

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ

Národní orgán pro koordinaci

# Roční komunikační plán OPTP a MMR–NOK 2023

Verze: 1

Datum: 7. listopadu 2022



EVROPSKÁ UNIE  
Fond soudržnosti  
Operační program Technická pomoc



MINISTERSTVO  
PRO MÍSTNÍ  
ROZVOJ ČR



# OBSAH

1.	PODPOROU VYŠŠÍ ZNALOSTI KONKRÉTNÍCH PROJEKTŮ K LEPŠÍMU VNÍMÁNÍ FONDŮ EU V ČESKÉ REPUBLICE .....	4
2.	KOMUNIKAČNÍ TÉMATA A CÍLE .....	5
3.	Z ČEHO ROČNÍ KOMUNIKAČNÍ PLÁN VYCHÁZÍ? .....	8
4.	FÁZE, TÉMATA A CÍLE KOMUNIKACE .....	9
4.1	Fáze komunikace .....	9
4.2	Cílové skupiny a komunikační témata .....	10
5.	PŘEHLED KOMUNIKAČNÍCH NÁSTROJŮ A AKTIVIT .....	11
5.1	Mediální kampaně .....	11
5.2	Pravidelné přílohy v denících .....	12
5.3	Eventy pro širokou veřejnost „KDE fondy EU pomáhají“ .....	13
5.4	Soutěže .....	15
5.5	Ostatní a podpůrné komunikační aktivity .....	16
5.6	Posilování absorpční kapacity prostřednictvím regionálních Eurocenter a linky Eurofon .....	18
6.	CELKOVÉ NÁKLADY A FINANCOVÁNÍ .....	19
7.	EVALUACE A INDIKÁTORY .....	19
	SEZNAM ZKRATEK .....	21

# 1. PODPOROU VYŠŠÍ ZNALOSTI KONKRÉTNÍCH PROJEKTŮ K LEPŠÍMU VNÍMÁNÍ FONDŮ EU V ČESKÉ REPUBLICE

## MANAŽERSKÉ SHRUTÍ

Cílem komunikace MMR-NOK je udržet vysoké povědomí o evropských fondech u široké veřejnosti a posílit pozitivní vnímání přínosů podpořených projektů jak pro většinu společnosti, tak pro region, v kterém žijí, tak i jejich nejbližší okolí. Druhou komunikační linkou je informovat o zahájení a možnostech financování z nového programového období 2021-2027.

Vůči široké veřejnosti je stěžejní komunikačním téma podpora znalosti konkrétních projektů a jejich přínosu pro společnost sjednocená pod brand „Kde fondy EU pomáhají“. Tuto linku naplňují formáty přímé komunikace (eventy), úspěšně odzkoušená forma online eventů, ale i obsahová spolupráce s deníky a strategie pro sociální sítě Facebook a Instagram. V roce 2023 bude zhodnoceno množství videoobsahu vzniklého v rámci eventů nasazením digitální kampaně a v přípravě je i nasazení nativních formátů propagace přínosů projektů podpořených z fondů EU napříč tematickými oblastmi politiky soudržnosti a programy.

Pro rok 2023 počítá MMR-NOK s nasazením (odložené) integrované komunikační kampaně *100 000 projektů pro zelené / lepší Česko* cílící na širokou veřejnost, která počítá s využitím jak hlavních masmédií (především TV, okrajově tisk), tak rostoucího světa digitálních médií (video/bannerová reklama; sociální sítě).

Komunikace vůči cílové skupině potenciálních žadatelů o dotace, žadatelů a příjemců podpory naplňuje především činnost sítě regionálních Eurocenter a informační linky Eurofon, které jsou součástí Integrovaného informačního systému provozovaného ve spolupráci s Úřadem vlády ČR. Jedná se především o realizaci primárních konzultací a prezenčních i online seminářů. Speciální cílovou skupinou, na kterou se opakovaně v komunikačním plánu zaměřujeme, jsou středoškolští studenti (přednášky na školách, soutěže).

Informačním zdrojem pro většinu cílových skupin nadále zůstává webový portál o evropských fondech [www.dotaceEU.cz](http://www.dotaceEU.cz), naplňující požadavek obecného nařízení 1303/2016 na zastřešující webový portál. Portál je postupně upravován a v lednu 2023 dojde k změně priorit komunikace – období 2014-2020 bude upozaděno a na homepage bude dominovat období 2021-2027. Publikován bude Seznam operací 2021-2027 v rozšířeném formátu o veřejné zakázky a zprovozněn přenos dat o projektech do Mapaprojektů.cz. Naplňována bude strategie pro facebookový profil DotaceEU.

Součet indikativních nákladů na plánované komunikační aktivity v roce 2023 činí **63.428.000 Kč vč. DPH**.

---

<sup>1</sup> RKoP vychází ze Společné komunikační strategie evropských strukturálních a investičních fondů v ČR v programovém období 2014–2020 (SKS). Zde je také definována vyšší míra odpovědnosti MMR-NOK za komunikaci vůči široké veřejnosti oproti řídicím orgánům. Za komunikaci Operačního programu Technická pomoc (OPTP) je primárně odpovědný Odbor publicity a evaluací fondů EU (OPEFEU), které zároveň zastává funkci Národního orgánu pro koordinaci (NOK) v oblasti publicity Evropských strukturálních a investičních fondů (ESIF).

