



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Doprava



VYHODNOCENÍ PLNĚNÍ KOMUNIKAČNÍHO PLÁNU OPERAČNÍHO PROGRAMU DOPRAVA V OBDOBÍ 2014-2016

Manažerské shrnutí / Executive Summary

Pro **Řídící orgán Operačního programu Doprava 2014 - 2020**
zpracovala
EuroPartners Consulting, s.r.o.
Březen 2017



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Doprava

Manažerské shrnutí

Vyhodnocení plnění Komunikačního plánu Operačního programu Doprava v období 2014-2016 probíhalo od ledna do března 2017 a jeho cílem bylo vyhodnotit komunikační aktivity Operačního programu doprava 2014 – 2020, a to na základě vyhodnocení obsahu a nástrojů uvedených v ročních komunikačních plánech OPD. Vyhodnocení komunikačních aktivit zpracovala společnost EuroPartners Consulting, s.r.o.

Evaluace byla založena na dvou hlavních aktivitách, a to na desk research a dotazníkovém šetření.

Desk research spočíval v analýze podkladů poskytnutých Zadavatelem, které se týkaly jednotlivých používaných nástrojů komunikačních aktivit.

Elektronické dotazníkové šetření proběhlo v termínu 2. 3. – 10. 3. 2017 a respondenty byli potenciální žadatelé o dotaci z OPD, žadatelé, příjemci a zástupci odborné veřejnosti.

V rámci evaluace byly posuzovány zejména následující komunikační aktivity, které byly využity v období 2014 – 2016:

- Vytvoření a správa webového portálu OPD 2
- Setkání / jednání s potenciálními příjemci
- Setkání s veřejností v rámci akcí organizovaných MMR (Festival Ladronka, Den s evropskými fondy)
- Výjezdní zasedání / výroční setkání OPD
- Informační kampaň (inzerce v tištěných a elektronických médiích)
- Semináře pro žadatele
- Pořízení brožur a letáků
- Účast na Silniční konferenci a konferenci Inteligentní mobilita
- Dny otevřených dveří
- Pořízení propagačních materiálů

Cíle komunikačních aktivit, které spočívají zejména v zajištění dostatečné absorpční kapacity a informovanosti příjemců o podmínkách a náležitostech realizace projektů a zajištění informovanosti veřejnosti o operačním programu, se ve sledovaném období podařilo naplnit. Klíčovým determinantem komunikačních aktivit byla ve sledovaném období zejména fáze implementace programu, kdy došlo z řady důvodů ke zpoždění schválení a realizace projektů, čemuž musely být ze strany MD přizpůsobeny i komunikační aktivity. Zejména u informování veřejnosti je vhodné využívat konkrétní příklady již zrealizovaných projektů pro demonstraci konkrétních přínosů implementace OPD. Z důvodu zpoždění však toto nebylo ve sledovaném období prakticky možné.

Vyhodnocení klíčových aktivit

Webové stránky OPD obsahují informace potřebné pro potenciální žadatele a příjemce k rozhodnutí, zda podat projekt do vyhlášené výzvy, jakým způsobem zpracovat žádost a jakým způsobem administrovat již schválený projekt. Informace pro žadatele a příjemce jsou až na dílčí nedostatky vhodně strukturovány a umožňují rychlou orientaci v problematice (94 % žadatelů považuje webové stránky dostatečné s ohledem na rozsah poskytovaných informací). Pro širokou veřejnost s ohledem na fázi implementace projektu webové stránky neobsahují dostatek informací o reálných efektech projektů.



Semináře / setkání se žadateli a konzultace jsou s ohledem na specifické zaměření programu OPD (omezený počet většinou předem známých žadatelů) klíčovým nástrojem komunikačních aktivit pro zajištění dostatečné absorpční kapacity. Žadatelé a příjemci vyžadují specifické informace, které je vhodné řešit při osobním kontaktu, a to i s ohledem na mnohdy značně náročnou samotnou přípravu programu. Šedesát procent respondentů (žadatelé a příjemci) pak vnímají semináře jako užitečné.

Brožury a letáky jsou vhodnými nástroji pro komunikaci vůči široké veřejnosti a poskytují základní informaci o programu v odpovídajícím rozsahu a formě zpracování. Klíčovým úkolem pro další období je využití již realizovaných projektů (skutečných dopadů) k propagaci přínosů programu.

