



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
Integrovaný regionální operační program



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Roční komunikační plán IROP 2017

1. revidovaná verze

vypracovala:

Ing. Martina Juřicová, Oddělení podpory OP

schválil dne 12. 6. 2017:

Ing. Rostislav Mazal, ředitel Odboru řízení OP

schváleno dne 8. 6. 2017 Monitorovacím výborem IROP



Seznam zkratek:

CLLD	Komunitně vedený místní rozvoj
CMS	Content Management System (System pro správu obsahu)
Centrum	Centrum pro regionální rozvoj České republiky
DMS	Document Management System (Správa souborů)
EEN	Enterprise Europe Network
ESI	Evropské strukturální a investiční fondy
EÚS	Evropská územní spolupráce
FAQ	Často kladené dotazy
IOP	Integrovaný operační program
IPRÚ	Integrované plány rozvoje území
IROP	Integrovaný regionální operační program
ITI	Integrované územní investice
KoP	Komunikační plán
MAS	Místní akční skupiny
MMR ČR	Ministerstvo pro místní rozvoj ČR
NOK	Národní orgán pro koordinaci
OM IROP	Operační manuál IROP
RKoP	Roční komunikační plán
ŘO	Řídicí orgán
SKS	Společná komunikační strategie
TRPs	Target Rating Points (měrná jednotka sledovanosti TV)
ZS	Zprostředkující subjekt



Obsah

Seznam zkratk:	2
1. Manažerské shrnutí	4
2. Popis výchozí situace	10
3. Cílové skupiny a komunikační cíle	12
3.1. Komunikační témata pro rok 2017	12
3.2. Cílové skupiny	13
3.3. Komunikační nástroje ve vztahu ke komunikačním tématům a cílovým skupinám	14
3.4. Vazba komunikačních témat RKoP 2017 na strategické dokumenty	16
3.5. Komunikační cíle z hlediska času a cílových skupin	17
3.6. Rizika v souvislosti s plněním komunikačních plánů	18
3.7. Provázanost komunikačních aktivit ŘO IROP a CRR	19
4. Popis komunikačních aktivit, návaznost na cílové skupiny, indikativní harmonogram a rozpočet	20
4.1. Seznam komunikačních aktivit ŘO – pouze pro rok 2017	20
4.2. Seznam komunikačních aktivit Centra pro regionální rozvoj ČR	25
5. Odpovědnost za plnění komunikačních aktivit	30
6. Evaluace a indikátory	31
7. Shrnutí změn	37



1. Manažerské shrnutí

Roční komunikační plán Integrovaného regionálního operačního programu pro rok 2017 (dále jen RKoP IROP 2017) je klíčovým dokumentem shrnující strategii komunikačních a marketingových aktivit prováděných v IROP. Tak jako každá kvalitní strategie obsahuje tři části: co chceme dosáhnout, jak toho chceme dosáhnout a jakým způsobem budeme měřit úspěšnost našich aktivit. RKoP IROP 2017 je vytvářen na základě povinnosti ŘO IROP zajišťovat publicitu IROP v programovém období 2014–2020 a dále na základě povinnosti vyplývající z kapitoly 7.2 Metodického pokynu pro publicitu a komunikaci ESF fondů v programovém období 2014-2020. RKoP IROP 2017 dále navazuje na Společnou komunikační strategii evropských strukturálních a investičních fondů v ČR v programovém období 2014-2020 (dále jen SKS ESIF) a zpřesňuje navržené postupy pro komunikaci a publicitu IROP v Komunikačním plánu IROP 2015–2023 (dále jen KoP IROP). V RKoP IROP 2017 jsou definována komunikační témata a nástroje zvolené pro splnění nastavených cílů a indikátorů.

Provázání komunikačních témat RKoP IROP 2017 s komunikačními prioritami KoP IROP a komunikačními cíli SVS je dále graficky znázorněno v kapitole 3.4.

RKoP IROP 2017 navazuje a rozvíjí komunikační aktivity, které byly v plné či omezené míře realizovány v předchozím roce. Rok 2017 je třetím rokem implementace programu a lze očekávat jak nárůst projektů v realizaci, tak první ukončené projekty. Tomuto faktu byla uzpůsobena komunikační témata a nástroje komunikace.

Pro rok 2017 byla původně stanovena 3 hlavní komunikační témata, a to „Výzvy IROP“, „Budování značky IROP“ a „Budování povědomí o přínosech evropských fondů prostřednictvím prezentace podpořených projektů a témat IROP“. Tato témata byla přehodnocena a sloučena do dvou následujících témat: „Výzvy IROP“ a „Posílení pozitivního vnímání IROP“, přičemž původní téma „Budování značky IROP“ je včleněno do nově specifikovaného tématu „Posilování pozitivního vnímání IROP“. V tématu „Výzvy IROP“ se jedná zejména o mediální podporu výzev či výzev vykazujících nižší čerpání, podporu vyhlašovaných výzev integrovaných nástrojů a informační podporu potenciálních žadatelů, žadatelů a příjemců. Druhé komunikační téma, zaměřené na posílení pozitivního vnímání IROP, bude prezentováno zejména mediální kampaní „Posílení pozitivního vnímání ESIF v kontextu témat a úspěšných projektů IROP“, která bude cílit na širokou veřejnost. Primárně budou prezentovány přínosy ESIF fondů jako celku, neboť jednotlivé operační programy jsou mimo rozlišovací schopnosti cílové skupiny, avšak vždy bude prezentována informace o IROP.

Nejvýznamnější položkou komunikačních aktivit je mediální kampaň, která bude prezentována ve vybraných mediatypech – zejména v TV a na internetu. Dále bude



vydáván Zpravodaj IROP. Nedílnou součástí je poskytování informací zejména potenciálním žadatelům, žadatelům a příjemcům, a to formou letáků a brožur, konzultačního servisu, microsite IROP, seminářů a individuálních konzultací. Celkový výčet aktivit včetně jejich upřesnění, rozpočtu a harmonogramu je uveden v kapitolách 3 a 4.

Na základě zkušeností roku 2016 jsou v RKoP IROP 2017 plánované komunikační aktivity, jejichž realizace přesáhne jeden rok a budou součástí RKoP IROP 2018, případně dále. Jedná se zejména o mediální kampaň, dodávky propagačních předmětů a pořízení grafických a fotografických služeb. Aktivity plánované pouze na jeden rok s sebou nesou rizika omezené realizace či úplného zrušení aktivity, neboť v průběhu 1 roku může dojít k prodlevám zejména v oblasti zakázek, které omezují či znemožňují realizaci naplánovaných komunikačních aktivit. Pořízení služeb na delší časové období než 1 rok také zvýší efektivitu komunikačních aktivit, neboť bude navázána dlouhodobější spolupráce s dodavateli, kteří budou obeznámeni s potřebami IROP a budou pružněji dodávat požadované plnění.

Dalším novým prvkem v rámci propagace IROP je zapojení nositelů integrovaných nástrojů ITI, IPRÚ a MAS. Tyto subjekty teprve zahajují svou činnost, která bude rovněž obsahovat i komunikační aktivity. RKoP IROP 2017 neuvádí plánované komunikační aktivity těchto subjektů. Nicméně pokud v průběhu roku dojde k nárůstu plánovaných komunikačních aktivit, bude provedena aktualizace RKoP IROP 2017 o aktivity ITI, IPRÚ a MAS.

Předmětem této revize je aktualizace komunikačních aktivit, které reagují na vzniklou potřebu podpořit komunikaci v oblasti výzvy na zateplování. Součástí revize je rovněž úprava rozpočtu a indikátorů vybraných položek na základě posouzení plánovaných komunikačních aktivit a aktuálních průzkumů trhu. Změny jsou přehledně shrnuty v závěru RKoP IROP 2017 v kapitole 7.

Součástí revize RKoP IROP 2017 je rovněž aktualizace komunikačních aktivit Centra, kdy dochází k navýšení vybraných položek rozpočtu. Změny jsou rovněž shrnuty v kapitole 7.

Návrh komunikačních aktivit včetně harmonogramu a indikativních výdajů ŘO IROP pro rok 2017 a odhad na rok 2018:

Vzhledem k tomu, že projekt z technické pomoci IROP na realizaci aktivit pro publicitu IROP bude koncipován na 2 roky, je v tabulce pro potřeby projektu uveden rovněž rok 2018, nicméně pro rok 2018 bude vypracován RKoP zvlášť.