## 2. KOMUNIKAČNÍ TÉMATA A CÍLE

Při plánování komunikačních témat a aktivit v roce 2023 stavíme na udržení a podpoře obecného povědomí o evropských fondech u široké veřejnosti a klademe důraz na znalost konkrétních projektů a přínosů politiky soudržnosti v regionech, v nejbližším okolí běžného občana ČR. V prosinci 2021 proběhlo zatím poslední dotazníkové šetření rozšířené o fokusní skupiny a rozhovory s cílem re-definovat skupinu tzv. *přesvědčitelných*, kteří zauímají neutrální postoj nebo mají negativní vztah k EU, ale připouštějí změnu postoje. Poznatky o cílové skupině jsou využity při tvorbě nových komunikačních kampaní a při plánování nákupu médií.

Indikátor	2021 STEMMARK (% odpovědí ano, spíše ano)
<b>Míra povědomí široké veřejnosti o fondech EU</b> <i>Slyšela/a jste někdy o evropských fondech (fondy EU, evropských dotacích)?</i>	94 %
<b>Míra znalosti podpořených projektů cílové skupiny široká veřejnost</b> <i>Znáte nějaký projekt, který byl financován z evropských fondů?</i>	45 % (Eurobarometr 70 %)
<b>Míra pozitivního vnímání přínosů politiky soudržnosti u cílové skupiny široká veřejnost:</b>	
- Jak hodnotíte přínosy evropských fondů <b>pro život obyvatel ČR?</b>	60 %
- Jak hodnotíte přínosy evropských fondů <b>pro život obyvatel ve Vašem regionu/kraji?</b>	56 %
- Jak hodnotíte přínosy evropských fondů <b>pro Vás osobně?</b>	55 %

Zdroj: STEMMARK, prosinec 2021, n=1009, CAWI, dostupné v Knihovně evaluací na [www.dotaceEU.cz](http://www.dotaceEU.cz)

Široká veřejnost pozitivně reaguje na konkrétní příklady projektů (= důkazy) a oceňují přímou komunikaci (eventy). Silným argumentem je pro ně konkrétní příklad – fotografie projektu před / po, nebo návštěva příjemce (Dny otevřených dveří apod.). Naplnění těchto cílů se zaměřuje především brand Kde fondy EU pomáhají.

## Kde fondy EU pomáhají (téma č. 1)

Na příkladech úspěšných a kvalitních projektů opět ukážeme, jak evropské fondy pomáhají rozvíjet regiony a zlepšovat život nás všech. Klíčovou aktivitou je organizace série eventů napříč celou Českou republikou:

Název aktivity/akce	Popis	Očekávaná návštěvnost/ na akci/stánku	Plánovaný počet opakování v roce 2023
<b>Dny otevřených dveří na projektech podpořených z fondů EU</b>	Celodenní akce, napříč ČR. Zdarma otevíráme nepřístupné prostory nebo prostory kde se platí vstup - zajištění prohlídek projektů podpořených z fondů EU (červen - září). Doprovodný program - prověřené aktivity (např. kolo štěstí, plackovačka, fotokoutek, malování na obličeji, virtuální realita atd.), podium s programem, prezentace až 3 doprovodných příjemců z okolí / regionu.	<b>1000 +</b> min. <b>400</b> návštěvnost prohlídek	<b>10</b>
<b>Online Dny otevřených dveří na projektech podpořených z fondů EU</b>	Představení cca 8 projektů z jednoho města v max. 2 hodinovém pořadu vysílaném na internetu – sociální síť, kde příjemci představí své projekty. Následně je natočený videoobsah zpracován do krátkých formátů pro kampaně na sociálních sítích.	<b>1000</b> shlédnutí na jeden online event	<b>4</b>
<b>Prezentace na letních hudebních festivalech</b>	<b>Typ „Votvírák“</b> - Rozvoj konceptu a vlastní realizace akce "V pohybu s Evropskými fondy", tedy prezentace konceptu na hudebním festivalu Votvírák v roce 2023.	průchod stanem <b>1 až 2 tisíce</b>	<b>1</b>
	<b>Typ „Regionální festivaly“</b> - organizační zajištění jednodenní prezentace přínosů evropských fondů na 10 vybraných festivalech navržených vybraným dodavatelem a to vždy v jiném kraji. Stan 6x3m + aktivity - kolo štěstí, VR a navržená aktivita.	průchod stanem <b>cca 500</b>	<b>10</b>
<b>Putování po projektech</b>	Putování návštěvníky zavede k příjemcům podpory z fondů EU a ukáže jim zajímavá místa, kam by se běžně nedostali. Putování po projektech často bývají tematicky zaměřena a jsou určena pro menší skupiny osob.	<b>20 až 50</b>	<b>28</b>
<b>Den Evropy</b>	Cílem je tedy ukázat veřejnosti, kde fondy EU pomáhají prostřednictvím několika komentovaných prohlídek v jednom dni. Prohlídkami by mělo projít minimálně 200 osob. Mimo prohlídek by měl být k dispozici i menší doprovodný program jako jsou osvědčené aktivity (plackovačka, kolo štěstí, VR...) a stánky partnerů, kteří se zabývají EU (Europe Direct, Úřad Vlády, API, zástupci OP...). Cílem je zaměřit se kromě fondů EU i na EU jako celek. Na akci není potřeba podium ani moderátor a konat by se měla v období od dubna do října.	<b>cca 200</b> návštěvnost prohlídek	<b>13</b>
<b>Účast na již probíhající akci</b>	Připojení se, k již probíhající akci. V případě potřeby zajištění stanu, dovezení ověřených aktivit, které se vejdou do stanu (např. kolo štěstí, plackovačka, fotokoutek, virtuální realita atd.)	<b>200 až 500</b> podle velikosti akce	<b>28</b>

Realizace a propagace eventů je podporována placenou inzercí (především) na Facebooku a v denících (součást placené spolupráce). Následná komunikace se zaměří na promování vzniklého obsahu (krátkých video sestřihů, minireportáží z podpořených projektů) na sociálních sítích a na internetu.

