



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
Integrovaný regionální operační program



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Roční komunikační plán

IROP 2018

Verze 1.0



vypracovala:

Ing. Martina Juřicová, oddělení podpory OP

schválil dne 27. 22. 2017:

Ing. Rostislav Mazal, ředitel Řídicího orgánu IROP

schváleno dne 29. 11. 2017 Monitorovacím výborem IROP



Seznam zkratk:

CLLD	Komunitně vedený místní rozvoj
CMS	Content Management System (Systém 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
FB	Facebook
FN IROP	Finanční nástroj IROP
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
OOH	Out Of Home. Forma reklamy, které působí mimo domov cílové skupiny
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.....	16
3. Cílové skupiny a komunikační cíle.....	18
3.1. Komunikační témata pro rok 2018.....	18
3.2. Cílové skupiny.....	19
3.3. Komunikační cíle z hlediska času a cílových skupin.....	22
3.4. Rizika v souvislosti s plněním komunikačních plánů.....	23
3.5. Komunikace integrovaných nástrojů ZS ITI.....	24
4. Odpovědnost za plnění komunikačních aktivit.....	26
5. Evaluace a indikátory.....	27



1. Manažerské shrnutí

Roční komunikační plán Integrovaného regionálního operačního programu pro rok 2018 (dále jen RKOI IROP 2018) je **klíčovým dokumentem** shrnujícím strategii komunikačních a marketingových aktivit prováděných ŘO IROP a zprostředkujícím subjektem IROP – Centrem pro regionální rozvoj ČR (dále jen Centrum). Tak jako každý kvalitní plán, obsahuje i tento tři části: čeho chceme dosáhnout, jak toho dosáhneme a jakým způsobem budeme měřit úspěšnost našich aktivit. RKOI IROP 2018 je vytvářen na základě povinnosti stanovené v článku 115 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013, která ukládá řídicím orgánům **vypracovat komunikační strategii** a tím **zajišťovat publicitu IROP v programovém období 2014–2020**. RKOI IROP 2018 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 RKOI IROP 2018 jsou definována **komunikační témata a nástroje** zvolené pro splnění nastavených cílů a indikátorů pro ŘO IROP a ZS IROP – Centra.

RKOI IROP 2018 **navazuje a rozvíjí** komunikační aktivity, které byly v plné či omezené míře realizovány v předchozím roce. RKOI IROP 2018 doznal změn **ve struktuře** dokumentu, jejichž účelem je zjednodušení a zlepšení orientace v textu. Cílem těchto změn je přehledně sdělit, jaké aktivity jsou plánovány na rok 2018, jakými prostředky budou realizovány a komu budou určeny. Neméně důležitou informací je provázání plánovaných aktivit na rok 2018 s komunikačními prioritami KoP IROP a komunikačními cíli SKS ESIF. Tyto informace jsou obsaženy v logickém rámci na str. 19. Stručný popis jednotlivých aktivit vč. rozpočtu, harmonogramu a výstupů je uveden v tabulce od str. 6. Tato tabulka byla dále rozšířena o údaje týkající se např. způsobu doložení ceny nebo způsobu pořízení, neboť RKOI IROP slouží jako podklad pro vypracování projektu na financování komunikačních aktivit z technické pomoci IROP.

Rok 2018 je čtvrtým rokem implementace programu a lze očekávat nejenom nárůst individuálních projektů v realizaci, ale i nárůst výzev v integrovaných nástrojích a dokončených projektů. Tomuto faktu byla způsobena komunikační témata a nástroje komunikace.

Pro rok 2018 jsou stanovena 2 hlavní komunikační témata, a to „**Výzvy IROP**“ a „**Úspěšné projekty IROP v kontextu ESIF**“. První komunikační téma je určeno potenciálním žadatelům, žadatelům a zejména příjemcům. Cílem je **budovat absorpční kapacitu u otevřených výzev a poskytovat informační servis žadatelům a příjemcům**. Během roku 2018 budou vyhlášeny zbývající **výzvy v integrovaných nástrojích**, spustí se **finanční nástroj IROP** a těžiště komunikačních aktivit se přenesou směrem k příjemcům, kterým je nutné **poskytovat relevantní informace za účelem úspěšného ukončení projektů**. Toto komunikační téma bude komunikováno ověřenými komunikačními kanály, zejména přímou komunikací: **semináře, poskytování konzultačního servisu prostřednictvím osobních konzultací a e-mailů, letáků a brožur a nových webových stránek IROP**. Také **Zpravodaj IROP** si mimo jiné klade za cíl přinášet příjemcům užitečné informace a tipy k realizaci projektů. U výzev s pomalým tempem čerpání bude přistoupeno k individuálním komunikačním aktivitám dle aktuální potřeby a situace. Jedná se zejména o výzvu zaměřenou na zateplování.



