

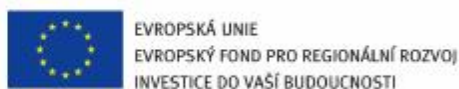
A vertical blue bar on the right side of the page, containing a series of white circles of varying sizes arranged in a pattern that tapers towards the top right.

# Roční komunikační plán OPTP pro rok 2011

Leden 2011  
Praha

## OBSAH

SEZNAM ZKRATEK .....	3
1. ÚVOD, CÍLE .....	4
2. CÍLOVÉ SKUPINY .....	5
3. NÁSTROJE INFORMOVANOSTI A PUBLICITY .....	5
4. DRUHY KOMUNIKACE .....	6
5. STRATEGIE KOMUNIKACE .....	6
6. ROZDĚLENÍ INFORMAČNÍCH KAMPANÍ .....	6
7. KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJE .....	7
8. HARMONOGRAM NÁSAZENÍ KOMUNIKAČNÍCH NÁSTROJŮ .....	10
9. PLÁN KOMUNIKAČNÍCH AKTIVIT .....	11
10. INFORMAČNÍ SLUŽBY .....	15
11. IT PODPORA .....	15
12. KOORDINACE PUBLICITY NSRR .....	15
13. MONITOROVÁNÍ A VYHODNOCENÍ .....	15
14. INDIKÁTORY VÝSTUPU A VÝSLEDKU .....	16
15. KONTAKTY .....	16



Zpracovalo Samostatné oddělení publicity EU, MMR ČR  
a Odbor Řídicího orgánu Operačního programu Technická pomoc, MMR ČR

## SEZNAM ZKRATEK

ES	Evropské Společenství
EU	Evropská unie
HSS	Hospodářská a sociální soudržnost
KoP	Komunikační plán
MV	Monitorovací výbor
NOK	Národní orgán pro koordinaci NSRR
NSRR	Národní strategický referenční rámec
OP	Operační program
OPTP	Operační program Technická pomoc
PCO	Platební a certifikační orgán
RKoP	Roční komunikační plán
ŘO	Řídící orgán
SF	Strukturální fondy
TP	Technická pomoc
ZS	Zprostředkující subjekt
PR	Public Relations



EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI



Zpracovalo Samostatné oddělení publicity EU, MMR ČR  
a Odbor Řídícího orgánu Operačního programu Technická pomoc, MMR ČR

## 1. ÚVOD, CÍLE

Plán komunikačních aktivit na rok 2011 vychází z nastavení globálního a specifických cílů Komunikačního plánu Operačního programu Technická pomoc pro období 2007–2013.

**Cíle komunikační strategie pro rok 2011 jsou totožné se stanovenými cíli KoP OP TP 2007–2013:**

### **Globální cíl KoP OPTP na úrovni NSRR:**

Cílem je zajistit, aby pomoc poskytovaná z fondů EU (strukturálních fondů a Fondu soudržnosti), soustředěná v operačních programech vycházejících z Národního strategického referenčního rámce ČR pro období 2007–2013, byla transparentní pro definované cílové skupiny: široká veřejnost, odborná veřejnost a příjemci podpory. Současně bude zdůrazňována pozitivní role, kterou hraje politika hospodářské a sociální soudržnosti EU a její nástroje v regionech ČR.

**Globální cíl je rozložen do celkem tří specifických cílů, čemuž odpovídá i rozčlenění komunikace na tři základní roviny, a to rovinu politiky HSS, rovinu programu (OPTP) a rovinu projektu. Globálního cíle tedy bude dosaženo prostřednictvím:**

1. Komunikace pro úspěch politiky HSS (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 rozložen do tří rovin komunikace prostřednictvím specifických cílů:

### **Specifický cíl 1**

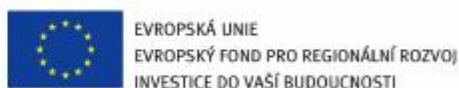
Zvýšit úspěšnost realizace nástrojů politiky hospodářské a sociální soudržnosti EU a prostřednictvím široké škály nástrojů komunikovat existenci a možnosti zapojení do operačních programů a přidanou hodnotu, kterou NSRR znamená pro širokou veřejnost v ČR.