Téma zviditelnění konkrétních projektů v nejbližším okolí dále prostoupí organizací soutěží na sociálních sítích (Najdi projekt ve svém kraji, Cestuj a foť + dílčí mikrosoutěže), do spolupráce s tiskem (pravidelné přílohy o fondech EU v denících) a podporou již zavedených soutěží a výstav, kde označujeme „EU pečetí“ projekty realizované s podporou fondů EU (např. putovní výstava Cestami proměn).

*Přispívá k plnění cíle SKS – Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku – rovina projektová*

## **100 000 projektů pro lepší Česko (téma č. 2)**

Pro komunikaci v 1. polovině roku 2022 bude nasazena již vyrobená kampaň na téma životního prostředí (se zaměřením na změny v krajině s cílem posílit absorpci dešťových srážek a boj se suchem, revitalizovat vodní toky a snižovat emise → čistší vzduch), v konceptu animovaného městečka doplněného živými lidmi, Gullivery, kteří jedine díky své výšce a nadhledu dokáží vnímat obrovské množství projektů podpořených z evropských fondů přispívající k lepšímu životu nás všech, a rozvoji České republiky. Hlavním jednotlícím vizuálním prvkem je mapa České republiky zaplněná množstvím modrých koleček / piktogramů symbolizujících velké množství projektů pokrývajících doslova každý kout ČR. Na TV spot, bannerovou reklamu a plošnou inzerci v tisku, jejichž hlavním cílem je zvýšení povědomí o tématu, navážeme „důkazní fází“, videi a fotografiemi zachycující konkrétní projekty v regionech (nasazeno v online a na sociálních sítích).

*Přispívá k plnění cíle SKS – Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku – rovina obecná*

## **Možnosti financování z nového programového období 2021-2027 (téma č. 3)**

Zaměříme se na zvýšení informovanosti o možnostech podpory projektů na horizontální úrovni, a to především vůči odborné veřejnosti, budoucím žadatelům a příjemcům. Jedná se především o:

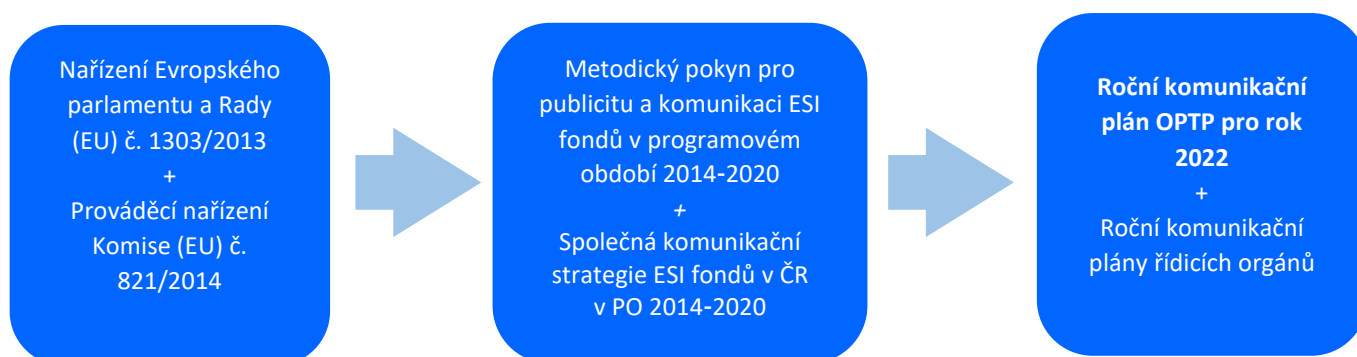
- aktualizace obsahu webového portálu dotaceEU.cz včetně dokončení úprav Generátoru nástrojů povinné publicity pro PO 2021-2027
- tvorbu přehledných infografik a stručných letáků
- pokračování se videostreamingu klíčových konferencí a výrobě podcastů (rozhovory s příjemci, představení připravovaných výzev napříč programy apod.),
- vydávání tiskových zpráv,
- zajištění odpovědí na novinářské dotazy,
- realizace seminářů v regionech,
- konzultace k projektovým záměrům (Eurocentra a linka Eurofon).

*Přispívá k plnění cíle SKS – Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku – rovina obecná*

### 3. Z ČEHO ROČNÍ KOMUNIKAČNÍ PLÁN VYCHÁZÍ?

Roční komunikační plán je vypracován v souladu s níže uvedenými metodickými pokyny a závaznými dokumenty:

**Schéma č. 1: Provázanost metodických dokumentů pro oblast publicity fondů EU**



#### **Koordinace publicity fondů EU**

Koordinace na národní úrovni probíhá na *Pracovní skupině pro informování a publicitu ESI fondů 2014-2020* (dále jen PS Publicita), která slouží jako platforma pro spolupráci na společných komunikačních aktivitách NOK a řídicích orgánů programů.

Pro posílení koordinace slouží *Metodický pokyn pro informování a publicitu fondů EU*, který nastavuje společná pravidla, která jsou v programovém období 2014-2020 platná pro řídicí orgány programů. Na úrovni ČR byla vytvořena *Společná komunikační strategie*, kterou všechny programy naplňují.

#### **Orientace na výsledky a výstupy**

Navrhované aktivity RKoP přispějí k plnění dlouhodobých indikátorů výsledku a výstupu, které jsou nastaveny uvedenou *Společnou komunikační strategií*, a podrobněji je představuje kapitola 6 tohoto dokumentu včetně návrhu evaluace.