Druhé komunikační téma IROP pro rok 2018 „**Úspěšné projekty IROP v kontextu ESIF**“ je primárně zaměřeno na **širokou veřejnost**, nicméně další cílovou skupinou jsou rovněž potenciální žadatelé, žadatelé a příjemci, kteří se prostřednictvím komunikace tohoto tématu mohou dozvědět o projektech podpořených z dosavadních výzev v IROP a načerpat inspiraci pro své připravované aktivity. Komunikační téma „Úspěšné projekty IROP v kontextu ESIF“ bude komunikováno prostřednictvím **mediální kampaně s využitím zejména mediotypu TV**, který je nejvhodnějším médiem k oslovení široké veřejnosti, a dále **internetu, tisku a rádia**. Kromě mediálních kampaní bude připravena **brožura ukončených projektů** a putovní výstava (pracovní název – 1. poločas IROP). Za účelem zajištění těchto obrazových výstupů budou i v roce 2018 pořizovány **fotografie ukončených projektů**. Kromě fotografií jsou v plánu i **krátké reportáže (videa) s příjemci** a uživateli projektu, které budou sdíleny na internetu, sociálních sítích a streamovacích médiích. Vzhledem k tomu, že jednotlivé operační programy jsou pod rozlišovací schopnosti obecné veřejnosti, bude toto téma komunikováno tak, aby akcentovalo přínos ESIF, evropských fondů/Evropské unie jako celku, nicméně vždy bude také uvedena informace o IROP.

Propagaci IROP realizuje i **zprostředkující subjekt IROP – Centrum**, které ve svých aktivitách navazuje na předchozí roky a zaměřuje se zejména na poskytování informací žadatelům a příjemcům prostřednictvím realizace množství seminářů a individuálních konzultací, vydáváním vlastního periodika v tištěné a elektronické podobě, dále vydáváním elektronického newsletteru, tiskových zpráv, přípravou letáků či účastí na tematických veletrzích. Novinkou pro rok 2018 je zaměření se na dosud nevyužívaný segment dětí, a to prostřednictvím spolupráce s organizací Junák formou soutěže a propagace IROP a projektů ve školách, které byly podpořené z IROP, prostřednictvím propagačních předmětů. Další aktivitou je spolupráce s Národním památkovým ústavem u památek, jejichž rekonstrukce bude podpořena z IROP.

Novým aktérem v propagaci IROP je realizace komunikačních aktivit ze strany **zprostředkujících subjektů integrovaných teritoriálních investic (ZS ITI)**. Vzhledem k zahájení komunikačních aktivit v roce 2017 se jedná o aktivity malého rozsahu financované z vlastních rozpočtů, případně z rozpočtu TP IROP. ŘO IROP bude tyto aktivity monitorovat a zváží jejich využitelnost pro propagaci IROP.

Důležitou aktivitou je propagace **Finančního nástroje IROP** (dále jen FN). Hlavní podíl komunikačních aktivit však ponese správce FN. ŘO IROP zajistí komunikaci FN nástroje dle aktuálního stavu mediální kampaně.



Vzhledem k tomu, že programové období ESIF je již za polovinou je nutné zintenzivnit komunikační aktivity a postupně přesunout hlavní těžiště komunikačních aktivit z mobilizace absorpční kapacity na příjemce a realizační fázi projektů a prezentaci přínosů projektů pro širokou veřejnost.

Komunikační aktivity ŘO IROP	Spoluprac. subjekty	Plánované období realizace	Cílová skupina	Celkové výdaje v Kč vč. DPH 2018	Způsob stanovení ceny	Typ zakázky	Výstup	Zdroj financ.	Kód NČI
Mediální kampaň (témata IROP: Zateplování a Památky) – tvorba spotů pro TV a pořízení mediálního prostoru ve vybraných mediátypech (TV, internet, tisk, rádio). Realizace kampaně byla přesunuta z roku 2017 do roku 2018 z důvodu časové a administrativní náročnosti přípravy veřejných zakázek. Vzhledem k posunutí kampaně došlo k navýšení rozpočtu na mediální prostory o 16 mil. Kč za účelem intenzivnějšího zásahu cílové skupiny. Aktivita obsahuje kreativní zajištění kampaně a pořízení mediálních prostor	-	1. – 2. čtvrtletí 2018	veřejnost (občané ČR 15+)	42 955 000	na základě obdobné zakázky realizované Oddělením publicity EU MMR, navýšení na základě expertního stanoviska	2 VZ: Kreativní návrh a produkční zajištění kampaně IROP, Nákup mediálního prostoru pro kampaň IROP	1 soubor mediální kampaň (2 TV spoty, 900 TRPs TV Zateplování, 850 TRPs TV Památky, 200 TRPs rádio Zateplování, 180 TRPS rádio Památky, 41 mil. zobrazení Zateplování, 38,9 mil. zobrazení Památky, 15 000 PPC Zateplování, 14 000 PPC Kultura, 100 TRPs tisk Zateplování	TP IROP	80103