### **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 operačním programům vycházejícím z NSRR a dalším subjektům ovlivňujícím implementaci SF v ČR).

### **Specifický cíl 3**

Podpořit realizaci úspěšných projektů v rámci operačních programů prostřednictvím včasné, strukturované a dostatečně kvalitní komunikace pro potenciální i skutečné příjemce podpory v oblastech spadajících do působnosti NOK (komunikace o obecných otázkách a průřezových tématech, spojených s přípravou a realizací projektů v rámci jednotlivých OP).



## 2. CÍLOVÉ SKUPINY

Vymezení cílových skupin RKoP OPTP pro rok 2011 koresponduje s určením cílových skupin v základním strategickém materiálu informování a publicity – KoP OPTP pro období 2007–2013.

Identifikace zahrnuje soubor cílových skupin komunikace, tj. seznam všech, kterých se dotýká:

### A/ Široká veřejnost

Existence a realizace politiky HSS v ČR: tento soubor navazuje na specifický cíl 1 KoP OPTP a má širší pojetí.

### B/ Odborná veřejnost

Příprava a realizace programů v rámci politiky HSS: soubor navazuje na specifický cíl 2 KoP OPTP. (Řídící orgán OPTP, NOK a další složky řízení a monitoringu NSRR, implementační struktury operačních programů, okolí programů spojené např. s experty poskytujícími služby pro ŘO).

### C/ Příjemci a žadatelé podpory

Příprava a realizace projektů v rámci programů politiky HSS: soubor navazuje na specifický cíl 3 KoP OPTP a reflektuje projektovou rovinu komunikace, s hlavními aktéry v pozicích (potenciálních a skutečných) příjemců podpory.

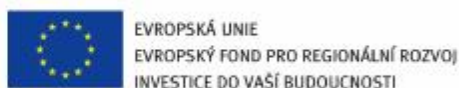
### D/ Evropská komise

## 3. 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.
- Obsahu Národního strategického referenčního rámce.
- Příležitostech poskytovaných strukturálními fondy a Fondem soudržnosti prostřednictvím operačních programů v ČR, podmínkách pro žadatele, postupech a pravidlech při poskytování pomoci, výběrových a hodnotících kritériích atp.
- Projektech, žadatelích, příjemcích podpory a příspěvku z veřejných zdrojů.
- Kontaktních údajích osob na národní, regionální či místní úrovni, které poskytují informace o možnostech a pravidlech poskytování pomoci.

RKoP OPTP pro rok 2011 bude nadále využívat osvědčených marketingových nástrojů podle příslušných druhů komunikace.



## 4. DRUHY KOMUNIKACE

### A/ ATL

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

### B/ BTL

Podlinková marketingová komunikace představuje tiskové materiály, public relations, media relations, ucelené PR akce, spotřebitelské soutěže, veletrhy a další.

### C/ Vnitřní komunikace

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

### D/ Krizová komunikace

Pro potřeby krizové komunikace je důležité neustále počítat s určitým mediálním prostorem. Monitorovat, analyzovat a vyhodnocovat.

## 5. STRATEGIE KOMUNIKACE

V kontextu komplexní komunikační strategie přecházíme z etapy informování a mobilizace, zaměřené na metodickou podporu žadatelů a příjemců do další fáze, jejímž hlavním cílem je budování širokého povědomí o výsledcích a přínosech pomoci ze strany evropského společenství především prostřednictvím již úspěšně realizovaných projektů.

