuje naplňování cílů a priorit Národního strategického referenčního rámce (NSRR) a analyzuje příspěvek kohezní politiky k socioekonomickému vývoji České republiky. Studie hodnotí deset tematických socioekonomických oblastí, které komplexně pokrývají

věcné zaměření NSRR a jdou napříč strategickými cíli a prioritami NSRR. Výstup monitorovací a koordinační činnosti MMR-NOK v tištěné podobě.

Náklad: 1 000 ks

Cílové skupiny:

- odborná veřejnost, implementační struktura, Evropská komise, NSRR.

Předpokládaný termín realizace:

- říjen 2014

Příležitostné publikace

Publikace vydávané na základě aktuálních komunikačních potřeb. Publikace budou využívat následující formáty: newsletter (formát A5, do 40 stran), publikace (formát B5, rozsah od 40 do 240 stran), skládačka (skládaný leták od formátu A4), elektronická publikace a e-mail šablona.

Tyto příležitostné publikace zahrnují např. sborník ke konferenci, leták k aktuálnímu stavu čerpání, nová legislativní nařízení apod.

Předpokládaný termín realizace:

- březen - prosinec 2014

13. HARMONOGRAM NASAZENÍ KOMUNIKAČNÍCH NÁSTROJŮ

Mediální prostředky	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
Televize												
Rozhlas												
Tištěná periodika												
Soutěže												
Internetové prezentace												
Eventy												
Propagační předměty												
Tiskové zprávy												
Tiskové konference												
Media relations												
Publikace												
Sociální sítě												

14. PLÁN KOMUNIKAČNÍCH AKTIVIT

Plán aktivit publicita RKoP OPTP 2013				
Komunikační nástroj	Aktivita	Popis aktivity	Plánovaný termín realizace	Poznámka
Projekt %148: Komunikační aktivity NSRR, CZ.1.08/4.1.00/12.00148				
TV a rozhlas	Kampaň „Evropské fondy – výsledky a výzvy“	Rozhlasová kampaň	březen - duben	do 1 500 000,- Kč bez DPH
Media Relations		TV kampaň	květen - červen	do 10 000 000,- Kč bez DPH
Internetové prezentace		Inzertní plochy na letišti Praha	červen 2014 – květen 2015	do 8 500 000,- Kč bez DPH
Vnější informační a mediální systémy		Inzerce (ČSA Review, aj.)	leden – prosinec	do 4 000 000,- Kč bez DPH
		Komunikační partnerství s portálem Euractiv.cz		
Komplexní komunikační mix		Letní fotografická soutěž Vyfoť projekt	červenec – září	do 500 000,- Kč bez DPH
		Soutěž pro studenty středních škol „Navrhni projekt“	září 2014 – leden 2015	do 800 000,- Kč bez DPH
		Celostátní soutěže o nejlepší projekt „Vyber evropské hvězdy“	září – říjen	do 990 000,- Kč bez DPH
		Soutěž „Poznej projekt“	únor - prosinec	do 30 000,- Kč bez DPH
		Konference a roadshow	duben, červen, září - říjen	do 1 300 000,- Kč bez DPH
		Oslavy 10. let od vstupu do	květen 2014	do 2 000 000 Kč bez DPH

		EU		
		Ladronka fest	září 2014	do 200 000 Kč bez DPH
		Kulatý stůl s médii	duben, červen, září, prosinec 2014	do 80 000 Kč bez DPH
Projekt %114: Eurocentra a Eurofon jako komunikační nástroje pro fondy EU, CZ.1.08/4.1.00/11.00114				
Informační služby	Kampaň Fondy EU jednoduše a s přehledem	Eurofon	leden – prosinec 2014	Informační služby o fondech EU (ve spolupráci s ÚV ČR, s využitím Integrovaného informačního systému ÚV ČR); aktivity projektu budou probíhat do května 2015; do 3 000 000 Kč bez DPH
Projekt %120: Vývoj a správa portálu Strukturální fondy, CZ.1.08/4.1.00/11.00120				
Internetové prezentace	Vývoj a správa portálu Strukturální fondy	Portál Strukturální fondy www.strukturalni-fondy.cz	leden – prosinec 2014	Správa a rozvoj informačních nástrojů pro podporu komunikace a implementace NSRR (portál Strukturální fondy včetně extranetů a databáze dokumentů); 1 500 000,- Kč bez DPH (leden – prosinec 2014)
Projekt %132: Publikace o fondech EU, CZ.1.08/4.1.00/11.00132				
Merkantilní tiskoviny	Tvorba metodických a technicko-informačních materiálů	Newsletter Oko NOKu	leden – prosinec 2014	do 3 200 000,- Kč bez DPH
		Příprava budoucího programového období	září 2014	