<p>Webové stránky IROP</p> <p>Vzhledem k prodloužení průběhu veřejné zakázky na pořízení nového webu IROP došlo k přesunu finančních prostředků do roku 2018.</p> <p>V rámci této aktivity vznikne nový web IROP, který umožní pohodlnou orientaci všem cílovým skupinám: žadatelům, příjemcům, médiím a široké veřejnosti. Celkové náklady zahrnují tvorbu webu, licenci CMS, programátorské a redakční práce, servisní služby, helpdesk apod.</p>	<p>Oddělení publicity EU MMR, Oddělení komunikace MMR</p>	<p>1. – 4. čtvrtletí 2018</p>	<p>Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci, veřejnost (občané ČR 15+), média</p>	<p>3 150 000</p>	<p>na základě smlouvy a odhadu redakčních a programátorských prací na 1 rok</p>	<p>VZ: Vytvoření a servisní podpora webových prezentací Ministerstva pro místní rozvoj - realizováno</p>	<p>1 web IROP</p>	<p>TP IROP</p>	<p>80103</p>
<p>Semináře a workshopy (centrální semináře pro žadatele a příjemce k vyhlášeným výzvám IROP, tematické semináře dle potřeby). Na rok 2018 je v plánu vyhlášení 2 výzev, nicméně mohou být realizovány ad hoc semináře dle potřeby, např. pro IN, sdílení best practice, atd, proto je stanovena rezerva 10 dodatečných seminářů, celkem tedy 12 seminářů v roce 2018.</p>	<p>Centrum/Oddělení publicity EU MMR</p>	<p>1. – 4. čtvrtletí 2018</p>	<p>Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci</p>	<p>598 000</p>	<p>na základě průměrných výdajů za rok 2017 na 1 seminář + 10 % navýšení, zaokrouhloeno na cele tis. nahoru</p>	<p>přímý nákup</p>	<p>12 seminářů/workshopů</p>	<p>TP IROP</p>	<p>82000</p>
<p>Poskytování konzultačního servisu cílovým skupinám - pro dosažení optimální informovanosti cílových skupin o IROP.</p> <p>Tato aktivita je realizována prostřednictvím osobních a e-mailových konzultací.</p>	<p>Centrum, ZS ITI, MAS</p>	<p>1. – 4. čtvrtletí 2018</p>	<p>Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>360 zodpovězených e-mailových dotazů/rok (30 dotazů/měsíc)</p>	<p>-</p>	<p>-</p>



<p>Grafické zpracování, tvorba obsahu Zpravodaje IROP a tvorba obsahu nad rámec Zpravodaje IROP</p> <p>V roce 2018 budou vydány 4 čísla Zpravodaje IROP obsahující vždy 1 článek zajištěný dodavatelsky. Dále bude vytvořeno 10 článků zaměřených na úspěšné projekty IROP. Celkem v rámci této aktivity vzniknou: 4 grafické zpracování Zpravodaje IROP, 4 články vč. fotoreportáže a 6 článků.</p> <p>Každé vydání Zpravodaje 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. K dispozici bude také tištěná verze Zpravodaje. Jedná se o změnu oproti původnímu plánu realizovat grafické služby vč. Zpravodaje IROP formou VZMR. Vzhledem k pořízení obsahu se bude jednat o odlišnou aktivitu.</p>	-	1. – 4. čtvrtletí 2018	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci	480 000	průzkum trhu	přímý nákup, zajištění služby na 2 roky	4 grafické zpracování Zpravodaje IROP, 4 články pro zpravodaj IROP vč. fotoreportáží, 3 články (nad rámec Zpravodaje) – vše za 1 rok	TP IROP	80200
<p>Tiskové zprávy</p> <p>Tiskové zprávy (TZ) jsou tradičním nástrojem šíření informací o IROP mezi médii. Je plánována příprava minimálně 12 tiskových zpráv (1 TZ měsíčně)</p>	Oddělení komunikace MMR	1. – 4. čtvrtletí 2018	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci, veřejnost (občané ČR 15+), média	-	-	-	12	-	80200



<p>Grafické služby - grafické zpracování dalších materiálů dle potřeb IROP (vyjma Zpravodaje IROP)</p> <p>V rámci této aktivity budou realizovány např. letáky, brožury, pozvánky a programy na akce, titulní stránky bloků a sešitů a ad hoc zpracování dalších materiálů dle aktuálních potřeb ŘO IROP. Bylo ustoupeno od původního záměru realizovat VZMR na delší časové období z důvodů možnosti větší flexibility při nespokojenosti s dodavatelem graf. služeb.</p>	-	1. – 4. čtvrtletí 2018	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	200 000	na základě výdajů za rok 2017 + 10 % navýšení	přímý nákup	10 letáků, 1 brožura, 1 závěsný kalendář, 1 stolní kalendář, 3 pozvánky, 1 návrh titulních stránek, 5 drobnější grafika (banner, FB), 1 novoročenka	TP IROP	80200
<p>Fotografické služby</p> <p>Předpokládá se nafocení 50 ukončených projektů či akcí souvisejících se slavnostním ukončením projektů. Fotografický materiál bude využit do dalších propagačních materiálů IROP (brožury, letáky, Zpravodaj). Plánovaný počet nafocených projektů (66) v roce 2017 nebyl dosažen z důvodu omezeného okruhu témat ukončených projektů. Výběr projektů k nafocení bude koordinován s Centrem, aby nedošlo k pořízení duplicitních snímků.</p>	Centrum	1. – 4. čtvrtletí 2018	veřejnost (občané ČR 15+), média	333 000	na základě výdajů za rok 2017 + 10 % navýšení	přímý nákup	1 soubor fotografií (50 projektů)	TP IROP	80103