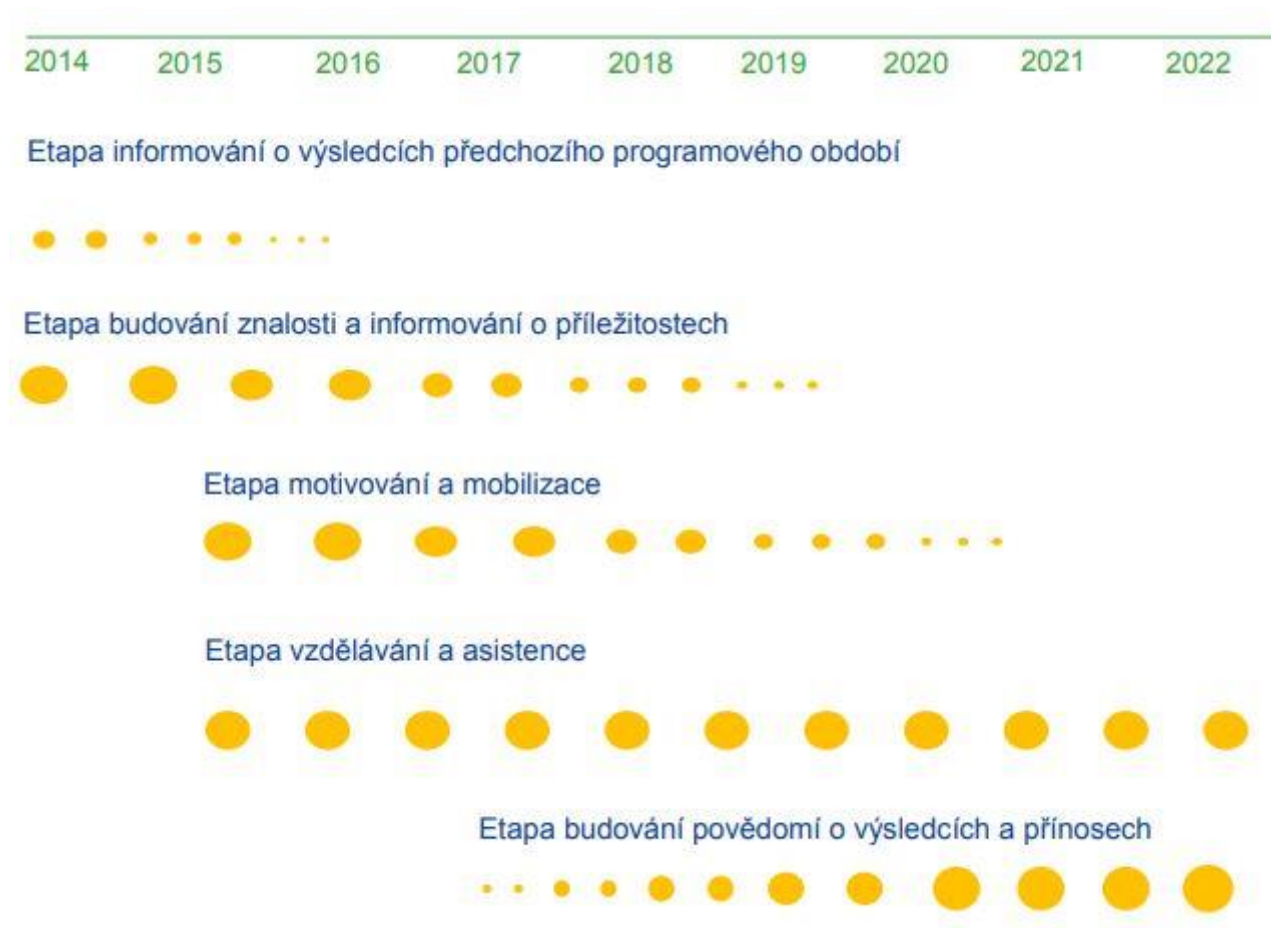


## 4. FÁZE, TÉMATA A CÍLE KOMUNIKACE

### 4.1 Fáze komunikace

Komunikace v roce 2023 zapadá z hlediska fází, vytyčených ve *Společné komunikační strategii*, zejména do etapy „**Budování o povědomí o výsledcích a přínosech**“ a to vzhledem k reálnému dokončování velkého množství projektů již z období 2014–2020. Důležitá je i etapa „**Budování znalosti a informování o příležitostech**“ v kontextu příprav nového programového období 2021–2027.

Schéma č. 2: *Etapy komunikace v programovém období 2014-2020*



## 4.2 Cílové skupiny a komunikační témata

Komunikační aktivity uvedené v tomto Ročním komunikačním plánu mají definovány hlavní **cílové skupiny**<sup>2</sup>:

- široká veřejnost (ŠV)
- cílové skupiny jednotlivých programů (CSJP)
- odborná veřejnost (OV)
- média (M)

V rámci jednotlivých cílových skupin jsou podskupiny, ke kterým míří újeji specifikovaná sdělení v závislosti na možnosti plánování nákupu médií (nejvíce v případě online médií a sociálních sítí nebo s ohledem čtenost tisku data vydavatelů).

Pro rok 2023 byly definovány pro cílovou skupinu široká veřejnost níže uvedená komunikační témata, která se v Tabulce č. 1 dále člení dle jednotlivých podskupin cílové skupiny.