Akce pro širokou veřejnost (účast na festivalech atd.) je vhodným nástrojem pro oslovení široké veřejnosti a tyto akce byly kladně hodnoceny. Akce doposud probíhaly zejména v Praze a dle sdělení zástupců OPD jsou plánovány i v dalších regionech. S ohledem na zacílení programu je vhodné prezentovat zejména projekty významné pro navštívený region.

Doporučení

V rámci evaluace byla identifikována následující doporučení pro zvýšení dopadů komunikačních aktivit OPD.

- Preferovat osobní setkání s potenciálními žadateli a příjemci pro zvýšení absorpční kapacity a lepší administraci projektů ze strany příjemců
- Zvýšit / zahájit komunikační akce v regionech mimo hlavní město Prahu
- Nastavit cíle pro jednotlivé RKO P dle definice SMART, aby bylo možné tyto cíle vyhodnocovat a provést řádně dekompozici aktivit, které povedou k jejich dosažení
- Nastavení seminářů pro žadatele / příjemce způsobem, který bude reflektovat jejich potřeby – zaměří se na klíčové informace, snížit počet informací, které postačuje poskytovat prostřednictvím webových stránek, dokumentace k programu
- Využití výsledků / výstupů projektů podpořených v období 2014 – 2020 pro komunikaci přínosů OPD široké veřejnosti, a to s ohledem na regionální charakter projektů
- Zpřehlednění webových stránek OPD (úprava obsahu zaměřeného na klíčové skupiny zacílené komunikačními aktivitami).

Celkově lze komunikační aktivity OPD označit za vhodně nastavené a naplňující cíl spojený se zajištěním dostatečné absorpční kapacity a informovanosti široké veřejnosti o přínosech programu v období 2014 – 2020. Klíčové informace jsou transparentně zveřejňovány a přístup k nim není nijak omezen.

Přehled evaluačních otázek

Následující tabulka obsahuje přehled zhodnocených relevantních otázek

Evaluační otázka	Odpověď
Zajistil ŘO dostatečně, aby pomoc poskytovaná z fondů EU v Operačním programu Doprava byla transparentní pro vybrané cílové skupiny (viz RKO P 2015 a 2016)?	ŘO zajistil, aby pomoc poskytovaná v rámci OPD byla transparentní
Hodnotí vybraná cílová skupina "široká veřejnost" pomoc z evropských strukturálních a investičních fondů pozitivně?	Více než 2/3 respondentů (reprezentativní počet obyvatel ve věku 18+) hodnotí pomoc z EU fondů jako přínosnou



Kde nejvíce čerpá cílová skupina "široká veřejnost" informace o čerpání z OP?	Široká veřejnost čerpá nejvíce informace z televize a internetu
Do jaké míry zná cílová skupina "široká veřejnost" problematiku evropských strukturálních a investičních fondů?	Takřka 89 % respondentů (reprezentativní počet obyvatel ve věku 18+) má povědomí o EU fondech
Zaznamenala vybraná cílová skupina "široká veřejnost" informace o čerpání prostředků z EU fondů v oblasti dopravy?	Více než 9 % respondentů (Zaznamenala vybraná cílová skupina "široká veřejnost" informace o čerpání prostředků z EU fondů v oblasti dopravy?) jako hlavní sdělení komunikačních aktivit zaznamenalo sdělení o dopravní infrastruktuře
Jaké komunikační aktivity by cílová skupina široká veřejnost uvítala pro prohloubení své znalosti o čerpání z fondů EU?	Informace o skutečných dopadech v území
Jaké komunikační kanály využívají nejčastěji dotazovaní cílové skupiny "široká veřejnost" pro zjišťování informací nejméně x nejvíce?	Nejčastějšími kanály jsou: <ul style="list-style-type: none"> • Televize • Internet • Přednášky a školení a • Veřejné akce v bydlišti respondentů Nejméně využívané jsou: <ul style="list-style-type: none"> • Kolegové a známí • Rozhlas • Brožury a letáky
Cítí se být potencionální žadatelé, žadatelé, příjemci a odborná veřejnost dostatečně informováni? Vědí na koho se obrátit?	Cílové skupiny cítí v převážné většině, že jsou dostatečně informováni
V čem shledávají vybrané cílové skupiny "odborná veřejnost" a cílové skupiny jednotlivých programů největší překážky?	<ul style="list-style-type: none"> • Dlouhý schvalovací / výběrový proces (včetně vnějšího schvalovacího procesu u velkých projektů) • Špatné fungování informačního systému IS KP2014+ • Nadbytečná administrativa daná nevhodně nastavenými pravidly • Nejasná pravidla programu a nesjednocený výklad ze strany ŘO OPD, včetně změn, a to jak formálních, tak výkladových
Které informační opatření (komunikační nástroje) považují vybrané cílové skupiny "odborná veřejnost" a cílové skupiny jednotlivých programů za nejvíce x nejméně užitečný zdroj informací?	Nejvíce užitečný z hlediska zdrojů je web OPD, na dalším místě se pak jedná o konzultace se zástupci OPD a semináře
Jsou vybrané komunikační materiály vhodně zpracovány?	Webové stránky OPD, brožura i leták jsou vhodně zpracovány
Mohlo být při vynaloženém množství prostředků dosaženo lepších výsledků, resp. větší informovanosti široké veřejnosti?	V rámci komunikačních aktivit existuje vyšší potenciál při využití konkrétních dopadů již realizovaných projektů
Které komunikační aktivity a nástroje se osvědčily?	Webové stránky OPD, osobní konzultace a semináře