		Vývoj realizace NSRR 2007 – 2013	říjen 2014	
		Zhodnocení plnění cílů NSRR	říjen 2014	
		Slovníček „EURO angličtina“	květen 2014	
		Eurožargon	květen 2014	
		Významné projekty ČR	listopad 2014	
		Příležitostné publikace	leden – prosinec 2014	
Projekt %111: Evaluace informačních a komunikačních opatření NSRR ČR, CZ.1.08/4.2.00/10.00111				
Monitorování a vyhodnocování	Průběžné vyhodnocování komunikačních aktivit		leden – prosinec 2014	1 500 000,- Kč bez DPH

15. KOORDINACE PUBLICITY NSRR

Jednání Pracovní skupiny pro informování a publicitu fondů EU

Pracovní skupina je složena ze zástupců NOK jako centrálního koordinačního orgánu MMR a zástupců řídicích orgánů, které jsou odpovědné za realizaci OP.

Hlavními cíli je vytváření komunikační strategie na národní úrovni k zajištění transparentnosti a plné informovanosti o přidělování pomoci ze SF a FS, informování veřejnosti a představitelů veřejné správy o možnostech čerpání evropských fondů a publicita úspěšně realizovaných projektů na celonárodní úrovni.

Poslání a činnost pracovní skupiny:

- zpracování pokynů a informací z DG REGIO;
- celostátní koordinace publicitních a komunikačních aktivit;
- sjednocení pravidel publicity a postupů v rámci ČR;
- schvalování žádostí o realizaci dílčích projektů řídicích orgánů;

Pracovní skupina pro informování a publicitu je zároveň i diskusní platformou zástupců řídicích orgánů zodpovědných za publicitu v rámci jejich OP.

Cílové skupiny:

- implementační struktura.

INFORM meeting

INFORM meeting je setkání zástupců členských států EU v oblasti publicity a komunikace fondů EU (ERDF) pořádané dvakrát ročně Evropskou komisí – Generálním ředitelstvím pro regionální rozvoj. Na jednání jsou diskutovány požadavky EU vůči členským státům a jsou diskutovány příklady dobré praxe. ČR na jednáních reprezentuje tajemník PS publicita, který je členem úzké skupiny členů INFORM, tzv. core group.

Cílové skupiny:

- implementační struktura.

16. MONITOROVÁNÍ A VYHODNOCENÍ

Povinnost vyhodnotit realizaci komunikačních plánů všech OP vyplývá z nařízení Komise 1828/2006. V roce 2011 byla dokončena „midterm“ (střednědobá) evaluace všech komunikačních aktivit NOK od počátku programového období, tj. 2007–2010. Další vyhodnocení proběhne na konci programového období 2007–2013, tedy v roce 2015, formou celorepublikového dotazníkového šetření a vyhodnocení komunikačních aktivit Národního orgánu pro koordinaci.

Jednotlivé komunikační aktivity se budou dále monitorovat pomocí sady indikátorů – výstupových, výsledkových (ročně) a následně dopadových (dle nastavení pro celý KoP OPTP 2007–2013). O průběhu realizace RKoP 2014 bude ŘO OPTP ve spolupráci s NOK informovat MV OPTP.

Evaluace informačních a komunikačních opatření NSRR ČR

Po celý rok 2014 budou všechny realizované komunikační aktivity průběžně vyhodnocovány. Vyhodnocování bude probíhat formou pretestů, posttestů, fokusních skupin, apod. Průběžné vyhodnocování bude realizováno v rámci projektu Evaluace informačních a komunikačních opatření NSRR ČR.

17. INDIKÁTORY VÝSTUPU A VÝSLEDKU

Indikátory výsledku				
Kód národního číselníku	Indikátor	Měrná jednotka	Zdroj	Indikativní cíl 2014 - Konvergence a indikativní cíl 2014 - Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost
48.09.01	Počet návštěv internetových stránek	počet	Příjemci OPTP	360 000
48.09.02	Počet stažení elektronických dokumentů	počet	Příjemci OPTP	90 000

Indikátory výstupu				
Kód národního číselníku	Indikátor	Měrná jednotka	Zdroj	Indikativní cíl 2014 - Konvergence a indikativní cíl 2014 - Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost
48.09.00	Počet uspořádaných informačních a propagačních aktivit	Počet	Příjemci OPTP	4
48.07.00	Počet vytvořených metodických a technicko-informačních materiálů	Počet	Příjemci OPTP	8

18. KONTAKTY

Národní orgán pro koordinaci NSRR:

Mgr. Gabriela Krabec Švecová, p. z. ředitele Odboru publicity EU

- telefon: +420 224 861 765
- e-mail: nok@mmr.cz, gabriela.svecova@mmr.cz
- <http://www.strukturalni-fondy.cz>

Řídící orgán OPTP:

Ing. Vladimír Kváča, Ph.D., ředitel Odboru Řídícího orgánu OPTP

- telefon: +420 224 861 293
- e-mail: optp@mmr.cz, vladimir.kvaca@mmr.cz
- <http://www.strukturalni-fondy.cz/optp>