Videoreportáže a rozhovory s příjemci. Pořízení krátkých videí, délka max. do 10 minut, rozhovor s příjemci a uživateli výsledků projektu, záběry projektu. Videá budou uveřejňována na sociálních sítích (FB, YouTube) webu IROP a k vizuálním prezentacím na akcích. Předpokládá se pořízení 8 videorozhovorů.	-	1. – 4. čtvrtletí 2018	občané ČR 15+	480 000	průzkum trhu	přímý nákup	1 soubor videorozhovorů (8 projektů)	TP IROP	80103
Putovní výstava fotografií – 1. poločas IROP (pracovní název). Ve vybraných městech budou umístěny ve veřejných prostorech velkoformátové fotografie projektů v nepromokavém provedení. Provedení se předpokládá ve vybraném městě v jednotlivých NUTS, kde budou prezentovány pouze fotografie projektů realizované v daných regionech NUTS. Cílem je seznámit návštěvníky s projekty realizovanými v jejich blízkém okolí. Je plánována realizace minimálně 6 výstav.	-	1. – 4. čtvrtletí 2018	občané ČR 15+	480 000	průzkum trhu	přímý nákup	6 výstav	TP IROP	80103
Výroční konference - jedná se o každoroční akci, která slouží k představení IROP a jeho výsledků a jako platforma pro sdílení zkušeností v oblasti implementace projektů ve vybrané oblasti IROP.	-	3. – 4. čtvrtletí 2018	Žadatelé, příjemci	300 000	na základě zkušeností a výdajů z předchozích let	přímý nákup	1 konference	TP IROP	82000
Propagační předměty a tiskoviny - slouží jako drobný dárek a zároveň slouží ke zvyšování povědomí o IROP a budování pozitivního vnímání IROP.	-	1. – 4. čtvrtletí 2018	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé),	960 000	na základě výdajů za rok 2017 a odhadu plánovaného	VZMR "Propagační předměty pro IROP", rámcová smlouva na 4 roky	26 druhů	TP IROP	80200



Bude přihlíženo k praktičnosti takovýchto předmětů/tiskovin a také vhodnosti vzhledem k zaměření IROP. Aktivita je včetně grafických prací.			příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)		počtu pořizovaných předmětů				
Propagační předměty a tiskoviny – slouží jako drobný dárek a zároveň slouží ke zvyšování povědomí o IROP a budování pozitivního vnímání IROP. Bude přihlíženo k praktičnosti takovýchto předmětů/tiskovin a také vhodnosti vzhledem k zaměření IROP. Aktivita je včetně grafických prací.	-	1. – 4. čtvrtletí 2018	žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	960 000	na základě výdajů za rok 2017 a odhadu plánovaného počtu pořizovaných předmětů	VZMR "Propagační předměty pro IROP", rámcová smlouva na 4 roky	26 druhů	TP IROP	80200
V roce 2018 budou FB stránky v realizaci již druhým rokem a postupně si budují fanouškovskou základnu. Jsou uveřejňovány hlavně informace o realizovaných projektech z IROP, úspěšné projekty z IOP, nabídky práce nebo informace a aktuality o EU.	Oddělení komunikace MMR	2. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	-	-	-	1 FB stránka	-	80200
Stánek konference ISSS Účast na ISSS konferenci je prestižní záležitostí, na které je propagován IROP s důrazem na SC 3.2 za účasti odborné veřejnosti v oblasti eGovernmentu. Stánek IROP bude prezentován 2. rokem.	-	2. čtvrtletí 2018	Potenciální žadatelé/žadatelé/příjemci/médi a/občané ČR 15+	170 500	na základě zkušeností z předchozích let a maximálního limitu způsobilých výdajů dle Specifických pravidel	přímý nákup	1 stánek na konferenci ISSS	TP IROP	80103