Komunikační aktivity ŘO IROP	Spolupracující subjekt při realizaci	Plánované období realizace	Cílová skupina	Celkové výdaje v Kč včetně DPH 2017	Celkové výdaje v Kč včetně DPH 2018	celkem	typ zakázky
Tvorba a distribuce Zpravodaje IROP (online newsletter)	-	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potenciální žadatelé/žadatelé/příjemci	23 800	32 500	56 300	v roce 2017 přímý nákup, poté VZMR "Grafické služby pro IROP" cca 700 000 Kč na 4 roky
Grafické služby - brožury, publikace dle typů příjemců, letáky ke specifickým cílům IROP či výzvam	-	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potenciální žadatelé/žadatelé/příjemci	195 000	120 000	315 000	v roce 2017 přímý nákup, poté VZMR "Grafické služby pro IROP" cca 700 000 Kč na 4 roky
Prezentační systémy (roll-upy, prezentační stěna, stojan na tiskoviny, reklamní stojan A) vč. grafického zpracování	-	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potenciální žadatelé/žadatelé/příjemci/média	79 000	-	79 000	přímý nákup
Fotografické služby	-	1. pol. 2017 2. pol. 2017 a celý rok 2018	Potenciální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	211 750 188 250	400 000	800 000	přímý nákup
Poskytování konzultačního servisu cílovým skupinám	CRR, ZS ITI, MAS	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potenciální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	-	-	-	-



Mediální kampaň - „Posílení pozitivního vnímání ESIF v kontextu témat a úspěšných projektů IROP“ (vybraná témata - specifický cíl IROP, dle aktuální potřeby) – tvorba spotů pro TV a pořízení mediálního prostoru ve vybraných mediátech. Kampaně budou rozloženy do 2 let.	-	4. čtvrtletí 2017 a 2. čtvrtletí 2018	občané ČR 15+	14 080 000	9 515 000	23 595 000	2 VZ: Kreativní návrh a produkční zajištění kampaně IROP, Nákup mediálního prostoru pro kampaň IROP
Semináře a workshopy (centrální semináře pro žadatele a příjemce k vyhlášeným výzvám IROP, tematické semináře dle potřeby) – předpoklad 22 seminářů na rok 2017 a 8 seminářů na rok 2018	CRR	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potenciální žadatelé/žadatelé/příjemci	1 053 206	390 334	1 443 540	přímý nákup
Průběžná aktualizace microsite IROP	Oddělení publicity EU MMR	1. – 4. čtvrtletí 2017	Potenciální žadatelé/žadatelé/příjemci/ média/občané ČR 15+	-	-	-	-
Provoz webu kvalizavota.eu	-	1. – 4. čtvrtletí 2017	média/občané ČR 15+	10 164	-	10 164	přímý nákup



Webové stránky IROP	Oddělení publicity EU MMR, Oddělení komunikace MMR	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potenciální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	5 324 000	968 000	6 292 000	VZ: Vytvoření a servisní podpora webových prezentací Ministerstva pro místní rozvoj
Pořízení aplikací - konzultační SW a document management systém a jejich uvedení do provozu	CRR	1. – 4. čtvrtletí 2017	Potenciální žadatelé/žadatelé/příjemci	2 240 000	-	2 240 000	VZMR
Tiskové zprávy	Oddělení komunikace MMR	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potenciální žadatelé/média	-	-	-	-
Propagační předměty	-	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potenciální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	484 000	960 000	1 444 000	přímý nákup dle potřeby, poté VZMR "Propagační předměty pro IROP"
Výroční konference	-	3. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Žadatelé/příjemci	300 000	300 000	600 000	přímý nákup
Ad hoc komunikační aktivity IROP (Stánek konference ISSS)		2. čtvrtletí 2017 a ad hoc 2018	Potenciální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	155 000	155 000	310 000	přímý nákup
Ad hoc komunikační aktivity IROP		1. – 4. čtvrtletí 2017 a ad hoc 2018	Potenciální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	500 000	500 000	1 000 000	přímý nákup (2017 - inzertisk, on-line, 2018 dle potřeby)
Provoz facebookových stránek IROP	Oddělení komunikace MMR	2. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potenciální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	-	-	-	-



Adhoc komunikační aktivity Oddělení publicity EU MMR	Oddělení publicity EU MMR	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Občané ČR 15+	-	-	-	-
celkem	-	-	-	24 844 170	13 340 834	38 185 004	-

**Návrh komunikačních aktivit včetně harmonogramu a indikativních výdajů
Centra pro regionální rozvoj ČR pro rok 2017:**

Komunikační aktivity CRR	Spolupracující subjekt při realizaci	Plánované období realizace	Cílová skupina	Celkové výdaje v Kč včetně DPH
Tiskové zprávy	-	1. – 4. čtvrtletí 2017	Média	0
Internetová reklamní kampaň IROP	ŘO	2. – 4. čtvrtletí 2017	Občané ČR 15+	819 000
PR články v tištěných odborných médiích	ŘO	1. – 4. čtvrtletí 2017	Potencionální žadatelé/ občané ČR 15+	120 000
E-newsletter	-	1. – 4. čtvrtletí 2017	Potencionální žadatelé/ příjemci/ občané ČR 15+	50 000
Vlastní periodikum „Včera, dnes a zítra“ – tři čísla k programu IROP	ŘO	1. – 4. čtvrtletí 2017	Žadatelé/ příjemci/	180 000
Letáky, plakáty	ŘO	1. – 4. čtvrtletí 2017	Žadatelé/ příjemci/	40 000
Veletrhy	ŘO	1. - 4. čtvrtletí 2017	Žadatelé/ příjemci/ občané ČR 15+	200 000
Fotografické materiály	ŘO	1. – 4. čtvrtletí 2017	Žadatelé/ příjemci/	200 000



		1. – 2. čtvrtletí 2018	občané ČR 15+	
Časosběrné video	-	1. – 4. čtvrtletí 2017 1. – 2. čtvrtletí 2018	Žadatelé/ příjemci/ občané ČR 15+	300 000 600 000
Propagační předměty	-	2. – 4. čtvrtletí 2017	Žadatelé/ příjemci/ občané ČR 15+	351 500
Individuální konzultace	ŘO	1. – 4. čtvrtletí 2017	Potencionální žadatelé/ příjemci	0
Centrální a regionální semináře pro žadatele a příjemce	Eurocentrum	1. – 4. čtvrtletí 2017	Potencionální žadatelé/ příjemci	1 069 900
Celkem Kč včetně DPH				3 930 100

Celkové náklady na komunikační aktivity ŘO	24 844 170 Kč
Celkové náklady na komunikační aktivity CRR	3 930 100 Kč
Celkové náklady na komunikační aktivity IROP	28 774 270 Kč

2. Popis výchozí situace

RKoP IROP 2017 navazuje na započaté aktivity v roce 2016, kdy se jedná zejména o pořízení webových stránek IROP a tří aplikací - konzultačního software a systém správy dokumentů, jejichž zajištění v roce 2016 nebylo dosaženo. Třetí plánovanou aplikací bylo IROP fórum, od něhož bylo upuštěno, neboť požadovanou funkcionalitu je možné nahradit jinými funkcemi z připravované zakázky na webové stránky. V rámci dalších komunikačních aktivit navazujících na předchozí rok se bude jednat zejména o realizaci on-line newsletteru Zpravodaj IROP, grafické zajištění brožur a letáků podle aktuálních potřeb, zajištění fotografické dokumentace projektů před a po realizaci projektu, poskytování konzultačního servisu cílovým skupinám, semináře pro žadatele a příjemce, aktualizace microsite IROP, provoz webu



kvalitazivota.eu, pořízení a distribuce propagačních předmětů IROP či vytváření tiskových zpráv.

Za rok 2015 a 2016 lze hodnotit jako neúspěšnější komunikační aktivity IROP následující: semináře pro žadatele k výzvam a individuální konzultace, které potvrzují důležitost přímé komunikace s primárními cílovými skupinami IROP, dále on-line newsletter Zpravodaj IROP, který je vhodným nástrojem pro distribuci aktuálních informací ohledně IROP, pravidelná aktualizace microsite IROP (včetně FAQ – otázek a odpovědí) a správa schránky irop@mmr.cz v souvislosti s konzultacemi.

Vhodným doplňkem komunikačních aktivit jsou konference zaměřené na témata podporovaná v IROP. V roce 2016 takto byla realizována Výroční konference k podpoře snižování energetické náročnosti bytových domů v České republice. Výroční konference je plánována i na letošní rok. Pro rok 2017 je plánováno oslovení široké veřejnosti prostřednictvím mediální kampaně v masových médiích (zejména TV a internet).