## 6. ROZDĚLENÍ INFORMAČNÍCH KAMPANÍ

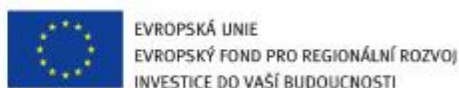
V roce 2011 jsou plánovány celkem čtyři informační kampaně. Jedna navazuje na kampaň z roku 2010, tři jsou nové:

Navazující informační kampaně:

- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti

Nové informační kampaně:

- Žijeme s Evropskými fondy
- Tady se dobře žije
- Fondy EU jednoduše a s přehledem (bude probíhat až do června 2015)



## 7. KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJE

Některé komunikační nástroje se vzhledem ke své povaze a svému zacílení mohou prolínat nebo dále doplňovat a rozvíjet.

KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJE		
Mediální prostředky	Výhody	Plánováno v informační kampani
<b>Transmisivní mediální strategie</b>		
<b>Televize</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- široká sledovanost</li> <li>- vysoká prestiž</li> <li>- celoplošné pokrytí</li> <li>- působení na více smyslů</li> <li>- vyjádření pohybu a děje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti</li> <li>- Žijeme s Evropskými fondy</li> </ul>
<b>Rozhlas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vysoká poslechovost</li> <li>- vnímání sdělení i při jiné činnosti</li> <li>- emocionální působení</li> <li>- mobilnost</li> <li>- možnost segmentace</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti</li> <li>- Žijeme s Evropskými fondy</li> </ul>
<b>Tištěná mediální strategie</b>		
<b>Noviny</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- společenská prestiž</li> <li>- uchovatelnost informací</li> <li>- vysoká čtenost</li> <li>- důvěryhodnost</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti</li> <li>- Žijeme s Evropskými fondy</li> <li>- Tady se dobře žije</li> </ul>
<b>Časopisy, magazíny</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- adresnost z hlediska zacílení</li> <li>- dlouhá životnost</li> <li>- prestiž některých časopisů</li> <li>- možnost segmentace</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti</li> <li>- Žijeme s Evropskými fondy</li> <li>- Tady se dobře žije</li> </ul>
<b>Outdoorová mediální strategie</b>		
<b>Vnější informační a mediální systémy</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- vysoká regionální působnost</li> <li>- nízké náklady</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti</li> <li>- Žijeme s Evropskými fondy</li> <li>- Tady se dobře žije</li> </ul>



EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI



Zpracovalo Samostatné oddělení publicity EU, MMR ČR  
a Odbor Řídícího orgánu Operačního programu Technická pomoc, MMR ČR

<b>Billboardy a bigboardy</b>	- regionální cílení - relativně nízké náklady	- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti - Žijeme s Evropskými fondy - Tady se dobře žije
<b>Citylight vitríny</b>	- viditelnost i v noci - vhodné pro krátkodobé kampaně	- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti - Žijeme s Evropskými fondy - Tady se dobře žije
<b>Plakátovací plochy</b>	- nízké náklady	- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti - Žijeme s Evropskými fondy - Tady se dobře žije
<b>Indoorová mediální strategie</b>		
<b>Vnitřní informační a mediální systémy</b>	- lokální působnost	- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti - Žijeme s Evropskými fondy - Tady se dobře žije
<b>Reklama v MHD</b>	- intenzivní zásah - regionální zaměřitelnost - nízké náklady	- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti - Žijeme s Evropskými fondy - Tady se dobře žije
<b>Internetová mediální strategie</b>		
<b>Internetové prezentace</b>	- snadná měřitelnost - nízké náklady na provoz - globálnost - interaktivnost	- Vývoj a správa portálu Strukturální fondy
<b>Bannerová reklama</b>	- snadná měřitelnost	- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti - Žijeme s Evropskými fondy
<b>PPC kontextová reklama</b>	- platba pouze za kliknutí - snadné cílení - snadná měřitelnost	- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti - Žijeme s Evropskými fondy
<b>Direct mail</b>	- dojem osobního kontaktu	- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti - Žijeme s Evropskými fondy - Tady se dobře žije
<b>Elektronická mediální strategie</b>		



EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI





<b>Elektronické prezentace</b>	- mobilnost - flexibilita - nízké pořizovací náklady	- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti - Žijeme s Evropskými fondy - Tady se dobře žije
<b>Multimediální prezentace</b>	- mobilnost - flexibilita - nízké pořizovací náklady	- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti - Žijeme s Evropskými fondy - Tady se dobře žije
<b>Specifické mediální strategie</b>		
<b>Merkantilní tiskoviny</b>	- uchovatelnost informací - velký prostor pro sdělení - odbornost	- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti - Žijeme s Evropskými fondy - Tady se dobře žije
<b>Propagační předměty</b>	- nízké náklady - velmi emotivní	- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti - Žijeme s Evropskými fondy - Tady se dobře žije
<b>Public Relations</b>		
<b>Tiskové zprávy</b>	- nízké náklady	- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti - Žijeme s Evropskými fondy - Tady se dobře žije
<b>Tiskové konference</b>	- prestiž a odbornost	- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti - Žijeme s Evropskými fondy - Tady se dobře žije
<b>Media Relations – press tripy</b>	- nízké náklady	- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti - Žijeme s Evropskými fondy
<b>Ucelené PR akce – konference a semináře</b>	- prestiž a odbornost	- Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti - Žijeme s Evropskými fondy
<b>Inovativní komunikační nástroje</b>		
<b>Sociální sítě – facebook a youtube</b>	- nízké náklady - oslovení hůře zasažitelné cílové skupiny 15 – 25 let	- Žijeme s Evropskými fondy

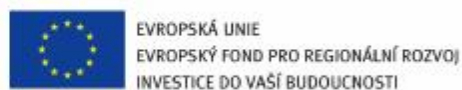


EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI



## 8. HARMONOGRAM NASAZENÍ KOMUNIKAČNÍCH NÁSTROJŮ

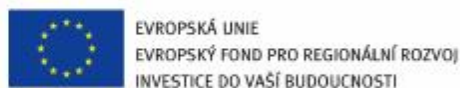
Mediální prostředky	I.	II.	III.	IV.	V.	VI.	VII.	VIII.	IX.	X.	XI.	XII.
Televize												
Rozhlas												
Noviny												
Časopisy, magazíny												
Vnější informační a mediální systémy												
Billboardy a bigboardy												
Citylight vitríny												
Plakátovací plochy												
Vnitřní informační a mediální systémy												
Reklama v MHD												
Internetové prezentace												
Bannerová reklama												
PPC kontextová reklama												
Direct mail												
Elektronické prezentace												
Multimediální prezentace												
Merkantilní tiskoviny												
Propagační předměty												
Tiskové zprávy												
Tiskové konference												
Media Relations												
Ucelené PR akce												
Sociální sítě												



Zpracovalo Samostatné oddělení publicity EU, MMR ČR  
a Odbor Řídícího orgánu Operačního programu Technická pomoc, MMR ČR

## 9. PLÁN KOMUNIKAČNÍCH AKTIVIT

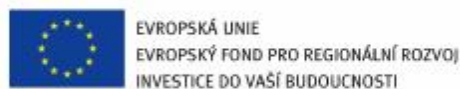
Plán aktivit publicita RCoP OPTP 2011					
Komunikační nástroj	Aktivita	Popis aktivity	Plánovaný termín realizace	Plánovaná částka * (včetně DPH)	Poznámka
<b>Projekt %30: Zajištění obecné informovanosti o fondech EU a následně připravovaný projekt Posílení informovanosti veřejnosti o fondech EU</b>					
Komplexní komunikační mix	Informační kampaň: Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti; Žijeme s Evropskými fondy	Soutěž o návrh	březen 2011	1 200 000 Kč	
	Informační kampaň: Žijeme s Evropskými fondy	Komunikační strategie a realizace komunikačních kampaní operačního programu Technická pomoc v období roku 2011	říjen 2011	98 000 000 Kč	Bude vycházet z výstupů Soutěže o návrh; projekt bude probíhat v období leden 2011 - prosinec 2012 a celkem bude stát 294 000 000 Kč
Komplexní komunikační mix	Informační kampaň: Žijeme s Evropskými fondy	Celostátní soutěž o nejlepší projekt „Vyberte své evropské hvězdy“	září - říjen 2011	8 400 000 Kč	
Komplexní komunikační mix	Informační kampaň: Tady se dobře žije	Společná výsledková kampaň "Tady se dobře žije"	prosinec 2011	30 000 000 Kč	Průřezová kampaň Regionálních operačních programů a OP Praha; projekt bude probíhat v období leden 2011 - prosinec 2012 a celkem bude stát 90 000 000 Kč