Do jaké míry byly naplněny cíle RKoP OPD 2015 a 2016?	Obecné cíle OPD byly naplněny
Byly zjištěny nějaké nedostatky?	Klíčovým nedostatkem je nemožnost využít konkrétní projekty k propagaci programu u široké veřejnosti.
Které komunikační nástroje jsou pro dosažení cílů RKoP OPD nejvhodnější?	Webové stránky OPD, osobní konzultace a semináře

Executive Summary

Evaluation of fulfilment of the Communication plan of the Operational program Transport (OPT) in the programming period 2014 – 2020 was carried out from January until March 2017. Its objective was to evaluate the communication activities of the OPT in the period 2014 – 2020 with a special focus on the content and the instruments mentioned in the Annual Communication Plans of the OPT. Evaluation was conducted by the EuroPartners Consulting, s.r.o.

Evaluation was based on two key activities: a desk research and an online survey.

The desk research consisted of analysis of the documents provided by the contracting authority concerning specific instruments used for communication activities.

On-line survey was conducted from 2. 3. to 12. 3. 2017 and the respondents were potential applicants for a dotation under the OPT, applicants, beneficiaries and experts (transportation professionals).

The scope of evaluation were the following communication activities carried out during the years 2014 – 2016:

- Development and administration of the Operational program Transport (OPT) web portal,
- Meetings and negotiations with potential beneficiaries,
- Public meetings during the events held by the Ministry of regional development (MRD) (the Ladronka fest, the European funds day),
- Field sessions / annual meetings of the Ministry of Transport (MT),
- Field session regarding the changes of European structural funds publicity for the programming period 2014 – 2020,
- Informational campaign (print and electronic media advertisement),
- Seminars for applicants,
- Purchase of brochures and leaflets,
- Participation in the Road conference and the Intelligent mobility conference,
- Open door days at the MT,
- Purchase of propagation materials.

The main objectives of communication activities were to ensure sufficient absorption capacity, to provide appropriate information to the beneficiaries concerning the terms and formalities for the project realization and to inform the general public about the operational program. In the reference period, these objectives were successfully achieved. Due to the number of issues, the approval and the start of the project realization were delayed, what made the implementation phase in the reference period the determining factor for the communication activities forcing the MT to adjust them taking into account this delay. To ensure the public awareness, it is appropriate to use the concrete examples



from the already conducted projects in order to demonstrate specific benefits of the OPT implementation. Owing to the delay, in the reference period it was almost unrealizable.

Evaluation of the key activities

The OPT website contains useful information allowing the applicants and the beneficiaries to make a decision about applying for a certain published call, to get to know the requirements for the application processing and the rules of administration of already approved projects. Information for the applicants is properly structured what provides an easy orientation in the website content. Due to the delay of the project implementation phase, the information for the general public is quite insufficient.

Regarding the specific conditions of the program (limited number of the applicants who are known in advance), seminars / meetings and negotiations with potential beneficiaries are the principal instrument of the communication activities aiming to ensure sufficient absorption capacity. The applicants and the beneficiaries require specific information and personal contact is the best way to provide them with required information, despite the fact that the preparation of the program could be very demanding.

Brochures and leaflets target especially the general public (brochures are targeting the specialists as well). They provide the basic information about the program in the adequate scale and design. The main task for the following period is to use already conducted projects (its real impacts) to promote the benefits of the program.