Kromě hlavních aktivit, které jsou součástí RCoP IROP 2017, budou opětovně v průběhu roku 2017 realizovány další iniciativy či spolupráce jako např. aktivní účast zástupců ŘO IROP na konferenci Internet ve státní správě a samosprávě (ISSS) či spolupráce v oblasti energeticky úsporného bydlení se zainteresovanými subjekty Státní fond životního prostředí, Státní fond rozvoje bydlení a Šance pro budovy. Snahou je pokračovat v těchto aktivitách a zahrnout další oblasti podpory IROP k navázání spolupráce se stakeholdery (zainteresovanými stranami) v daných oblastech.

Rok 2017 je třetím rokem implementace IROP a lze očekávat první ukončené projekty a rovněž nárůst počtu schválených projektů předložených do výzev IROP vyhlašovaných v předcházejících letech. V roce 2017 je plánováno vyhlášení dalších 13-14 výzev pro předkládání individuálních projektů a dále výzvy pro nositele integrovaných strategií (ITI, IPRÚ a MAS), kterým bude zapotřebí zajistit dostatečnou míru medializace.

Zároveň bude nutné po jejich vyhlášení zajistit efektivní a jednotný informační servis pro potenciální žadatele, žadatele a zejména pro příjemce. Rovněž bude potřeba poskytnout mediální podporu výzvam či specifickým cílům, které vykazují nižší zájem mezi žadateli.



3. Cílové skupiny a komunikační cíle

3.1. Komunikační témata pro rok 2017

Pro rok 2017 byla pro propagaci IROP definována následující 2 komunikační témata, která jsou dále specifikována:

1. Výzvy IROP

Komunikační téma „Výzvy IROP“ zahrnuje následující komunikační aktivity:

- 1.1. prezentace nově vyhlášených výzev IROP pro individuální projekty
- 1.2. prezentace výzev pro integrované projekty ITI, IPRÚ a CLLD
- 1.3. prezentace výzev či specifických cílů, které vykazují nižší míru čerpání
- 1.4. poskytování konzultačního servisu pro potenciální žadatele, žadatele a příjemce
- 1.5. prezentace výzvy na zateplování pro potenciální žadatele a žadatele

V rámci prvního tématu bude kladen důraz na informování potenciálních žadatelů a žadatelů o možnostech financování z IROP pro zajištění dostatečné absorpční kapacity a kvalitně zpracovaných žádostí o podporu v souvislosti s vyhlášenými výzvami. Komunikační podpora bude zajištěna také výzvám pro integrované projekty ITI, IPRÚ a CLLD. Dále bude kladen důraz na komunikaci průběžných výzev s nižší mírou čerpání. Nedílnou součástí tohoto komunikačního tématu je poskytování konzultačního servisu. Vzhledem k tomu, že v roce 2017 již bude značné množství projektů v realizaci, konzultace a semináře budou zaměřeny na poskytování informací potřebných k úspěšné realizaci projektů, např. veřejné zakázky, nejčastější chyby v žádostech o podporu, při předkládání zpráv o realizaci a žádostí o platbu a jejich prevence.

2. Posílení pozitivního vnímání IROP

Druhé komunikační téma je zaměřeno na posílení pozitivního vnímání ESIF a IROP prostřednictvím aktivit:

- 2.1. realizace mediální kampaně „Posílení pozitivního vnímání ESIF v kontextu témat a úspěšných projektů IROP“
- 2.2. prezentace IROP jako operačního programu, který napomáhá zlepšovat kvalitu života v ČR prostřednictvím prezentace podpořených kvalitních a smysluplných projektů
- 2.3. prezentace pozitivního přínosu zateplování bytových domů podpořených z výzev IROP



Cílem druhého komunikačního tématu bude posílení pozitivního vnímání IROP, a to na základě realizace mediální kampaně „Posílení pozitivního vnímání ESIF v kontextu témat a úspěšných projektů IROP“ určené cílové skupině občané ČR 15+ (široká veřejnost). V této kampani budou prezentovány přínosy ESIF fondů jako celku v kontextu témat a úspěšných projektů IROP, neboť jednotlivé operační programy jsou pod rozlišovací schopnosti cílové skupiny, nicméně součástí kampaně bude rovněž informace o IROP a MMR.

Pozitivní přínosy IROP ve formě prezentace kvalitních a smysluplných projektů budou rovněž komunikovány dalšími prostředky, viz kapitola 3.3 Komunikační nástroje ve vztahu ke komunikačním tématům a cílovým skupinám.

Součástí této revize RKoP IROP 2017 zpracované v březnu 2017 je doplnění dodatečných komunikačních aktivit, které vyplynuly z potřeb definovaných v průběhu 1. kvartálu roku 2017. Jedná se o podporu výzvy zaměřené na zateplování, která vykazuje nižší míru čerpání, a proto je nutné zajistit její mediální podporu. Podpora této oblasti vstupuje do obou komunikačních témat IROP. Oblast zateplování bude podpořena jak na úrovni prezentace výzev v tištěných a on-line médiích, tak jako součást mediální kampaně v TV a dalších mediatypech.

Komunikační aktivity jsou v souladu s komunikačními prioritami č. 1 KoP IROP – „Vybudovat pozitivní vnímání IROP“ a č. 4 „Zajištění informovanosti obyvatel ČR o přínosu projektů IROP“, které byly definovány na základě Komunikačního cíle I., resp. III. SKS ESIF.

Propojení komunikačních témat, komunikačních nástrojů a cílových skupin je uvedeno v tabulce kapitoly 3.3.

3.2. Cílové skupiny

Komunikační témata budou směřována k následujícím cílovým skupinám:

- potenciální žadatelé,
- žadatelé,
- příjemci,
- média,
- občané ČR 15+ (široká veřejnost).

Definice viz Společná komunikační strategie ESIF v ČR (kapitola 5.7, str. 29).

Ostatní cílové skupiny:

- Evropská komise,
- Monitorovací výbor IROP,
- regionální a místní orgány státní správy a samosprávy (partneři v území),



- hospodářští a sociální partneři (partneři v území),
- profesně zaměřená široká veřejnost (např. památkáři, urbanisté, stavební technici, odborníci ve školství, dopravě, zdravotnictví apod.),
- politická reprezentace,
- nositelé strategií ITI, IPRÚ a Místní akční skupiny.

3.3. Komunikační nástroje ve vztahu ke komunikačním tématům a cílovým skupinám

Komunikační téma „Výzvy IROP“ bude směřováno na cílové skupiny: potenciální žadatele, žadatele a příjemce. Zajištění informovanosti těchto cílových skupin bude probíhat formou přímé komunikace (semináře, workshopy, osobní konzultace), on-line komunikace (microsite/web IROP) a šířením publikací (letáky, brožury) podle aktuálních potřeb zjištěných ŘO IROP. Pro prezentaci výzev je vhodné rovněž využít Zpravodaj IROP. V této souvislosti je hlavním cílem kvalita poskytovaných informací a zohledňování jejich míry důležitosti.

V tématu „Výzvy IROP“ je nutné zohlednit výzvy integrovaných projektů ITI, IPRÚ a CLLD, jejichž komunikaci je nutné zacílit dvěma směry, a to na regionální úrovni (vyhlášení výzev jednotlivými subjekty) a na celorepublikové úrovni v rámci publicity a komunikace IROP. Komunikace těchto výzev bude na celorepublikové úrovni zajišťována uveřejňováním jednotlivých výzev na microsite IROP.

Nově doplněná komunikační aktivita zaměřená na podporu výzvy na zateplování bude realizována prostřednictvím komunikace v tematicky zaměřeném tisku a na webech v období duben/květen 2017. Rovněž se předpokládá zopakování této kampaně s rozšířením o informace o finančním nástroji na podzim roku 2017, popř. vyhlášením nové výzvy na zateplování.

Druhé komunikační téma „Posílení pozitivního vnímání IROP“ je zacíleno na cílovou skupinu občané ČR 15+. Toto téma bude naplněno realizací mediální kampaně „Posílení pozitivního vnímání ESIF v kontextu témat a úspěšných projektů IROP“ v masmédiích (zejména TV a internet) a dále bude rozvíjeno prostřednictvím dalších komunikačních prostředků, např. Zpravodaj IROP, tiskové zprávy či aktuality na webu IROP a facebookové stránce IROP nebo prezentace v tištěných médiích zaměřených na regionální rozvoj (články, rozhovory se zástupci ŘO IROP).