Zpracovalo Samostatné oddělení publicity EU, MMR ČR  
a Odbor Řídícího orgánu Operačního programu Technická pomoc, MMR ČR

Roční komunikační plán Operačního programu Technická pomoc pro rok 2011

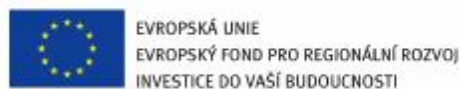
Public Relations	Informační kampaň: Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti; Žijeme s Evropskými fondy	Tiskové zprávy	dle aktuálních potřeb	0 Kč	
Public Relations	Informační kampaň: Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti; Žijeme s Evropskými fondy	Tiskové konference	dle aktuálních potřeb	500 000 Kč	
Public Relations	Informační kampaň: Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti; Žijeme s Evropskými fondy	Press tripy	březen - září 2011	300 000 Kč	Ve spolupráci s řídicími orgány
Specifické mediální strategie	Informační kampaň: Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti; Žijeme s Evropskými fondy	Propagační předměty	dle aktuálních potřeb	600 000 Kč	
Ucelené PR akce Tišťená mediální strategie	Informační kampaň: Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti	Minikampaň "Evropské fondy v roce 2011: výsledky a výzvy"	březen 2011	11 000 000 Kč	Inzertní kampaň a konference
Ucelené PR akce	Informační kampaň: Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti	Konference New Member States	duben 2011	600 000 Kč	
Ucelené PR akce	Informační kampaň: Žijeme s Evropskými fondy	Konference "Midterm Publicity Assessment and Perspective"	září 2011	1 200 000 Kč	
Ucelené PR akce	Informační kampaň: Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti; Žijeme s Evropskými fondy	Konference s Úřadem vlády ČR	březen, květen/červen, září, listopad/prosinec 2011	1 920 000 Kč	Čtyři konference s tematikou fondů EU pořádané ve spolupráci s Úřadem vlády ČR
Ucelené PR akce	Informační kampaň: Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti	Semináře pro NNO	leden - únor 2011	240 000 Kč	Ostrava, Brno, Karlovy Vary, Liberec
Ucelené PR akce	Informační kampaň: Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti; Žijeme s Evropskými fondy	Aktivity pro NNO	duben - září 2011	360 000 Kč	Navazující workshopy, příprava brožury pro NNO
Elektronická mediální strategie	Informační kampaň: Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti	Elektronická verze dvojjazyčných nařízení EK 1083/2006 a 1828/2006	únor 2011	240 000 Kč	Elektronizace a distribuce na USB nosičích
Merkantilní tiskoviny	Informační kampaň: Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti	MiniMMZ	únor - prosinec 2011	250 000 Kč	Leták vychází pravidelně každý měsíc



Zpracovalo Samostatné oddělení publicity EU, MMR ČR  
a Odbor Řídícího orgánu Operačního programu Technická pomoc, MMR ČR