**Tab. č. 1: Přehled cílových skupin a komunikačních témat pro rok 2023**

Hlavní cílová skupina	Specifická cílová skupina	Komunikační témata*		
		1	2	3
široká veřejnost (ŠV)	Děti do 15 let	X	X	
	Mládež a studenti do 27 let	X	X	
	Zaměstnanci do 40 let	X	X	
	Rodiny s dětmi	X	X	
	55+ (pracující)	X	X	
	Sociálně znevýhodnění	X	X	
	Obyvatelé krajských měst	X	X	
	Obyvatele menších měst a venkova	X	X	
cílové skupiny jednotlivých programů (CSJP)	Potenciální žadatelé			X
	Žadatelé			X
	Příjemci			X
	Potenciální a koneční uživatelé pomoci			X
odborná veřejnost (OV)	Evropská komise	X	X	X
	Implementační struktura ČR			X
	Administrátoři / zajišťovatelé ČR			X
	Opinion makeři	X	X	X
	Politická reprezentace ČR	X	X	X
	Politická reprezentace EU	X	X	X
Média (M)		X	X	X

\* 1 – Kde fondy EU pomáhají

2 – 100 000 projektů pro lepší Česko

3 – Možnosti financování z nového programového období 2021-2027

<sup>2</sup> Podrobný popis cílových skupin je uveden ve „Společné komunikační strategii ESI fondů v ČR v programovém období 2014-2020.“

## 5. PŘEHLED KOMUNIKAČNÍCH NÁSTROJŮ A AKTIVIT

### 5.1 Mediální kampaně

**Cílová skupina:** široká veřejnost s důrazem na komunikaci k cílové skupině přesvědčitelných lidí (neutrální postoj nebo negativní vztah k EU, ale připouštějící změnu postoje), v případě některých kampaní bude dále segmentováno v rámci digitálních médií (například regionální zásah).

komunikační aktivita / nástroj	médium	cílová skupina	specifikace	počet	předpokládaný harmonogram	indikativní rozpočet v Kč s DPH	realizace v rámci VZ
<b>Digitální kampaň <i>Kde fondy EU pomáhají</i></b>	on-line	ŠV	Digitální kampaň zaměřující se na propagaci úspěšných projektů formou krátkých videí natočených v rámci online Dnů otevřených dveří v předchozích letech.	1	1.- 2.Q 2023	2.000.000 (nákup médií)	Rámcová smlouva na nákup online prostoru 2 (Knoworigin)
<b>Masmediální kampaň „100 000 projektů pro lepší / zelené Česko“ na téma životní prostředí</b>	TV on-line print	ŠV	Masmediální kampaň k tématu životní prostředí – voda, země, vzduch 1 TV spot 30'', 3 online videa a bannery + fotobannery dalších cca 50 projektů pro sociální sítě	1	1.-2.Q 2023	4.263.000 (výroba) 18.150.000 (nákup médií)	Kampaň je již vyrobena.  DNS na nákup mediálního prostoru
<b>Kampaň „Chytrá cesta ke zdrojům“ o finančních nástrojích</b> <i>Pozn: Nasazení podle stavu implementace FN ve výzvách programů 21-27.</i>	on-line print	OV CSJP	Kampaň představující úvěry, záruky a kapitálové vstupy pro odlišné cílové skupiny (financinastroje.cz)	1	3 – 4. Q 2023	1.000.000 (výroba) 6.050.000 (nákup médií)	Kampaň je již vyrobena. DNS na nákup mediálního prostoru
<b>Tvorba a distribuce internetové nativní reklamy o přínosech fondů EU</b>	online	ŠV	Nativní formát reklamy na jednom z dominantních webových portálů v ČR bude mít za cíl přiblížit přínosy podpořených projektů d každodenním životě občanů ČR.	1	1. – 3.Q 2023	2.420.000	Tvorba a distribuce internetové nativní reklamy o přínosech fondů EU - VZMR v realizaci

## 5.2 Pravidelné přílohy v denících

**Cílová skupina:** široká veřejnost s důrazem na rozčlenění komunikace podle regionů (regionální mutace představují podpořené projekty v regionu)

**Navrhovaná strategie:** V pravidelných intervalech (1x měsíčně) komunikace přínosů podpořených projektů ve vybrané oblasti v regionech prostřednictvím tisku pod brandem *Kde fondy EU pomáhají*. Stěžejní části vzniklého obsahu (reportáže) jsou distribuovány také online (na webu deníku a na webu dotaceEU.cz)

komunikační aktivita / nástroj	médium	cílová skupina	specifikace	počet	předpokládaný harmonogram	indikativní rozpočet v Kč s DPH	Realizace v rámci VZ
<b>Pravidelné přílohy ve vybraném celostátním deníku s regionálním zaměřením</b>	print s přesahem do on-line	ŠV	Pravidelná dvoustrana v celostátním deníku (1x měsíčně ve 4 regionálních mutacích ) s přesahem do on-line	12	1 - 12/2023	6.655.000	VZ Přílohy 4 – část A nadlimitní veřejné zakázky
<b>Pravidelné tematické přílohy v deníku bez ekonomické rubriky</b>	Print s přesahem do on-line	ŠV	Dvoustrana v deníku bez ekonomické rubriky ) (1x měsíčně bez regionálních mutací) s přesahem do on-line	12	1 - 12/2023		VZ Přílohy 4 – část B nadlimitní veřejné zakázky

## 5.3 Eventy pro širokou veřejnost „KDE fondy EU pomáhají“

**Cílová skupina:** široká veřejnost – s navazující segmentací podle regionální specifikace nebo podle sociodemografických ukazatelů (mladí lidé - festivaly)

### **Navrhovaná strategie:**

Budeme pokračovat a rozvíjet koncepty zavedených formátů přímé komunikace – eventů pod zastřešující značkou „**KDE fondy EU pomáhají**“. Výběrem a jejich rozsahem plánujeme efektivně zasáhnout zvolenou cílovou skupinu. Na příkladech úspěšných a kvalitních projektů ukážeme, jak pomáhají rozvíjet regiony a zlepšovat život nás všech. Veřejnost často neví, že projekty v jejich okolí byly podpořeny z evropských fondů. Klíčovou aktivitou je organizace Dnů otevřených dveří na projektech podpořených z fondů EU a Online Dny otevřených dveří formou živých přenosů k vybraných měst v regionech.