Tabulka níže uvádí komunikační nástroje pro jednotlivá komunikační témata v roce 2017 a rovněž ve vztahu k cílovým skupinám. Nad rámec dvou definovaných komunikačních témat byla přidána komunikační aktivita 1.2 komunikačního tématu Výzvy IROP – a to Výzvy pro integrované projekty ITI,



IPRÚ a MAS, jejichž komunikační kanály se odlišují od Výzev IROP na individuální projekty.

Nejedná se o kompletní výčet komunikačních nástrojů, ale o vhodné nástroje ke komunikaci. Při realizaci komunikačních aktivit mohou být definovány nové vhodnější komunikační nástroje. Uvedené komunikační nástroje mohou nést odlišný obsah a tím mohou být využity pro komunikaci s různými cílovými skupinami. Zároveň komunikační nástroj nesoucí specifické téma zaměřené na vymezenou cílovou skupinu může zasáhnout i další cílové skupiny, např. kampaň v TV může oslovit potenciální žadatele či žadatele. Mezi oběma komunikačními tématy tak vzniká synergický efekt, kdy se jednotlivé komunikační aktivity navzájem podporují.

Cílové skupiny					
Komunikační témata 2017	potencionální žadatelé	žadatelé	příjemci	média	občané ČR 15+
Výzvy IROP	microsite IROP (web IROP), inzerce (tisk, on-line), Zpravodaj IROP, brožury, letáky, konzultační servis, osobní konzultace	microsite IROP (web IROP), inzerce (tisk, on-line), Zpravodaj IROP, příručky pro žadatele, brožury, letáky, konzultační servis, interní depeše v MS 2014+, osobní konzultace	microsite IROP (web IROP), inzerce (tisk, on-line), Zpravodaj IROP, příručky pro příjemce, brožury, letáky, konzultační servis, interní depeše v MS 2014+, osobní konzultace	microsite IROP (web IROP), tiskové zprávy	X
Výzvy pro integrované projekty ITI, IPRÚ a CLLD	microsite IROP (web IROP), web IN – regionální zaměření	microsite IROP (web IROP), web IN - regionální zaměření	microsite IROP (web IROP), web IN - regionální zaměření	microsite IROP (web IROP), tiskové zprávy	X
Budování povědomí o ESI fondech	X	X	X	X	mediální kampaň (TV, internet), Zpravodaj IROP, tiskové zprávy, microsite IROP (web IROP), Facebook IROP, brožury, tisk (PR články a rozhovory)



3.4. Vazba komunikačních témat RKoP 2017 na strategické dokumenty

Grafiky uvedené níže znázorňují vazbu komunikačních témat definovaných pro rok 2017 s komunikačními cíli SKS a komunikačními prioritami KoP IROP.





3.5. Komunikační cíle z hlediska času a cílových skupin

Tabulka níže uvádí krátkodobé (1 rok) a dlouhodobé cíle (2 roky), které mají být dosaženy prostřednictvím komunikačních témat definovaných pro rok 2017 ve vazbě na cílové skupiny.

Cílové skupiny					
Cíle	potenciální žadatelé	žadatelé	příjemci	média	občané ČR 15+
Krátkodobé cíle (1 rok)	Budování povědomí o IROP a možnostech podpory	Budování povědomí o IROP a možnostech podpory. Poskytování kvalitního informačního servisu žadatelům	Poskytování kvalitního informačního servisu příjemcům	Poskytování kvalitních a včasných informací. Budování pozitivního vnímání IROP jako partnera poskytujícího kvalitní a včasné informace o IROP	Posílení pozitivního vnímání IROP
Dlouhodobé cíle (2 roky)	Budování povědomí o IROP a možnostech podpory. Posílení pozitivního vnímání IROP. Pozitivní vnímání výzev na zateplování IROP.	Budování povědomí o IROP, možnostech podpory. Poskytování kvalitního informačního servisu žadatelům. Posílení pozitivního vnímání IROP. Pozitivní vnímání výzev na zateplování IROP.	Poskytování kvalitního informačního servisu příjemcům. Posílení pozitivního vnímání IROP. Splnění n+3 v oblasti zateplování.	Poskytování kvalitních a včasných informací. Budování pozitivního vnímání IROP jako partnera poskytujícího kvalitní a včasné informace o IROP	Posílení pozitivního vnímání IROP. Pozitivní vnímání výzev na zateplování IROP.



3.6. Rizika v souvislosti s plněním komunikačních plánů

V rámci RKO P IROP 2017 jsou definována následující rizika:

- negativní mediální prostředí - informovanost prostřednictvím médií zpravidla bývá negativního charakteru. Tzn. veřejné mínění je utvářeno na základě mediálních informací, které s sebou nesou negativní sdělení - viz některé projekty z minulého programového období (např. podezření z korupce, nízká smysluplnost projektů, předražené veřejné zakázky, netransparentní proces hodnocení). ŘO IROP může takový styl komunikace ovlivnit budováním výše uvedených informačních a hlavně pozitivních vazeb s novináři (ve spolupráci s Oddělením komunikace MMR). Produkce pravidelných, kvalitních a pozitivně zaměřených tiskových zpráv je nutnou podmínkou ve snaze předcházet tomuto riziku.
- Zvýšený počet aktérů zapojených do implementace IROP – v současné chvíli je zapojeno do implementace IROP kromě ŘO a Centra rovněž 7 ZS ITI a 180 MAS. Při takovém množství subjektů vzniká riziko neúspěšné koordinace propagačních aktivit a nevyužití potenciálu těchto distribučních kanálů. Toto riziko může být eliminováno nastavením informačních toků mezi jednotlivými aktéry a jejich důsledným dodržováním.
- Komplikace při realizaci zadávacích řízení – některé aktivity uvedené v kapitole 4 jsou navázány na zadávací řízení, které z různých objektivních důvodů nakonec nemusí být úspěšně realizovány. V některých případech může dojít pouze k průtahům, které budou mít za následek časový posun dané komunikační aktivity oproti původním plánům (např. konzultační SW původně plánovaný v roce 2016). ŘO IROP bude riziko eliminovat kvalitní přípravou podkladů pro zadání veřejné zakázky, předmětu zakázky a poskytováním maximální součinnosti všem zainteresovaným stranám.
- Posun termínu spuštění nového webu IROP – toto riziko souvisí s komplikacemi při realizaci veřejných zakázek, které mohou podstatnou měrou ovlivnit termín zhotovení a spuštění webu. ŘO IROP bude poskytovat maximální součinnosti všem zainteresovaným stranám při realizaci veřejné zakázky a tím omezí možné průtahy.
- Široké tematické zaměření – IROP je tematicky velmi rozsáhlý a je zacílený na značné množství různorodých cílových skupin, navíc regionálně rozptýlených. To se může projevit jako negativní, s ohledem na cíl oslovit potenciální žadatele, a tím posílit absorpční kapacitu. Toto riziko má navíc dvě dimenze: jednou dimenzí je nízký počet předložených projektových žádostí či jejich nízká kvalita, která může být důsledkem nedostatečného přenosu informací směrem k této cílové skupině. Snaha bude toto riziko eliminovat funkčním konzultačním servisem a aktivitou pracovníků CRR v regionech při komunikaci s žadatelem a příjemcem. Druhou dimenzí je naopak vysoké množství konzultací.



Toto riziko je možné eliminovat funkčním konzultačním servisem, jeho pravidelným vyhodnocováním, operativním přizpůsobováním aktuálním potřebám a zveřejňováním často se opakujících dotazů na microsite IROP, upřesněním podrobností, rad a tipů při přípravě žádosti o podporu ve Zpravodaji IROP, přípravou tematicky orientovaných brožur.

3.7. Provázanost komunikačních aktivit ŘO IROP a CRR

Komunikační aktivity ŘO IROP a Centra jsou navzájem propojeny a vytváří kompaktní celek. V případě obdobných aktivit obou subjektů je vždy před zahájením realizace aktivity projednán záměr a očekávaný výstup. Jedná se zejména o tyto aktivity:

- Fotografování projektů před a po realizaci – v této aktivitě budou ŘO IROP a Centrum vždy sdílet seznamy projektů určených k fotografování tak, aby nedošlo k duplicitám. Cílem je pořízení dostatečného množství fotografické dokumentace jednotlivých projektů pro budoucí prezentaci IROP, neboť kapacita IROP činí 16 000 projektů.
- Časosběrné video – tato komunikační aktivita má obdobný charakter jako pořizování fotografií projektů, nicméně se jedná o atraktivní obrazový formát, který lze využít kdekoliv, kde je k dispozici obrazovka. Pořízené časosběrné video postoupí Centrum k dispozici ŘO IROP.
- On-line inzerce – zacílení on-line inzerce se liší zejména v jejím geografickém a tematickém zaměření. Zatímco kampaň Centra bude cílena na podporu výzev v jednotlivých regionech dle aktuální potřeby regionální poboček Centra, inzerce IROP bude cílena celorepublikově se zaměřením zejména na výzvu na zateplování. Jednotlivé nasazení inzercí a jejich témata budou ŘO IROP a Centrum navzájem koordinovat.
- Inzerce v tištěných médiích – během kampaně v tištěných médiích budou subjekty navzájem koordinovat své mediální výstupy. V případě PR článků Centra se bude jednat o omezené množství 5 PR článků ve specializovaných periodikách. ŘO IROP plánuje využití inzerce v tisku zejména pro propagaci výzvy na zateplování, a to ve specializovaných periodikách.