Public events (the festivals etc.) are an appropriate instrument to approach the general public. These events were positively assessed. So far the events were held in Prague but according to the OPT representatives' announcement, other regions are next in turn. Regarding the focusing of the program, it is recommended to present the projects which are important to the visited region.

Recommendations

Under the evaluation the following recommendations were identified in order to increase the impact of the OPT communication activities:

- To prefer personal meetings with potential applicants and beneficiaries in order to increase the absorption capacity and improve the projects' administration of the beneficiaries,
- To increase the number / to organize communication events in the regions outside the capital Prague
- To adjust the seminars for applicants / beneficiaries taking into account their needs – focus on the key information, reduce the number of information available on the website and in the program documentation
- To use the results / outputs of the projects supported in the period 2014 – 2020 to inform the general public about the benefits of the OPT, taking into account regional specifics of the projects
- To make the website more user-friendly (to edit/adjust the content for the key groups targeted by the communication activities). For more information, see the evaluation question, "Are chosen communication materials appropriately processed?"

In general, we can conclude that the communication activities were chosen appropriately regarding the objective to ensure sufficient absorption capacity and to inform the general public about the



benefits of the program in the period 2014 - 2020. The key information is being transparently published with no limited access.

The following table presents the list of evaluated relevant questions.

Evaluační otázka	Odpověď
<p>Zajistil ŘO dostatečně, aby pomoc poskytovaná z fondů EU v Operačním programu Doprava byla transparentní pro vybrané cílové skupiny (viz RKoP 2015 a 2016)?</p> <p>Did the managing authority (MO) sufficiently ensure the support provided from the EU funds under the OPT to be transparent for the key stakeholders? (see RKoP 2015 and 2016)</p>	<p>ŘO zajistil, aby pomoc poskytovaná v rámci OPD byla transparentní</p> <p>MO ensured that the support provided from the EU funds under the OPT was transparent</p>
<p>Hodnotí vybraná cílová skupina "široká veřejnost" pomoc z evropských strukturálních a investičních fondů pozitivně?</p> <p>Do the key group „general public“ assess the support from the EU structural and investment funds positively?</p>	<p>Více než 2/3 respondentů (representativní počet obyvatel ve věku 18+) hodnotí pomoc z EU fondů jako přínosnou</p> <p>More than 2/3 of the respondents (representative number of residents aged 18) assess the support from EU funds as beneficial</p>
<p>Kde nejvíce čerpá cílová skupina "široká veřejnost" informace o čerpání z OP?</p> <p>What is the main source of information about drawing support under the OPT for the key group „general public“?</p>	<p>Široká veřejnost čerpá nejvíce informace z televize a internetu</p> <p>The main sources of information for the general public are the television and the internet</p>
<p>Do jaké míry zná cílová skupina "široká veřejnost" problematiku evropských strukturálních a investičních fondů?</p> <p>What is the level of awareness of the key group „general public“ about the EU structural and investment funds?</p>	<p>Takřka 89 % respondentů (representativní počet obyvatel ve věku 18+) má povědomí o EU fondech</p> <p>About 89% of the respondents (representative number of residents aged 18) are aware of the EU structural and investment funds</p>
<p>Zaznamenala vybraná cílová skupina "široká veřejnost" informace o čerpání prostředků z EU fondů v oblasti dopravy?</p> <p>Did the key group „general public“ take notice of the information about using the financial support from the EU funds in the transport area?</p>	<p>Více než 9 % respondentů (representativní počet obyvatel ve věku 18+) jako hlavní sdělení komunikačních aktivit zaznamenalo sdělení o dopravní infrastruktuře</p> <p>More than 9% of the respondents (representative number of residents aged 18) as a key message of the communication activities took notice of the information about the transport infrastructure</p>
<p>Jaké komunikační aktivity by cílová skupina široká veřejnost uvítala pro prohloubení své znalosti o čerpání z fondů EU?</p>	<p>Informace o skutečných dopadech v území</p> <p>Information about the real impact in specific regions</p>