Téma dále prostoupí organizací soutěží na sociálních sítích. Regionální Eurocentra budou pokračovat v realizaci tzv. Putování po projektech, které přibližují malým skupinkám úspěšné projekty. Prostřednictvím Eurocenter budeme přítomni také na veletrzích a jiných akcích v regionech.

Na specifickou podskupinu široké veřejnosti, mladé lidi do 25 let, míříme účastí na hudebních festivalech, a to jak velkých, kde máme připraven atraktivní doprovodný program, ale také menších regionálních festivalech, kde návštěvníky chceme zaujmout menší prezentací spojenou s virtuální realitou – prohlídkou podpořených projektů z fondů EU. Obecným cílem je posílit povědomí široké veřejnosti, že projekty podpořené z fondů EU často využíváme a tvoří každodenní realitu s pozitivním vlivem na kvalitu našich životů.

Koncept bude dle významu a typu jednotlivých akcí podporován:

1. FB stránkou „KDE fondy EU pomáhají“
2. podstránkou webového portálu DotaceEU.cz - [akce.dotaceEU.cz](http://akce.dotaceEU.cz)
3. online reklamou

Jednotlivé aktivity jsou pravidelně po každé akci vyhodnocovány evaluací, jejichž výsledky potvrzují (88 % účastníků chce být informováno) zájem cílové skupiny o prezentaci výsledků evropských fondů touto cestou.

Veřejné zakázky, prostřednictvím nichž bude koncept realizován:

1. DNS na zajištění eventů
2. DNS na zajištění propagačních předmětů
3. DNS na tiskové služby
4. DNS na nákup mediálního prostoru
5. Rámcová dohoda na nákup on-line reklamního prostoru 2

komunikační aktivita / nástroj	médiium	cílová skupina/podskupina	specifikace	počet	předpokládaný harmonogram	indikativní rozpočet v Kč s DPH
<b>Dny otevřených dveří na projektech podpořených z ESI fondů</b>	event	ŠV / rodiny s dětmi	Den otevřených dveří na úspěšných projektech – prezentace úspěšného projektu a dalších regionálních příjemců spolu s doprovodným zábavně-vzdělávacím programem pro celou rodinu.	10	5-9/2023	4.840.000
<b>Online Dny otevřených dveří na projektech z ESI fondů</b>	online event	ŠV	Přenos ze čtyř vybraných města, kde se v rozsahu zhruba 2 hodin přestaví divákům vždy kolem 8mi úspěšně realizovaných projektů. Přenos bude streamován na Facebook a YouTube Kde fondy EU pomáhají. Záznamy pak zde budou nadále ke zhlédnutí.	4	5 a 10/2023	2.420.000
<b>Prezentace na letních hudebních festivalech</b>	event	ŠV / mladí lidé do 25 let	Interaktivní prezentace přínosů evropských fondů vůči mladým lidem na 1 velkém hudebním festivalu a 8 regionálních menších festivalech.	1 + 10	6-9/2023	4.840.000
<b>Putování po projektech</b>	event	ŠV	Regionální aktivity Eurocenter – putování - malé skupince zájemců, je představen jeden projekt v místě / městě. Zájemci se dostanou do často neveřejných prostor projektu, s odborným výkladem.	30	1-12/2023	400.000
<b>Den Evropy</b>	event	ŠV, částečně i odborná veřejnost	Prezentace o fondech EU, zejména o podpořených projektech a přínosech, ale také o dotačních možnostech.	40	1-12/2023	500.000
<b>Regionální akce</b>	event	ŠV	Prezentace fondů EU na akcích regionálního významu pro širokou veřejnost.	14	1-12/2023	1.200.000

## 5.4 Soutěže

**Cílová skupina:** široká veřejnost - specifická část: studenti SŠ

**Navrhovaná strategie:**

- Soutěž „Navrhni projekt“, akvizice zájemců přímou komunikací na školách podpořenou on-line propagací na sociálních sítích.
- Soutěž „EU4U“ je určena pro studenty SŠ a jejich oslovení bude realizováno prostřednictvím sociálních sítí.

**Cílová skupina: široká veřejnost (obecně)**

**Navrhovaná strategie pro online soutěže:**

- Soutěž „Najdi projekt ve svém kraji“, zacílena regionálně prostřednictvím on-line.
- Soutěž „Cestuj a fot“ bude komunikována na sociálních sítích.