4. Popis komunikačních aktivit, návaznost na cílové skupiny, indikativní harmonogram a rozpočet

Komunikační aktivity jsou rozděleny na komunikační aktivity ŘO a komunikační aktivity Centra.

4.1. Seznam komunikačních aktivit ŘO – pouze pro rok 2017

Aktivita/stručný popis	Spolupracující subjekt při realizaci	Cílová skupina	Plánované období realizace	Počet	Zdroj financování	Celkové výdaje v Kč ¹
Tvorba a distribuce Zpravodaje IROP – v rámci tohoto online newsletteru vydávaného čtvrtletně budou prezentována témata související s IROP. Každé vydání bude distribuováno elektronicky na zaregistrované emailové adresy na microsite IROP, dále SMO ČR, NS MAS, ZS ITI. Zároveň bude každé číslo zveřejněno na microsite IROP. V celkových výdajích je zahrnuta grafická příprava.	-	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci	1. – 4. čtvrtletí 2017	4	Technická pomoc IROP	23 800

¹ Jsou započítány pouze náklady spojené s Technickou pomocí IROP.



<p>Distribuce informačních materiálů: brožury, letáky k výzám</p> <p>Informační materiály, budou distribuovány zejména na seminářích pro žadatele a příjemce, případně dalších konferencích nebo veletrzích za účasti ŘO IROP nebo Centra. Realizace této komunikační aktivity má za cíl zlepšit informovanost primárních cílových skupin. V celkových výdajích je zahrnuta grafická příprava.</p>	-	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci	1. – 4. čtvrtletí 2017	2 brožury, 10 letáků	Technická pomoc IROP	195 000
<p>Prezentační systémy: roll-upy 2 sady po 3 tématech, prezentační stěna, stojany na tiskoviny, reklamní stojany typu A – budou využívány při akcích pořádaných IROP (semináře, konference, workshopy, monitorovací výbor) za účelem vizuální prezentace IROP. V celkových výdajích je zahrnuta grafická příprava.</p>	-	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci/média	3. – 4. čtvrtletí 2017	6 roll-upů, 1 prezentační stěna, 2 skládací stojany na tiskoviny, 2 reklamní stojany A	Technická pomoc IROP	79 000
<p>Fotografické služby – v plánu je pořízení 15 fotografií k vybraným 66 projektům v období před či po realizaci projektu dle aktuální potřeby, z které bude vizuálně zřejmá přidaná hodnota projektů. Fotografie budou využity jako grafický podklad pro publikace (např.</p>	-	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	1. pololetí 2017 2. pololetí 2017	1 soubor fotografií	Technická pomoc IROP	211 750 188 250



brožury apod.) a dále budou zveřejněné na webových stránkách IROP. Původní počet nafocení 35 projektů byl navýšen na 66 z důvodu pořízení fotografií pro stolní kalendář.						
Poskytování konzultačního servisu cílovým skupinám – pro dosažení optimální informovanosti cílových skupin o IROP.	CRR	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci	1. – 4. čtvrtletí 2017	-	-	0
Mediální kampaň - „Posílení pozitivního vnímání ESIF v kontextu témat a úspěšných projektů IROP“ (vybrané téma -specifický cíl IROP, dle aktuální potřeby). Realizace kampaně bude rozložena do 2 let. V celkových výdajích je zahrnuta výroba spotů pro TV a nákup mediálních prostor ve vybraných mediatypech na 1 rok.	-	Občané ČR 15+	3. – 4. čtvrtletí 2017 1. – 2. čtvrtletí 2018	2 TV spoty, 330 TRPs v TV 90 TRPs tisk 35 000 000 impresí – internet 10 000 PPC - internet Za rok 2017	Technická pomoc IROP	14 080 000 Za rok 2017
Semináře a workshopy (centrální semináře pro žadatele a příjemce k vyhlášeným výzvám IROP, tematické semináře dle potřeby).	-	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci	1. – 4. čtvrtletí 2017	22	Technická pomoc IROP	1 053 206



Průběžná aktualizace microsite IROP Stěžejními částmi microsite jsou sekce s veškerými výzvami IROP, dokumentací a FAQ.	Oddělení publicity EU MMR	Potencionální žadatelé/žada telé/příjemci/m édia/občané ČR 15+	1. – 3. čtvrtletí 2017	-	Operační program TP	0
Provoz webu kvalitazivota.eu – jedná se o web, kde jsou zveřejňovány informace a zejména fotografie k úspěšně realizovaným projektům IOP. Po spuštění nového webu v roce 2017 dojde k migraci dat z tohoto webu na samostatný web IROP.	-	Média/občané ČR 15+	1. - 3. čtvrtletí 2017	-	Technická pomoc IROP	10 164
Webové stránky IROP – realizací této aktivity bude v roce 2017 spuštěn samostatný web IROP, jehož správa bude v plné kompetenci Odboru řízení OP MMR a který nahradí dosavadní fungování microsite IROP. Tento web by měl mít zároveň kvalitnější webdesign a interface, rozšířenější funkcionality CMS, optimálnější redakční prostředí a přehlednější uživatelské rozhraní. Celkové náklady zahrnují tvorbu webu, licenci CMS, programátorské a redakční práce, servisní služby, helpdesk apod.	Oddělení publicity EU MMR, Oddělení komunikace MMR	Potencionální žadatelé/žada telé/příjemci/m édia/občané ČR 15+	3. – 4. čtvrtletí 2017	1 web IROP	Technická pomoc IROP	5 324 000
Konzultační SW a document management systém Pořízení a správa	CRR	Potencionální žadatelé/žada	3. – 4. čtvrtletí 2017	1 informační	Technická pomoc IROP	2 240 000



konzultačního softwaru – jedná se o softwarový nástroj pro interní a externí komunikaci nad dotazy ohledně IROP a databázi dotazů. Pořízení a správa document management systém – jedná se o softwarový nástroj pro interní správu dokumentace.		telé/příjemci		nástroje		
Tiskové zprávy – základní nástroj pro komunikaci s médii. Ve spolupráci s Oddělením komunikace MMR dojde touto formou k vydání tiskové zprávy ke každé vyhlášené výzvě IROP.	Oddělení komunikace MMR	Potencionální žadatelé/média	1. – 4. čtvrtletí 2017	48	-	0
Propagační předměty a tiskoviny - slouží jako drobný dárek a zároveň předávají základní informaci o programu. Bude přihlíženo k praktičnosti takovýchto předmětů/tiskovin a také vhodnosti vzhledem k zaměření IROP. Aktivita je včetně grafických prací.	-	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	3. – 4. čtvrtletí 2017	22 druhů	Technická pomoc IROP	484 000
Výroční konference		Žadatelé/příjemci	3. – 4. čtvrtletí 2017	1 konference	Technická pomoc IROP	300 000
Ad hoc komunikační aktivity IROP dle aktuální potřeby (stánek na konferenci ISSS)		Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	2. – 4. čtvrtletí 2017	1 stánek na konferenci ISSS	Technická pomoc IROP	155 000



Ad hoc komunikační aktivity IROP (Inzerce Ad hoc)		Potencionální žadatelé/žada telé/příjemci/m édia/občané ČR 15+	2. – 4. čtvrtletí 2017	6 výstupů	Technická pomoc IROP	500 000
Provoz facebookových stránek IROP	Oddělení komunikace MMR	Potencionální žadatelé/žada telé/příjemci/m édia/občané ČR 15+	2. – 4. čtvrtletí 2017	1 FB stránka	-	0
Ad hoc komunikační aktivity Oddělení publicity EU.	Oddělení publicity EU MMR	Občané ČR 15+	1. – 4. čtvrtletí 2017	-	-	0
Celkem Kč včetně DPH						24 844 170