Provoz webu kvalitazivota.eu Vzhledem k prodloužení průběhu veřejné zakázky na pořízení nového webu IROP bude zajištěna funkčnost webu kvalitazivota.eu během 1. kvartálu 2018, aby byla zajištěna kontinuita informací při migraci dat z kvalitazivota.eu na nový web IROP.	-	1. čtvrtletí 2018	veřejnost (občané ČR 15+), média	2 800	na základě výdajů za rok 2017 + 10 % navýšení	přímý nákup	provoz webové stránky	TP IROP	-
Ad hoc komunikační aktivity IROP. Jedná se o aktivity, které nebylo možné při přípravě RKoP v roce 2017 předpokládat. Jedná se například o drobnou ad hoc inzerci dle aktuálních potřeb nebo placenou prezentaci na konferencích (stánek).	-	1. – 4. čtvrtletí 2018	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	500 000	na základě výdajů za rok 2017 a odhadu možných aktivit	přímý nákup	6 výstupů	TP IROP	-
Adhoc komunikační aktivity Oddělení publicity EU MMR	Oddělení publicity EU MMR	1. – 4. čtvrtletí 2017 a 2018	veřejnost (občané ČR 15+), média	-	-	-	-	-	-
Celkem	-		-	50 609 300	-	-	-	-	-



Návrh komunikačních aktivit včetně harmonogramu a indikativních výdajů, cílových skupin a výstupů aktivit Centra pro regionální rozvoj ČR pro rok 2018:

Komunikační aktivity Centra	Spolupracující subjekty	Období realizace	Cílová skupina	Počet	Zdroj financ.	Kód NČI	Způsob stanovení ceny	Celkové výdaje v Kč včetně DPH
Tiskové zprávy Tisková zpráva (TZ) je jedním ze základních nástrojů komunikace Centra se sdělovacími prostředky a je vydávána pouze k zásadním událostem týkajícím se činnosti organizace. Je plánováno vydání 8 TZ		1. – 4. čtvrtletí 2018	Média	8	-		-	0
PR články v tištěných odborných, všeobecných a zájmových médiích TZ budou doplněny deseti PR články směřovanými na laickou i profesně zaměřenou širokou veřejnost k jednotlivým specifickým cílům (typově například Panelák, Ateliér, Bydlet v panelu, Okolo bytu, Obec a finance, atd.)	ŘO IROP	1. – 4. čtvrtletí 2018	Veřejnost (široká veřejnost), žadatelé (potenciální žadatelé)	10	TP IROP	80200	na základě výdajů za roky 2016/2017 (s drobnou rezervou)	250 000
E-newsletter V roce 2018 se plánuje realizovat vydání 12 e-newsletterů (každý měsíc) věnovaných informacím o aktualitách z programu IROP, a činnosti Centra. Konkrétní obsah bude přizpůsoben aktuální problematice.		1. – 4. čtvrtletí 2018	Veřejnost (široká veřejnost), žadatelé (potenciální žadatelé), příjemci	12	TP IROP	80200	tabulka cen na webu poskytovatele služby	40 000
Vlastní periodikum „Včera, dnes a zítra – Newsletter Centra pro regionální rozvoj České republiky“ V roce 2018 budou vydána tři čísla občasníku Centra „Včera, dnes a zítra“ (s označením „Newsletter“ na titulní straně) věnovaná programu IROP. Konkrétní obsah bude přizpůsoben aktuální problematice.	ŘO IROP	1. - 4. čtvrtletí 2018	Příjemci, žadatelé	3	TP IROP	80200	na základě výdajů za jednotlivé newslettery v letech 2016/2017	180 000
Letáky, plakáty Centrum předpokládá výrobu 6 letáků reagujících na aktuální situaci (veletrhy, potřeba informovat o změnách ve výzvách apod.).		1. – 4. čtvrtletí 2018	Příjemci, žadatelé	6	TP IROP	80200	na základě výdajů za jednotlivé letáky v letech 2016/2017 (s rezervou)	90 000
Veletrhy Centrum v roce 2018 předpokládá účast na několika veletrzích tematicky odpovídajících vyhlášeným výzvám IROP - dle aktuální situace (a vyhlášených výzev)	ŘO IROP	1. - 4. čtvrtletí 2018	Příjemci, žadatelé, veřejnost (široká veřejnost)	4	TP IROP	82000	na základě cen za roky 2016/2017	250 000
Fotografické materiály (dokončení aktivity z roku 2017) V roce 2018 bude dokončena aktivita Fotografické materiály započatá v roce 2017. S fotografiemi pak bude dále pracováno, např. v kalendáři, brožurách, letáčích apod. Předpokládá se nafočení 8 projektů.	ŘO IROP	1. – 2. čtvrtletí 2018	Příjemci, žadatelé, veřejnost (široká veřejnost)	8	TP IROP	80200	ceny stanovené dle současných smlouvy s fotografem	150 000