Nákup on-line mediálního prostoru k propagaci soutěží bude realizován prostřednictvím podepsané Rámcové dohody (RS) na nákup online mediálního prostoru 2.

komunikační aktivita / nástroj	médium	cílová skupina	specifikace	počet	předpokládaný harmonogram	indikativní rozpočet v Kč s DPH	Realizace v rámci VZ
<b>Soutěž „Navrhni projekt“ 12. ročník</b>	soutěž + online propagace na soc. sítích	ŠV	Soutěž pro studenty SŠ, kdy týmy navrhnou projekty, které by zlepšily jejich okolí pod vedením učitele	1	9/2023-4/2024	200.000	poptávka na ceny do soutěže propagace on-line v rámci RS
<b>Soutěž „EU4U“ 6. ročník</b>	soutěž + online propagace na soc. sítích	ŠV	Úkolem je navrhnout propagaci již realizovaného projektu (Natoč video, Vytvoř plakát)	1	9/2023-02/2024	100.000	poptávka na ceny do soutěže propagace on-line v rámci RS
<b>Soutěž „Najdi projekt ve svém kraji“ 9. ročník</b>	soutěž	ŠV	Soutěž na facebookovém profilu Soutěžte s fondy EU doplněná o mikrosoutěže o propagační předměty	1	2-6/2023	100.000	DNS na propagační předměty propagace on-line v rámci RS
<b>Soutěž „Cestu a fot“ 11. ročník</b>	soutěž + online propagace na soc. sítích	ŠV	Letní fotografická soutěž, na webových stránkách <a href="http://www.dotaceEU.cz">www.dotaceEU.cz</a>	1	7-8/2023	100.000	poptávka na ceny do soutěže propagace on-line v rámci RS

## 5.5 Ostatní a podpůrné komunikační aktivity

**Cílová skupina:** odborná veřejnost, cílové skupiny jednotlivých operačních programů, média

aktivita / nástroj	médium	cílová skupina	specifikace	počet	předpokládaný harmonogram	indikativní rozpočet v Kč s DPH	Realizace v rámci VZ
<b>KOMUNIKAČNÍ AKTIVITY ZAMĚŘENÉ NA ODBORNOU VEŘEJNOST</b>							
<b>PR aktivity</b>		OV	Rozhovory a infografiky, speciální přílohy a tvorba obsahu ve spolupráci s externími redaktory, spolupráce se zpravodajskými weby + videostreaming významných akcí + inzerce (on-line, případně ad hoc vybrané tištěné médium)	2	průběžně	605.000	Poptávky, + DNS Eventy, případně Rámcová dohoda na on-line prostor 2
<b>KOMUNIKAČNÍ AKTIVITY ZAMĚŘENÉ NA MÉDIA</b>							
<b>Tiskové zprávy, tiskové konference</b>	PR	M, OV	TZ a TK k aktuálním tématům		příležitostně dle potřeby	0	Interní zdroje
<b>PRŮŘEZOVÉ A OSTATNÍ AKTIVITY</b>							
<b>Generátor nástrojů povinné publicity publicita.dotaceEU.cz</b>	on-line aplikace	CSJP	Provoz aplikace na tvorbu nástrojů povinné publicity pro příjemce (plakáty apod.)		celý rok 2023	236.500	zajištění provozu
<b>Webový portál <a href="http://www.dotaceEU.cz">www.dotaceEU.cz</a></b>	webové stránky	ŠV, OV, CSJP, M	Provoz zastřešujícího webového portálu fondů EU v ČR		celý rok 2023	1.600.000	VZ v realizaci, plánovaný rozpočet zahrnuje provoz webu i jeho rozvoj



<b>Propagační předměty</b>	propagační předměty	ŠV OV	Podpůrný komunikační nástroj zejména na eventy a jednání	dílčí poptávky v rámci DNS	průběžně	1.500.000	DNS na propagační předměty
<b>Rozšíření fotodatabáze podpořených projektů 4</b>	ostatní	---	Rozšíření fotodatabáze úspěšných projektů realizovaných i PO 2014 – 2020 - záběry z dronu a fotky s uměleckých zpracováním zpracování	1	konec 2023 / 1.pol. 2024	786.500	VZ na roky 2023/24
<b>On-line komunikace</b>	on-line	OV ŠV	Doplňkové aktivity mezi velkými kampaněmi na sociálních sítích (mikrosoutěže, propagace komunikačních aktivity, např. Tipy na výlety apod.)		celý rok 2023	3.000.000	Rámcová smlouva na on-line 2
<b>Tiskoviny</b>	print	OV ŠV	Tisk letáků a publikací (Abeceda fondů EU, letáky k finančním nástrojům a přehledy dotačních příležitostí v novém PO apod.), regionální mapy podpořených projektů Tipy na výlety + dotisky	5	celý rok 2023	1.500.000	DNS na tisky (zavedeno)
<b>Evaluační aktivity</b>	-	-	Dotazníkové šetření a evaluace komunikačních aktivit (např. post-testy kampaní)	2	3. až 4. Q 2023	200.000	Hrazeno z projektu Evaluační jednotky NOK v rámci zavedeného DNS
<b>INFORM EU 2023 v Ostravě</b>	event		Odborná konference komunikačních úředníků EU 27 a Evropské komise	1	4.Q 2023	3.025.000	Financováno a realizováno ve spolupráci s DG REGIO, DNS Eventy

## 5.6 Posilování absorpční kapacity prostřednictvím regionálních Eurocenter a linky Eurofon

**Cílová skupina:** potenciální žadatelé, žadatelé a příjemci

S ohledem Přestože se v rámci komunikace nacházíme zejména ve fázi „Budování povědomí o výsledcích a přínosech“, neméně důležitou fází komunikace zůstává fáze „Vzdělávání a asistence“. Do této fáze tak spadají aktivity na posílení absorpční kapacity na horizontální úrovni, kterou bude MMR-NOK podporovat i v roce 2023 a to zejména prostřednictvím regionální sítě Eurocenter a informační linky Eurofon.

Regionální síť **Eurocenter** bude v příštím roce pokračovat v pořádání seminářů, jejichž cílem je pomoci žadatelům se zorientovat v jak obecně v projektovém či finančním řízení evropských projektů, tak v podpůrných aktivitách spojených s realizací projektů (např. veřejné zakázky, audity) a dále v poskytování konzultací k primární projektovým záměrům.