4.2. Seznam komunikačních aktivit Centra pro regionální rozvoj ČR

Aktivita/stručný popis	Spolupracující subjekt při realizaci	Cílová skupina	Plánované období realizace	Počet	Zdroj financování	Celkové výdaje v Kč ²
Tiskové zprávy – jsou jedním ze základních nástrojů komunikace se sdělovacími prostředky. Tiskové zprávy	-	Média	1. – 4. čtvrtletí 2017	6	-	0

² Jsou započítány pouze náklady spojené s Technickou pomocí IROP.



jsou vydávány k událostem týkajících se činnosti Centra.						
Internetová reklamní kampaň IROP – bannerová kampaň v regionálních sekcích (ve všech krajích) na jednom z nejčtenějších zpravodajských serverů. Velikost bannerů - 300 x 300 px.	ŘO	Občané ČR 15+	2. – 4. čtvrtletí 2017	4	Technická pomoc IROP	819 000
PR články v tištěných odborných médiích – doplňkovým komunikačním kanálem k internetové reklamní kampani bude pět PR článků směřovaných na profesně zaměřenou širokou veřejnost k jednotlivým specifickým cílům (typově například Panelák, Ateliér, Bydlet v panelu, Okolo bytu, Obec a finance, Veřejná správa, Výstavba měst a obcí apod.).	ŘO	Potencionální žadatelé/občané ČR 15+	1. – 4. čtvrtletí 2017	5	Technická pomoc IROP	120 000
E-newsletter - v roce 2017 se plánuje realizovat 6 vydání e-newsletteru (cca každé dva měsíce) věnovaných aktualitám z programu IROP, EÚS, EEN atd. Konkrétní obsah bude přizpůsoben aktuální problematice, kterou bude po dohodě s ŘO IROP třeba představit veřejnosti (podpořit její informovanost).	-	Potencionální žadatelé/příjemci/občané ČR 15+	1. – 4. čtvrtletí 2017	6	Technická pomoc IROP	50 000
Vlastní periodikum „Včera, dnes a zítra“ V roce 2017 budou vydána tři čísla občasníku „Včera, dnes a zítra“	ŘO	Žadatelé/příjemci	1. - 4. čtvrtletí 2017	3	Technická pomoc IROP	180 000



věnovaná programu IROP. Konkrétní obsah bude přizpůsoben aktuální problematice, kterou bude po dohodě s ŘO IROP třeba představit veřejnosti.						
Letáky, plakáty – Centrum předpokládá výrobu několika letáků a plakátů reagujících na aktuální situaci (veletrhy, potřeba informovat o změnách ve výzvách apod.).	ŘO	Žadatelé/příjemci	1. – 4. čtvrtletí 2017	4	Technická pomoc IROP	40 000
Veletrhy – představují vhodnou příležitost pro oslovení široké veřejnosti a potenciálních žadatelů; vzhledem k obvykle jasně vymezenému tématu veletržních akcí se jedná o velmi efektivní způsob komunikace, pokud dochází k prolnutí mezi tématem veletrhu a tématem informací, které chce Centrum sdělovat.	ŘO	Žadatelé/příjemci/ občané ČR 15+	1. - 4. čtvrtletí 2017	2	Technická pomoc IROP	200 000
Pořízení fotografických materiálů - v roce 2017 je plánování zadání zakázky na pořízení vizuálního díla (fotografií) vybraných projektů realizovaných v rámci IROP pro další využití při propagačních aktivitách. Smyslem je zachytit projekty v různých fázích (před, během, po realizaci projektu) a s těmito fotografiemi pracovat v dalších materiálech Centra/MMR.	ŘO	Žadatelé/příjemci/ občané ČR 15+	1. - 4. čtvrtletí 2017 1. – 2. čtvrtletí 2018	15 projektů	Technická pomoc IROP	200 000



Realizace a prezentace časosběrného videa - časosběrné video bude zachycovat vývoj vybraných projektů realizovaných v rámci IROP. Cílem je, podobně jako u aktivity Fotografické materiály, zachytit jednotlivé fáze realizace projektu, a výsledné materiály použít pro propagační aktivity organizace.	ŘO	Žadatelé/příjemci/ občané ČR 15+	1. - 4. čtvrtletí 2017 1. – 2. čtvrtletí 2018	8	Technická pomoc IROP	900 000
Pořízení propagačních předmětů - v roce 2016 Centrum realizovalo poměrně velkou zakázku na propagační předměty, které jim vystačí i na rok 2017. V tomto roce tak budou doplněny pouze některé položky, zejména kalendář s využitím fotografických materiálů z vybraných projektů realizovaných v IROP, dále reflexní pásky, bloky a propisky zejména pro účastníky seminářů.	-	Žadatelé/příjemci/ občané ČR 15+	1. - 4. čtvrtletí 2017	4	TP	351 500
Individuální konzultace - individuální konzultace budou probíhat v souladu s přílohou B.8-4 Operačního manuálu – Konzultační servis IROP. Součástí vstupů do konzultačního servisu jsou i informace z monitorovacího systému MS2014+.		Potenciální žadatelé /žadatelé/příjemci	1. – 4. čtvrtletí 2017	-	-	0
Semináře a workshopy pro žadatele a	Eurocentra	Potenciální	1. – 4. čtvrtletí	160	Technická	1 069 900



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
Integrovaný regionální operační program



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

příjemce - jsou typem přímé komunikační aktivity, kdy Centrum může informovat potenciální žadatele, žadatele a příjemce o důležitých informacích, které se týkají dotačních možností, zpracování a podání žádostí o podporu či realizace projektu.		žadatelé /žadatelé/příjemci	2017		pomoc IROP	
Celkem Kč včetně DPH						3 930 100



5. Odpovědnost za plnění komunikačních aktivit

Za koordinaci publicity a komunikace IROP je odpovědný ŘO IROP. Odpovědnost za přípravu a organizaci komunikačních aktivit mají komunikační úředníci ŘO IROP, kteří spolupracují s dalšími odděleními při realizaci jednotlivých aktivit, a dále pracovníci Oddělení komunikace Centra.

Platforma pro komunikaci IROP (dále jen PS pro komunikaci IROP) je řízená a vedená ŘO IROP za účasti zástupců Centra a případně zástupců ZS ITI a MAS a dalších hostů.

Platforma pro komunikaci IROP

Úkolem je zejména:

- připomínkování SKS, návrhy úprav SKS;
- připomínkování návrhů RKoP ŘO IROP i Centra;
- spolupráce při přípravě a sledování průběhu jednotlivých realizovaných komunikačních aktivit, jejich průběžná evaluace a návrhy na úpravu (včetně aktivit Centra);
- koordinace jednotlivých plánovaných a realizovaných komunikačních aktivit, sledování jejich výstupů a vyhodnocování (včetně aktivit Centra);
- koordinace jednotlivých plánovaných a realizovaných aktivit s NOK.

Členové Platformy pro komunikaci IROP jsou:

- zástupci ŘO IROP,
- zástupci Centra.

S ohledem na řešená témata se jednání PS pro komunikaci IROP budou účastnit také zástupci ZS ITI a MAS.



6. Evaluace a indikátory

Na rok 2017 je plánována evaluace „Vyhodnocování efektivity realizovaných komunikačních nástrojů ŘO IROP“. Jedná se o průběžnou externí evaluaci, jejímž cílem je průběžné vyhodnocování efektivity realizovaných komunikačních aktivit. Evaluace bude zahájena v roce 2017 a bude pokračovat do roku 2018. Pro evaluaci budou využity tyto nástroje: pre-testy, post-testy realizovaných komunikačních aktivit, desk research, hloubková interview, monitoring médií, focus groups, expertní hodnocení atd. Výstupem bude evaluační zpráva a doporučení.

Předpokládaná hodnota evaluace činí 300 000 Kč bez DPH a bude hrazena z Technické pomoci IROP.