<p>Fotografické materiály II (navazující aktivita)</p> <p>V roce 2018 bude dokončena aktivita Fotografické materiály započatá v roce 2017. S fotografiemi pak bude dále pracováno, např. v kalendáři, brožurách, letáčích apod. Centrum plánuje vyhlášení navazující aktivity, která bude plněna v letech 2018 – 2020, a kde budou zdokumentovány projekty z různých prioritních os IROP. Předpokládá se nafocení 12 projektů.</p>	ŘO IROP	3. čtvrtletí 2018 – 2. čtvrtletí 2019	Příjemci, žadatelé, veřejnost (široká veřejnost)	15	TP IROP	80200	na základě výdajů za rok 2017 (+ 10 % rezerva)	110 000
<p>Propagační předměty</p> <p>Pořízení propagačních předmětů, které budou využity na veletrzích, eventech, seminářích, jednáních, atd. Je plánováno pořízení 25 druhů propagačních předmětů.</p>		1. – 4. čtvrtletí 2018	Příjemci, žadatelé, veřejnost (široká veřejnost)	25	TP IROP	80200	průzkum trhu	1 980 000
<p>Podpora projektů pro předškolní vzdělávání (výzvy č. 14 a 15)</p> <p>Vybrané projekty (v každém kraji, pokud budou realizovány) podpořené ve výzvách IROP č. 14 „Infrastruktura pro předškolní vzdělávání“ a č. 15 „Infrastruktura pro předškolní vzdělávání v sociálně vyloučených lokalitách“ obdrží sadu dětských reflexních vest zakoupených v rámci aktivity Propagační předměty.</p>		1. – 4. čtvrtletí 2018	Příjemci, veřejnost (široká veřejnost)	3	TP IROP		-	0
<p>Spolupráce s organizací pro děti a mládež</p> <p>Cílem této aktivity je realizace soutěže vyhlášené ve skautském tisku, který by obsahoval článek přibližující smysl EU a ESI fondů; zároveň by byla v časopise vyhlášena soutěž. Na ceny do soutěže je plánováno využití propagačních předmětů, které budou mít k celé akci synergický efekt.</p>		2. – 4. čtvrtletí 2018	Veřejnost (dětská veřejnost 6-15)	1	TP IROP		-	0
<p>Spolupráce s NPÚ</p> <p>Z fondu IROP byla/bude spolufinancována oprava či revitalizace řady kulturních památek v majetku státu, spravovaných NPÚ (výzva IROP č. 13 a č. 52). Kulturní památky ve správě NPÚ jsou veřejností pozitivně vnímány a jejich návštěvnost každoročně stoupá. Centrum využije existujících komunikačních kanálů pro realizaci následujících aktivit Den s IROP: Na nejméně 4 vybraných památkách proběhne přímá komunikace – každý návštěvník ve vybraný den obdrží propagační předmět IROPu – Centra a infomateriály. Akce se zúčastní pracovníci Centra (pobočky). Akce bude zajištěna pracovníky Centra a mobilního propagačního stánku zakoupeného v rámci aktivity Promo stánky (viz níže).</p>		2. – 4. čtvrtletí 2018	Veřejnost (široká veřejnost)	1	TP IROP		-	0



<p>Distribuce propagačních a informačních předmětů návštěvníkům na akcích NPÚ: NPÚ na základě smlouvy o partnerství bude na vlastních kulturních a dalších akcích ve svých objektech používat propagační předměty, dodané Centrem. Zpětnou vazbou bude monitoring z těchto akcí (datum, název a místo akce, počet účastníků, typ akce – soutěž, spec. prohlídka, dětský den, dny Evropské kultury apod.)</p>								
<p>Promo stánky IROP</p> <p>Bude pořízen přenosný mobiliář pro eventy spojené s IROP (promo stánek, stojany na letáky, skládací křesla). Promo stánek by obdrželo 13 územních odborů Centra. Využití: eventy v terénu, pořádání seminářů (stánek může být umístěn před sálem apod.).</p>		2. – 3. čtvrtletí 2018	Veřejnost (široká veřejnost)	4	TP IROP	80200	průzkum trhu	70 000
<p>Centrální a regionální semináře Centra pro žadatele a příjemce</p> <p>Je plánováno 80 seminářů. Tyto semináře obsahově zajišťuje Centrum, organizačně se na jejich zajištění podílí krajská síť Eurocenter. Jako další aktivity v území jsou plánovány workshopy zaměřené na různé fáze administrace projektu (hodnocení a výběr projektů, realizace projektů, předkládání žádostí o platbu, udržitelnost) a dále na průřezová témata.</p>		1. – 4. čtvrtletí 2018	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci	80	-		-	0
<p>Výroční konference</p> <p>Je plánována organizace sedmi výročních konferencí, jejichž cílem je představení činnosti pracovišť Centra v územích NUTS II a prezentace dosažených výsledků programu IROP. Jedná se o konference konané v Ostravě (území NUTS II Moravskoslezsko), Ústí nad Labem (Severozápad), Plzni (Jihozápad), Hradci Králové (Severovýchod), Praze (Střední Čechy a Praha), Brně (Jihovýchod) a Olomouci (Střední Morava). Předpokládaná účast je průměrně 120 účastníků na konferenci. Účastníky konferencí budou primárně partneři oslovení přímo pracovišti Centra.</p>		3. – 4. čtvrtletí 2018	Veřejnost (široká veřejnost), příjemci, žadatelé (potencionální žadatelé)	7	TP IROP	80200	podle ceny výročních konferencí v roce 2017 (+ rezerva)	450 000
<p>Individuální konzultace</p> <p>Individuální konzultace budou probíhat v souladu s přílohou B.8-4 Operačního manuálu IROP – Konzultační servis IROP. Součástí konzultačního servisu je i monitorovací systém MS2014+.</p>		1. – 4. čtvrtletí 2018	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci	-	-		-	0
<p>Celkem Kč včetně DPH</p>								3 570 000