<p>Which communication activities the key group „general public“ would welcome to extend their knowledge about drawing support from the EU funds?</p>	
<p>Jaké komunikační kanály využívají nejčastěji dotazovaní cílové skupiny "široká veřejnost" pro zjišťování informací nejméně x nejvíce?</p> <p>Which communication channels are the most/the least popular among the representatives of the key group „general public“ to get the information?</p>	<p>Nejčastějšími kanály jsou:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Televize • Internet • Přednášky a školení a • Veřejné akce v bydlišti respondentů <p>Nejméně využívané jsou:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kolegové a známí • Rozhlas • Brožury a letáky <p>The most popular channels are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Television • Internet • Lectures and training courses • Public events held in the residence of the respondents <p>The least popular channels are:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coworkers and friends • Radio • Brochures and leaflets
<p>Cítí se být potencionální žadatelé, žadatelé, příjemci a odborná veřejnost dostatečně informováni? Vědí na koho se obrátit?</p> <p>Do potential applicants, applicants, beneficiaries and experts feel themselves enough informed?</p> <p>Do they know whom they can contact for the information?</p>	<p>Cílové skupiny cítí v převážné většině, že jsou dostatečně informováni</p> <p>The majority of the representatives of the key groups feels enough informed.</p>
<p>V čem shledávají vybrané cílové skupiny "odborná veřejnost" a cílové skupiny jednotlivých programů největší překážky?</p> <p>What are the main difficulties/obstacles for the key group „specialists“ and the key group of certain programs?</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Dlouhý schvalovací / výběrový proces (včetně vnějšího schvalovacího procesu u velkých projektů) • Špatné fungování informačního systému IS KP2014+ • Nadbytečná administrativa daná nevhodně nastavenými pravidly • Nejasná pravidla programu a nesjednocený výklad ze strany ŘO OPD, včetně změn, a to jak formálních, tak výkladových • Long approval / selection procedures (including external approval process for big projects) • Malfunctioning of the information system IS KP2014+



	<ul style="list-style-type: none"> • Excessive administrative due to inappropriately set rules • Unclear rules of the program and not unified interpretation of the MO OPT, including the changes in formal requirements and interpretation
<p>Které informační opatření (komunikační nástroje) považují vybrané cílové skupiny "odborná veřejnost" a cílové skupiny jednotlivých programů za nejvíce x nejméně užitečný zdroj informací?</p> <p>Which information activities (communication instruments) does the key group „experts“ and the key group of certain programs consider the most/the less useful source of information?</p>	<p>Nejvíce užitečný z hlediska zdrojů je web OPD, na dalším místě se pak jedná o konzultace se zástupci OPD a semináře</p> <p>The most useful is the OPT website, following the consultation with the representatives of the OPT and seminars</p>
<p>Jsou vybrané komunikační materiály vhodně zpracovány?</p> <p>Are the chosen communication materials appropriately processed?</p>	<p>Webové stránky OPD, brožura i leták jsou vhodně zpracovány</p> <p>The OPT website, brochures and leaflets are properly processed</p>
<p>Mohlo být při vynaloženém množství prostředků dosaženo lepších výsledků, resp. větší informovanosti široké veřejnosti?</p> <p>Could be the better results, or better awareness of the general public, achieved using the same activities?</p>	<p>V rámci komunikačních aktivit existuje vyšší potenciál při využití konkrétních dopadů již realizovaných projektů</p> <p>Under the communication activities higher results could be achieved applying the concrete impacts of the already conducted projects</p>
<p>Které komunikační aktivity a nástroje se osvědčily?</p> <p>Which communication activities proved its value?</p>	<p>Webové stránky OPD, osobní konzultace a semináře</p> <p>The OPT website, personal consultations and seminars</p>
<p>Do jaké míry byly naplněny cíle RKoP OPD 2015 a 2016?</p> <p>How much were fulfilled the objectives of RKoP OPD 2015 and 2016?</p>	<p>Obecné cíle OPD byly naplněny</p> <p>General objectives of the OPT were fulfilled</p>
<p>Byly zjištěny nějaké nedostatky?</p> <p>Were identified any shortcomings?</p>	<p>Klíčovým nedostatkem je nemožnost využít konkrétní projekty k propagaci programu u široké veřejnosti.</p> <p>The main shortcoming was the impossibility to apply the concrete projects to promote the program to the general public</p>
<p>Které komunikační nástroje jsou pro dosažení cílů RKoP OPD nejvhodnější?</p> <p>Which communication activities are the most appropriate / suitable to achieve the objectives of RKoP OPD?</p>	<p>Webové stránky OPD, osobní konzultace a semináře</p> <p>The OPT website, personal consultations and seminars</p>