Z hlediska vytyčených komunikačních cílů budou sledovány níže uvedené hlavní indikátory dle kódování národního číselníku a vedlejší indikátory.

a. Hlavní indikátory

Kód NČI	Hlavní indikátor	Definice/zdroj dat	Plánovaná hodnota	Zdůvodnění kvantifikace
82000	Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů, konferencí	Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů, konferencí, PR akcí, eventů, outdoor akcí a ostatní podobné aktivity, jejichž součástí je rozeslání pozvánky alespoň úzkému okruhu účastníků (přednášející, lektori, panelisté, VIP hosté atd.)/evidence ŘO IROP	186	Centrální (22) a regionální (160) semináře pro žadatele a příjemce, veletrhy, konference (4)
80103	Počet vytvořených komunikačních nástrojů	Ukazatel sleduje počet nově vytvořených komunikačních nástrojů napomáhajících zlepšení informovanosti, pozitivního vnímání či transparentnosti čerpání pomoci z ESI fondů, např. seznam příjemců, mapa projektů, webové stránky atd./evidence ŘO IROP	4	Webové stránky IROP, konzultační SW, Facebook IROP, fotografie vybraných projektů – soubor (1) IROP
80200	Počet vytvořených informačních materiálů	Počet vytvořených tištěných, elektronických, propagačních a technických materiálů či podobných dokumentů určených pro všechny cílové skupiny. Indikátor počítá počet unikátních materiálů, nikoli počet	101	Zpravodaj IROP (4), brožury, letáky (12), , prezentační systémy (4), TV



		kusů ani aktualizací/verzí již existujících materiálů/evidence ŘO IROP		spoty (2), tisková inzerce (6), spoty pro internetovou kampaň (2), propagační předměty (22), newsletter Centra (3), inzerát-banner Centra (4), E-newsletter Centra (6), PR články Centra (5), letáky, plakáty Centra (4), propagační předměty Centra (4), fotografie vybraných projektů Centra (15), časosběrné video Centra (8)
60000	Celkový počet účastníků	Celkový počet osob / účastníků (žáků, studentů, zaměstnanců, pracovníků implementační struktury, osob cílových skupin apod.), kteří v rámci projektu získali jakoukoliv formu podpory. Každá podpořená osoba se v rámci projektu započítává pouze jednou bez ohledu na to, kolik podpor obdržela. Podpora je jakákoliv aktivita financovaná z rozpočtu projektu, ze které mají cílové skupiny prospěch. Podpora může mít formu např. vzdělávacího nebo rekvalifikačního kurzu, stáže, odborné konzultace, poradenství, výcviku, školení, odborné praxe apod./evidence ŘO IROP (prezenční listiny, konzultační software)	8 030	Indikativní počet účastníků za jednu akci: centrální seminář (1 430), regionální seminář (5 400), konzultační software (1200)



b. Vedlejší indikátory

Komunikační nástroj	Vedlejší indikátor výstupu	Definice/zdroj dat	Plánovaná hodnota	Zdůvodnění kvantifikace	Vedlejší indikátor výsledku	Definice/zdroj dat	Plánovaná hodnota	Zdůvodnění kvantifikace
Komunikace s médii a PR								
Tiskové zprávy	Počet vydaných tiskových zpráv	Počet vytvořených textových sdělení pro média, která se nějakým způsobem týkají implementace IROP/web MMR	ŘO – 48 Centrum - 6	Průměrně 4TZ/měsíc Průměrně 1/dva měsíce	Počet mediálních výstupů	Počet všech mediálních (PR) výstupů, ve kterých je obsažen název OP (celý název nebo ve zkratce)/Odbor komunikace MMR	ŘO – 288 Centrum - 36	Průměrně 6 mediálních výstupů z 1 TZ
Mediální komunikace - reklama								
Tisková inzerce	Počet druhů tiskové inzerce	Počet druhů layoutů tiskové inzerce, vkladů, tematických příloh/předávací protokoly	4	Každý měsíc kampaně deset	Celková čtenost periodik s inzercí v TRPs	Kumulativní čtenost tištěných médií s umístěnou inzercí (vyjádřena v %)/postbuy analýza	90	Minimální požadované množství TRPs v rámci mediální kampaně
TV	Počet druhů TV reklamy	Počet druhů TV spotů, sponzoringů, product placementů, speciálních TV formátů/předávací protokoly	2	Dva spoty během realizace mediální kampaně	Celková sledovanost v TRPs	Kumulativní sledovanost TV reklam (vyjádřena v %)/postbuy analýza	330	Minimální požadované množství TRPs v rámci mediální kampaně
Internet	Počet druhů internetové reklamy	Počet druhů reklamních spotů/bannerů s možností	10	ŘO - 6 CRR 4 –	Počet zobrazení bannerové nebo PPC reklamy	Celkové zobrazení internetové reklamy (prosté zobrazení)	ŘO – 35 000 000	ŘO – Minimální požadované množství impresí



		prokliku na cílový web nebo microsite IROP/předávací protokoly		kampaň v týdenní obměně (čtyři druhy bannerů)		/imprese/ – nikoliv unikátní)	10 000 PPC CRR - 4 000 000	a prokliků (PPC) v rámci mediální kampaně Centrum – Průměrně 1 000 000 impresí na 1 bannerovou/PPC reklamu
Online komunikace								
Webové stránky/microsite	Počet vložených článků na webové stránce/microsite IROP	Počet nových článků vložených prostřednictvím redakčního systému/redakční systém	86	Průměrně 62článků/rok (14 článků k výzvam + 48 TZ +24 článků adhoc)	Počet unikátních návštěvníků webové stránky/microsite IROP	Počet unikátních uživatelů (na základě IP adres) webové stránky/microsite IROP/google analytics	20 000	Průměrně 20 000 unikátních uživatelů za rok (dle KoP 2015 – 2023)
Online newsletter	Počet vydání online newsletterů	Počet čísel vydání online newsletterů/archiv na sdíleném disku	10	4x Zpravodaj IROP, 6x E-newsletter	Počet distribučních emailových adres	Počet emailových adres v distribučním seznamu	4 000	zajištění distribuce přes SMO ČR (3 800 emailových adres) + 200 vlastní distribuční seznam
Publikační aktivity								
Publikace	Počet druhů tištěných publikací	Počet druhů informačních brožur, katalogů a případně jiných publikací (nikoliv letáků), které	5	2 brožury dle typů příjemců (ŘO), 3 občasníky Centra	Celkový počet distribuovaných výtisků	Celkový počet rozdaných výtisků cílovým skupinám publicity IROP/předávací	8 000	Brožury ŘO -500 ks, tři čísla občasníku Centra 7 500 ks)



		svým charakterem napomáhají zvyšovat publicitu IROP/archivace 1ks				protokol minus zůstatek na skladě		
Letáky, plakáty	Počet druhů letáků, plakátů	Počet druhů informačních letáků (maximální velikost A4) a plakátů (minimální velikost A3)/archivace 1ks	14	10x ŘO, 4x CRR	Celkový počet distribuovaných letáků, plakátů	Celkový počet rozdaných letáků a zveřejněných plakátů/předávací protokol minus zůstatek na skladě	3 000	Letáky ŘO 1000 ks, letáky Centra 2000ks
Přímá komunikace								
Semináře/workshopy	Počet uspořádaných seminářů/workshopů	Počet uspořádaných seminářů/workshopů, které svými tématy zohledňují komunikační cíle IROP (pouze kompletní organizace)/archivace dat na sdíleném disku	178	18 centrálních a 160 regionálních seminářů	Počet účastníků na seminářích/workshopech	Celkový počet účastníků seminářů/workshopů (nikoliv unikátní počet)/prezenční listina	5 700	Předpokládaná účast cca 30 osob v regionech a 65 osob u centrálních seminářů Centra a ŘO
Individuální konzultace	Počet zodpovězených dotazů	Počet zodpovězených dotazů evidovaných v rámci konzultačního servisu	1200	Průměrně 100 zodpovězených dotazů za měsíc	Počet informovaných subjektů	Celkový počet informovaných institucí	300	Průměrně 4 dotazy za jednu instituci
Veletrhy	Počet zařízených prezentací organizace	Počet veletrhů, na kterých se bude Centrum prezentovat	4	Počet veletrhů, na kterých bylo Centrum prezentováno	Počet poskytnutých konzultací	Celkový počet poskytnutých konzultací	400	S ohledem na konkrétní zaměření je předpokládaný zájem cca 100 zájemců o informace na 1 veletrhu.



Konference	Počet zorganizovaných konferencí	Počet zorganizovaných výročních konferencí ŘO IROP	1	1 plánovaná výroční konference	Počet účastníků na konferenci	Celkový počet účastníků (prezenční listina)	100	Předpokládaná účast na základě obdobné realizované akce
Ostatní nástroje								
Propagační předměty	Počet druhů propagačních předmětů	Počet druhů propagačních předmětů (např. propiska, blok, lanyard, flash disk apod.)/inventární soupis	26	22 druhů ŘO 4 druhy Centrum	Počet distribuovaných propagačních předmětů	Počet kusů distribuovaných předmětů cílovým skupinám publicity IROP/inventární soupis	11 900	Na základě vyhodnocení RKO P IROP 2016 a objednaných prop. předmětů v roce 2016.