Linka **Eurofon** (800 200 200), která je provozována ve spolupráci s Úřadem vlády ČR, poskytuje tazatelům odpovědi na široké spektrum dotazů z oblasti ESI fondů a EU. Tazatelé mohou své dotazy pokládat buď telefonicky (bezplatně díky telefonní předvolbě 800), nebo prostřednictvím e-mailu, či on-line chatu umístěného na zastřešujícím webovém portálu [www.DotaceEU.cz](http://www.DotaceEU.cz). Linka je v provozu ve všední dny.

Veřejné zakázky, prostřednictvím nichž bude koncept realizován: Poptávkové řízení na zajištění lektorů, pronájmů sálů a občerstvení pro účastníky

komunikační aktivita / nástroj	cílová skupina/podskupina	specifikace	počet	harmonogram	indikativní rozpočet v Kč s DPH
<b>Semináře Eurocenter</b>	potenciální žadatelé, žadatelé a příjemci	Semináře na aktuální témata spojená s ESI fondy a to včetně tvorby video on demand seminářů.	60	2-6 a 9-12/2023	1.000.000
<b>Konzultace</b>	potenciální žadatelé, žadatelé a příjemci	Primární poradenství v oblasti ESI fondů v regionech.	dle potřeby klientů	1-12/2023	0*
<b>Linka Eurofon</b>	potenciální žadatelé, žadatelé a příjemci	Primární poradenství v oblasti ESI fondů po telefonní lince, prostřednictvím e-mailu a on-line chatu na webovém portálu <a href="http://DotaceEU.cz">DotaceEU.cz</a> .	dle potřeby klientů	1-12/2023	0*

\* Do plánu komunikačních aktivit nejsou zahrnuty náklady personálního zajištění zaměstnanci MMR ani provozní náklady (provoz kanceláří regionální informační sítě Eurocenter).

## 6. CELKOVÉ NÁKLADY A FINANCOVÁNÍ

	kategorie	částka v Kč s DPH
6.1	Mediální kampaně	28.620.000
6.2	Přílohy v denících	6.655.000
6.3	Eventy pro širokou veřejnost	14.200.000
6.4	Soutěže	500.000
6.5	Ostatní a podpůrné komunikační aktivity	12.453.000
6.6	Posílení absorpční kapacity prostřednictvím regionálních Eurocenter a Eurofonu	1.000.000
<b>CELKEM (indikativní náklady) VČETNĚ DPH</b>		<b>63.428.000</b>

Financování bude zajištěno primárně z projektů OPTP 2014-2020 na komunikační aktivity. V závěru roku může nastat překlopení financování do projektů OPTP 2021-2027.

Do plánu komunikačních aktivit nejsou zahrnuty náklady na personální zajištění zaměstnanci MMR ani provozní náklady (provoz kanceláří regionální informační sítě Eurocenter a Eurofonu).

## 7. EVALUACE A INDIKÁTORY

### Dotazníkové šetření

Po ukončení mediální kampaně bude realizováno dotazníkové šetření o povědomí široké veřejnosti o fondech EU s cílem aktualizovat hlavní a vedlejší indikátory a vyhodnotit efektivitu mediální kampaně.

### Evaluace

Průběžně bude probíhat interní sběr dat a průběžné vyhodnocování jednotlivých aktivit s cílem vyhodnotit plánované aktivity a případně rozvinout úspěšné koncepty. Kvalitativní nástroje (dotazníky, rozhovory) se uplatní při evaluaci eventů pro širokou veřejnost.

## Indikátory

V roce 2023 budou sledovány a naplňovány následující indikátory:

**Tab. č. 3: Indikátory výsledku**

kód národního číselníku	indikátor	měrná jednotka
80120	Míra informovanosti o fondech EU u cílových skupin	%
80110	Míra znalosti podpořených projektů u cílových skupin	%
80130	Míra povědomí široké veřejnosti o fondech EU	%

**Tab. č. 4: Indikátory výstupu**

kód národního číselníku	Indikátor	měrná jednotka	indikativní cíl pro rok 2023
82000	Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů a konferencí	Aktivita	<b>40</b>
60000	Celkový počet účastníků	Osoba	<b>20 000</b>
80001	Počet uspořádaných informačních a propagačních aktivit	Aktivita	<b>25</b>
80200	Počet vytvořených informačních materiálů	Unikátní materiál	<b>3</b> (publikace, leták)
80500	Počet napsaných a zveřejněných analytických a strategických dokumentů	Dokument	<b>1</b> (evaluační zpráva, zpráva z dotazníkového šetření)

## SEZNAM ZKRATEK

AbKap	Absorpční kapacita
CSJP	Cílová skupina jednotlivých programů
ČR	Česká republika
DG REGIO	Generální ředitelství EK pro regionální a městskou politiku
DoP	Dohoda o Partnerství
DPČ	Dohoda o pracovní činnosti
EK	Evropská komise
ESI fondy	Evropské strukturální a investiční fondy
EU	Evropská unie
M	Média
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
NOK	Národní orgán pro koordinaci
OKM	Oddělení komunikace MMR
OP	Operační program
OV	Odborná veřejnost
OPEFEU	Odbor publicity a evaluací fondů EU
OPTP	Operační program Technická pomoc
PO	Programové období
PS	Pracovní skupina
RKoP	Roční komunikační plán
ŘO	Řídící orgán
SKS	Společná komunikační strategie ESI fondů v ČR v PO 2014-2020
SŠ	Střední škola
ŠV	Široká veřejnost
ÚV ČR	Úřad vlády České republiky