Roční komunikační plán Operačního programu Technická pomoc pro rok 2011

Merkantilní tiskoviny	Informační kampaň: Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti	Newsletter	únor - prosinec 2011	250 000 Kč	Newsletter vychází čtvrtletně
Koordinace publicity NSRR	Informační kampaň: Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti; Žijeme s Evropskými fondy	Jednání Pracovní skupiny pro informování a publicitu fondů EU	březen - prosinec 2011	1 000 000 Kč	5x
Koordinace publicity NSRR	Informační kampaň: Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti; Žijeme s Evropskými fondy	Pracovní a koordinační setkání NOK a ŘO OP se zahraničními partnery z EU	dle aktuálních potřeb	400 000 Kč	2x
Koordinace publicity NSRR	Informační kampaň: Fondy EU - Investice do vaší budoucnosti; Žijeme s Evropskými fondy	Výjezdní zasedání NOK a ŘO OPTP	dle aktuálních potřeb	200 000 Kč	1x
Komplexní komunikační mix	Informační kampaň: Žijeme s Evropskými fondy	Ad hoc aktivity	dle aktuálních potřeb	50 000 000 Kč	Aktivity, které nejsou v době tvorby RKoP OPTP 2011 známy - konference, krizová komunikace apod.
<b>Připravovaný projekt: Eurocentra a Eurofon jako komunikační nástroje pro fondy EU</b>					
Informační služby	Informační kampaň: Fondy EU jednoduše a s přehledem	Eurocentra a Eurofon	leden - prosinec 2011	8 730 000 Kč	Informační služby o fondech EU (ve spolupráci s Úřadem vlády ČR, s využitím Integrovaného informačního systému ÚV ČR); projekt bude probíhat v období leden 2011 - květen 2015 a celkem bude stát 39 600 000 Kč
<b>Připravovaný projekt: Vývoj a správa portálu Strukturální fondy</b>					

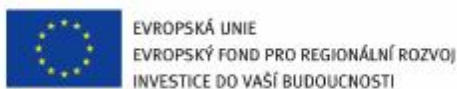


Zpracovalo Samostatné oddělení publicity EU, MMR ČR  
a Odbor Řídícího orgánu Operačního programu Technická pomoc, MMR ČR

Roční komunikační plán Operačního programu Technická pomoc pro rok 2011

Internetové prezentace	Vývoj a správa portálu Strukturální fondy	Tvorba nového webu <a href="http://www.strukturalni-fondy.cz">www.strukturalni-fondy.cz</a>	leden 2011 - prosinec 2011	15 640 000 Kč	Vývoj, správa a rozvoj informačních nástrojů pro podporu komunikace a implementace NSRR (portál Strukturální fondy včetně extranetu a databáze dokumentů); projekt bude probíhat v období leden 2011 - červen 2015 a celkem bude stát 21 320 000 Kč
<b>Připravovaný projekt: Publikace</b>					
Merkantilní tiskoviny	Tvorba metodických a technicko-informačních materiálů	Publikace o významných projektech ČR	prosinec 2011	1 200 000 Kč	Reprezentativní publikace s fotografiemi
Merkantilní tiskoviny		Tištěná verze slovníku "Euroangličtina"	během roku 2011	600 000 Kč	Anglicko-český a česko-anglický slovník pro pracovníky státní správy
Merkantilní tiskoviny		Tištěná verze dvojjazyčných nařízení EK 1083/2006 a 1828/2006	během roku 2011	600 000 Kč	Pro celou implementační strukturu
Merkantilní tiskoviny		Publikace: Ekonomické dopady KP	prosinec 2011	600 000 Kč	Spolupráce s ekonomem M. Mejstříkem
Merkantilní tiskoviny		Publikace: Pojmy fondů EU (s ilustracemi V. Renčina)	září 2011	600 000 Kč	
<b>Projekt %111: Evaluace informačních a komunikačních opatření NSRR ČR</b>					
	Vyhodnocení komunikačních aktivit 2007-2010	Dotazníkové šetření	od února 2011	3 600 000 Kč	
	Vyhodnocení komunikačních aktivit 2007-2010	Evaluace	od února 2011	1 164 000 Kč	
<b>CELKEM</b>				<b>238 894 000 Kč</b>	