7. Shrnutí změn

Níže uvedená tabulka zaznamenává změny v revidované verzi RKoP IROP 2017 oproti původní verzi schválené Monitorovacím výborem IROP dne 24. 11. 2016. V tabulce je uvedena jak původní částka z RKoP IROP z 24. 11. 2016, tak nové částky za rok 2017 a rozdíl oproti původní částce. Částky na rok 2017 byly povětšinou snižovány, a to zejména s přihlédnutím k aktuálním průzkumům trhu či snížení počtu kusů. K navýšení došlo u položek:

- Mediální kampaň, kde se jedná o přesun finančních prostředků z roku 2018 do roku 2017 na základě doporučení mediálního experta. Hodnota zakázky zůstává stejná.
- Webové stránky IROP, kde na základě předpokládané hodnoty zakázky došlo k přepočtu částky na rok 2017. Hodnota zakázky zůstává stejná.
- Semináře, kde na základě výdajů z roku 2016 došlo k aktualizaci částky.
- Provoz webu kvalitazivota.eu, kde došlo k úpravě na základě výpočtu služby pro celý rok.
- Fotografické služby, kde došlo k navýšení částky z důvodu pořízení většího množství fotografií projektů pro týdenní kalendář.

Na základě nově vzniklých potřeb byly přidány aktivity s výdaji:

- Ad hoc komunikační aktivity IROP – stánek konference ISSS.
- Ad hoc komunikační aktivity IROP, jako finanční rezerva pro neplánované drobné aktivity
- Výroční konference

Celkové výdaje na komunikační aktivity v rámci ŘO IROP činily v původním RKoP IROP 2017 - 38 385 000 Kč. V revidované verzi činí výdaje ŘO IROP na komunikační aktivity 24 844 170 Kč. Rozdíl ve výši 13 540 830,00 Kč vznikl zejména snížením částky za soubor aplikací „konzultační software“, který původně činil 19 000 000 Kč. Ke snížení částky došlo vlivem změny potřeb a rozpracování technických specifikací. Z původního souboru 3 aplikací (konzultační software, data management systém a IROP fórum) bude nyní v rámci komunikačních aktivit vůči cílovým skupinám pořizována 1 aplikace - konzultační software. Data management systém bude řešen prostřednictvím licencí, přičemž vzhledem ke svému zaměření na interní komunikaci pracovníků nebude součástí RKoP IROP 2017. Od poslední aplikace IROP fórum bylo upuštěno vzhledem k tomu, že nový web IROP bude obsahovat obdobné funkcionality jako původně plánované IROP fórum.



Komunikační aktivity ŘO IROP	Spolupracující subjekt při realizaci	Plánované období realizace	Cílová skupina	Původní částka	Celkové výdaje v Kč včetně DPH 2017	Rozdíl	změna
Tvorba a distribuce Zpravodaje IROP (online newsletter)	-	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci	250 000	23 800	- 226 200	snížení částky na základě aktualizace průzkumu trhu
Grafické služby - brožury, publikace dle typů příjemců, letáky ke specifickým cílům IROP či výzvam	-	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci	340 000	195 000	-145 000	snížení částky na základě snížení počtu plánovaných tiskovin
Prezentační systémy (roll-upy, prezentační stěna, stojan na tiskoviny, reklamní stojan A) vč. grafického zpracování	-	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci/média	105 000	79 000	-26 000	snížení částky na základě aktualizace průzkumu trhu
Fotografické služby	-	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	250 000	400 000	+150 000	zvýšení částky na základě zvýšení počtu fotografií pro týdenní kalendář
Poskytování konzultačního servisu cílovým skupinám	CRR, ZS ITI, MAS	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	-	-	-	beze změn



Mediální kampaň - „Posílení pozitivního vnímání ESIF v kontextu témat a úspěšných projektů IROP“ (vybraná témata - specifický cíl IROP, dle aktuální potřeby) – tvorba spotů pro TV a pořízení mediálního prostoru ve vybraných mediatypch. Kampaně budou rozloženy do 2 let.	-	3. – 4. čtvrtletí 2017 až 2. čtvrtletí 2018	občané ČR 15+	13 080 000	14 080 000	+1 000 000	Zvýšení částky z důvodu přesunu fin. prostředků z roku 2018 do 2017 na základě expertního doporučení
Semináře a workshopy (centrální semináře pro žadatele a příjemce k vyhlášeným výzvám IROP, tematické semináře dle potřeby) – předpoklad 22 seminářů	Centrum	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci	390 000	1 053 206	+663 206	navýšení částky dle výdajů za semináře z roku 2016
Průběžná aktualizace microsite IROP	Oddělení publicity EU MMR	1. – 4. čtvrtletí 2017	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci/ média/občané ČR 15+	-	-	-	beze změn
Provoz webu kvalitativota.eu	-	1. – 4. čtvrtletí 2017	média/občané ČR 15+	10 000	10 164	+164	navýšení částky na celý rok 2017



Webové stránky IROP	Oddělení publicity EU MMR, Oddělení komunikace MMR	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	4 000 000	5 324 000	+1 324 000	navýšení částky na základě aktuálního stavu veřejné zakázky
Pořízení aplikací - konzultační SW a document management systém a jejich uvedení do provozu	Centrum	1. – 4. čtvrtletí 2017	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci	19 000 000	2 240 000	-16 760 000	snížení na základě rozpracování technické specifikace, aktualizace potřeb a rozdělení jednotlivých aplikací
Tiskové zprávy	Oddělení komunikace MMR	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potencionální žadatelé/média	-	-	-	beze změn
Propagační předměty	-	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	960 000	484 000	-476 000	snížení částky na základě nově definovaných potřeb
Výroční konference	-	3. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Žadatelé/příjemci	-	300 000	+300 000	nová položka
Ad hoc komunikační aktivity IROP (Stánek konference ISSS)		2. čtvrtletí 2017 a ad hoc 2018	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	-	155 000	+155 000	nová položka
Ad hoc komunikační aktivity IROP (Inzerce Ad hoc)		1. – 4. čtvrtletí 2017 a ad hoc 2018	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	-	500 000	+500 000	nová položka
Provoz facebookových stránek IROP	Oddělení komunikace MMR	2. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Potencionální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	-	-	-	nová položka
Adhoc komunikační aktivity Oddělení publicity EU MMR	Oddělení publicity EU MMR	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	Občané ČR 15+	-	-	-	beze změn



V souvislosti s výdaji Centra dochází k navýšení výdajů přidáním nových položek do propagačních předmětů (bloky, tužky a reflexní pásky), navýšením částky časosběrných videí a doplněním výdajů k realizaci centrálních a regionálních seminářů pro žadatele a příjemce celkem o 1 319 600 Kč. Celková částka komunikačních aktivit Centra činí po navýšení 3 930 100 Kč.

Bloky a propisky budou využity na seminářích pro žadatele a příjemce. Reflexní pásky s logem EU a MMR poslouží k propagaci IROP. Částka u časosběrných videí byla navýšena na základě změny koncepce videí a nového průzkumu trhu. Nejvyšší podíl navýšení rozpočtu tvoří výdaje na realizaci centrálních a regionálních seminářů pro žadatele a příjemce ve výši 1 069 900 Kč. V loňském roce realizovalo Centrum tyto semináře ve spolupráci s Eurocentry a výdaje na semináře byly nulové. Pro rok 2017 nelze počítat s tak rozsáhlou spoluprací a je nutné zajistit nájem prostor pro konání seminářů.

Komunikační aktivity CRR – pouze změny	Spolupracující subjekt při realizaci	Plánované období realizace	Cílová skupina	Původní částka	Celkové výdaje v Kč včetně DPH 2017	Rozdíl	změna
Časosběrné video	MMR	1.– 4. čtvrtletí 2017 1. – 2. čtvrtletí 2018	Příjemci/žadatelé/široká veřejnost	650 000	300 000 600 000	+250 000	Navýšení částky na základě průzkumu trhu a aktualizace potřeb
Propagační předměty	-	4. čtvrtletí 2017 a 1. čtvrtletí 2018	Příjemci/žadatelé/široká veřejnost	100 000	351 500	+251 500	Zvýšení částky na základě pořízení dodatečných prop. předmětů
Centrální a regionální semináře pro žadatele a příjemce	-	1. – 4. čtvrtletí 2017	Potenciální žadatelé/žadatelé/příjemci	0	1 069 900	+1 069 900	Navýšení částky na základě nutnosti zajistit prostory pro semináře

Souhrnně došlo ke snížení výdajů IROP a CRR z původní částky 40 744 000 Kč na 28 774 270 Kč, tj. o 11 969 730 Kč oproti původní částce.