Celkové náklady na komunikační aktivity ŘO	50 609 300 Kč
Celkové náklady na komunikační aktivity Centra	3 570 000 Kč
Celkové náklady na komunikační aktivity IROP	54 179 300 Kč

2. Popis výchozí situace

RKoP IROP 2018 navazuje na započaté aktivity v předchozích letech. Jedná se zejména o pořízení webových stránek IROP a mediální kampaň, jejichž realizace začala v roce 2017 a bude ukončena v roce 2018. Důvodem tohoto prodloužení jsou veřejné zakázky, jejichž příprava a administrace je časově a odborně náročná. Tato náročnost také rovněž limituje množství a rozsah plánovaných aktivit. Výsledkem jsou pak aktivity drobnějšího rozsahu, aby bylo zajištěno splnění části komunikačních aktivit v daném roce.

V dalších komunikačních aktivitách, které jsou realizovány každoročně, se bude jednat zejména o tvorbu newsletteru Zpravodaj IROP v elektronické (odesláno na cca 5 000 emailových adres) a tištěné verzi (cca 200 kusů), grafické zajištění brožury, letáků a dalších podkladů podle aktuálních potřeb, zajištění fotografické dokumentace ukončených projektů, poskytování konzultačního servisu cílovým skupinám, semináře pro žadatele a příjemce, pořízení a distribuce propagačních předmětů IROP či vytváření tiskových zpráv.

Za rok 2017 lze hodnotit jako **nejúspěšnější komunikační aktivity ŘO IROP** následující:

1. semináře pro žadatele k výzvam a individuální konzultace, které potvrzují důležitost přímé komunikace s primárními cílovými skupinami IROP,
2. on-line newsletter Zpravodaj IROP, který je vhodným nástrojem pro distribuci aktuálních informací ohledně IROP a u kterého došlo k výraznému zlepšení grafického vizuálu,
3. pravidelná aktualizace microsite IROP (včetně FAQ – otázek a odpovědí).
4. uveřejňování množství aktualit a tiskových zpráv na microsite IROP a došlo také ke zlepšení čtivosti příspěvků na webu.

Vhodným doplňkem komunikačních aktivit jsou **konference zaměřené na témata podporovaná v IROP**. Jedná se o platformu, která umožňuje setkání zástupců odborné veřejnosti, sdílení zkušeností mezi účastníky a networking. Rovněž slouží jako zdroj podnětů pro ŘO IROP. V roce 2017 takto byla realizována **Výroční konference Kulturní dědictví ze strukturálních fondů**. Cílem konference bylo informovat účastníky z řad zástupců obcí, krajů, ministerstev a jejich příspěvkových



organizací, církví, vlastníků památek, muzeí, knihoven a odborné veřejnosti o projektech k zachování, ochraně a rozvoji kulturního dědictví České republiky, které jsou financovány v období 2014-2020 prostřednictvím IROP, ale také zhodnotit již zrealizované projekty revitalizace památek financovaných z předchozího programového období 2007-2013 v rámci Integrovaného operačního programu. Výroční konference je plánována i na rok 2018. Téma této konference bude stanoveno na jaře 2018 na základě vývoje realizace v jednotlivých specifických cílech programu.

Kromě hlavních aktivit, které jsou součástí RKO IROP 2018, budou opětovně v průběhu roku 2018 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 navázat na započaté aktivity se stakeholdery (zainteresovanými stranami) v daných oblastech.

V roce 2017 představil ŘO IROP **piktogramy IROP**, které vycházejí z piktogramů IOP – Kvalita života. Původních 5 piktogramů bylo rozpracováno a doplněno na 7 piktogramů s cílem zachovat kontinuitu vizuální prezentace z IOP na IROP. Piktogramy jsou využívány např. ve Zpravodaji IROP, na propagačních předmětech, letáčích a další vizuální komunikaci. Cílem vizuální prezentace piktogramů je prezentovat nejzákladnější marketingové rozdělení oblastí podpory z IROP a seznámit veřejnost s tím, že z IROP je podpořena široká paleta projektů.

V roce 2017 nebylo dokončeno plánované **spuštění nového webu IROP**, které bylo přesunuto na začátek roku 2018. Hladký přechod a fungování nového webu IROP je prioritou ŘO IROP. Nový web IROP bude obsahovat na stránce „Projekty“ piktogramy IROP, čímž bude zajištěna kontinuita a synergie piktogramů IROP.