\* verze pro EK včetně DPH



Zpracovalo Samostatné oddělení publicity EU, MMR ČR  
a Odbor Řídícího orgánu Operačního programu Technická pomoc, MMR ČR

## 10. INFORMAČNÍ SLUŽBY

- EUROFON – bezplatná telefonní informační linka o EU
- Eurocentra – infocentra Úřadu vlády ČR v krajských městech

## 11. IT PODPORA

- vývoj, správa a rozvoj informačních nástrojů pro podporu komunikace a implementace NSRR (portál Strukturální fondy včetně extranetu a databáze dokumentů)

## 12. KOORDINACE PUBLICITY NSRR

- jednání Pracovní skupiny pro informování a publicitu fondů EU
- pracovní a koordinační setkání NOK a ŘO OP se zahraničními partnery z EU
- výjezdní zasedání NOK a ŘO OPTP

## 13. MONITOROVÁNÍ A VYHODNOCENÍ

Povinnost vyhodnotit realizaci komunikačních plánů všech operačních programů vyplývá z nařízení Komise 1828/2006. V roce 2011 bude dokončena evaluace všech komunikačních aktivit NOK od počátku programového období, tj. 2007 – 2010. Monitoring a hodnocení efektivity použitých médií a nástrojů komunikace budou provedeny na základě stanovených evaluačních kritérií (účelnost, účinnost, úspornost, dopad, relevance, udržitelnost) v souladu s dokumentem „Metodický pokyn – evaluace komunikačních plánů OP 2007-2010“.

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



EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI



NÁRODNÍ ORGÁN  
PRO KOORDINACI



Zpracovalo Samostatné oddělení publicity EU, MMR ČR  
a Odbor Řídícího orgánu Operačního programu Technická pomoc, MMR ČR

## 14. INDIKÁTORY VÝSTUPU A VÝSLEDKU

Indikátory výsledku				
Kód nár. číselníku	Indikátor	Měrná jednotka	Zdroj	Indikativní cíl 2011- Konvergence a ind. cíl 2011-Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost
48.09.01	Počet návštěv internetových stránek	počet	ŘO OPTP	0
48.09.02	Počet stažení elektronických dokumentů	počet	ŘO OPTP	0

Indikátory výstupu				
Kód nár. číselníku	Indikátor	Měrná jednotka	Zdroj	Indikativní cíl 2011- Konvergence a ind. cíl 2011-Regionální konkurenceschopnost a zaměstnanost
48.09.00	Počet uspořádaných informačních a propagačních aktivit	počet	ŘO OPTP	4
48.07.00	Počet vytvořených metodických a technicko-informačních materiálů	počet	ŘO OPTP	9

## 15. KONTAKTY

## Národní orgán pro koordinaci NSRR:

Ing. Eva Jelínková, vedoucí Samostatného oddělení publicity EU

- telefon: +420 224 861 391
- e-mail: [nok@mmr.cz](mailto:nok@mmr.cz), [eva.jelinkova@mmr.cz](mailto:eva.jelinkova@mmr.cz)
- <http://www.strukturalni-fondy.cz>



EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI



Zpracovalo Samostatné oddělení publicity EU, MMR ČR  
a Odbor Řídícího orgánu Operačního programu Technická pomoc, MMR ČR



**Řídící orgán OPTP:**

Mgr. Michaela Svobodová, ředitelka Odboru Řídícího orgánu OPTP

- telefon: +420 224 861 293
- e-mail: [optp@mmr.cz](mailto:optp@mmr.cz), [michaela.svobodova@mmr.cz](mailto:michaela.svobodova@mmr.cz)
- <http://www.strukturalni-fondy.cz/op-tp>



EVROPSKÁ UNIE  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ  
INVESTICE DO VAŠÍ BUDOUCNOSTI



NÁRODNÍ ORGÁN  
PRO KÓORDINACI



Zpracovalo Samostatné oddělení publicity EU, MMR ČR  
a Odbor Řídícího orgánu Operačního programu Technická pomoc, MMR ČR