Rok 2018 je čtvrtým rokem implementace IROP a očekává se **rozšíření témat prezentace dokončených projektů**. Doposud byly ukončeny projekty z oblasti zateplování, silnic a integrovaného záchranného systému. Tedy u výzev, které byly vyhlášeny mezi prvními, či u projektů, které nebyly náročné na realizaci. Rozšíření témat ukončených projektů z atraktivní výstupy realizovaných komunikačních aktivit. Nicméně na výsledky jednoho z neatraktivnějších témat IROP – kulturní památky nebo velké investiční akce - bude nutné počkat minimálně do dalšího roku (2019).

V souvislosti s nárůstem počtu schválených projektů je nutné se zaměřit na kvalitní **informační servis vůči příjemcům, zejména v oblasti zakázek a žádostí o platbu**, aby administrace všech úkonů ze strany jak příjemců, tak zprostředkujících subjektů probíhala co nejplynuleji.

Postupně také dochází k **přesunu propagace výzev IROP k výzvám IN**. Vzhledem k tomu, že první výzvy integrovaných nástrojů ZS ITI byly vyhlášeny v roce 2017, nebyl z důvodu zahájení těchto aktivit kladen důraz na publicitu. V roce 2018 by však již propagace IN, zejména propagace schválených projektů, měla být součástí propagačních aktivit jak ŘO IROP, tak zprostředkujících subjektů (Centrum a jednotlivé městské aglomerace).

ŘO IROP se i nadále bude soustředit na hledání možností **propagace výzvy v oblasti zateplování**, která vykazuje pomalejší tempo čerpání nad rámec plánované mediální kampaně. Jedná se o hlavně



o bezplatnou inzerci v rámci lokálních tištěných médií a drobnou inzerci na tematicky zaměřených webech.

V roce 2018 se také očekává spuštění **Finančního nástroje IROP (FN IROP)**. Značná část publicity a propagace bude zajištěna správcem FN IROP, nicméně bude nutné připravit zahajující informační kampaň do doby, než své aktivity zahájí vybraný správce FN IROP.

3. Komunikační cíle a cílové skupiny

3.1. Komunikační témata pro rok 2018

Pro rok 2018 byla pro propagaci IROP definována následující 2 komunikační témata:

1. Výzvy IROP

V rámci prvního tématu je 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 2018 bude značné množství projektů v realizaci, budou konzultace a semináře 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 jejich prevence.

Zvláštní důraz bude kladen na **propagaci zjednodušené výzvy zaměřené na zateplování** s cílem navýšit počet předložených žádostí. Do tohoto tématu spadá **podpora při zahájení realizace finančního nástroje IROP**, přičemž se předpokládá, že hlavní podíl komunikačních aktivit zrealizuje správce FN. Předpokládané zahájení poskytování podpory z FN IROP prostřednictvím správce je plánováno na srpen 2018. V případě, že dojde vlivem nepředvídatelných okolností k souběhu propagace FN IROP a mediální kampaně, bude propagace FN IROP zapojena do mediální kampaně. Případné další komunikační aktivity nad rámec kampaně budou ze strany IROP řešeny v rámci výdajů na ad hoc aktivity, např. drobná inzerce v tisku, na internetu a na FB a brožury.

2. Úspěšné projekty IROP v kontextu ESIF

Druhé komunikační téma je zaměřeno na vybudování povědomí u veřejnosti (občané ČR 15+) o projektech IROP jako **kvalitních a úspěšných** efektech dosažených prostřednictvím financování



z ESIF/EU fondů. Stěžejní aktivitou tohoto tématu je **mediální kampaň realizovaná v TV, tisku, rádiu a na internetu**. Kampaň představí 2 témata IROP, a to **zateplování a kulturní památky**. Cílem kampaně je zvýšit povědomí o IROP, jak IROP přispívá ke zkvalitnění života v ČR, ukázat úspěšné a kvalitní projekty a v případě tématu zateplování zvýšit zájem o podporu v této oblasti. Kampaň byla plánována na rok 2017, avšak vzhledem ke zdržení z důvodu administrativní a časové náročnosti přípravy veřejných zakázek byla přesunuta na rok 2018. Společně s posunutím kampaně bylo na základě vyjádření experta v oblasti marketingu a propagace přistoupeno k navýšení částky na pořízení mediálních prostor za účelem intenzivnějšího zásahu cílové skupiny kampaní.

Pozitivní přínosy IROP ve formě prezentace kvalitních a zajímavých projektů budou komunikovány dalšími prostředky, např. **výstavami fotografií** projektů ve městech vybraných NUTS 2 a pořízením **videorozhovorů** s příjemci a uživateli projektů.

3.2. Cílové skupiny

Výše uvedená 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.

Propojení komunikačních témat stanovených na rok 2018 s Komunikačním plánem IROP a SKS je znázorněno v logickém rámci níže, který obsahuje rozpad až na jednotlivé aktivity a jejich nástroje. Jednotlivé aktivity jsou očíslovány a seřazeny podle důležitosti. K jednotlivým aktivitám je pak pod stejným číslem přiřazen nástroj/nosič aktivity a také cílová skupina. Je nutné však podotknout, že komunikační nástroj nesoucí specifické téma zaměřené na vymezenou cílovou skupinu může

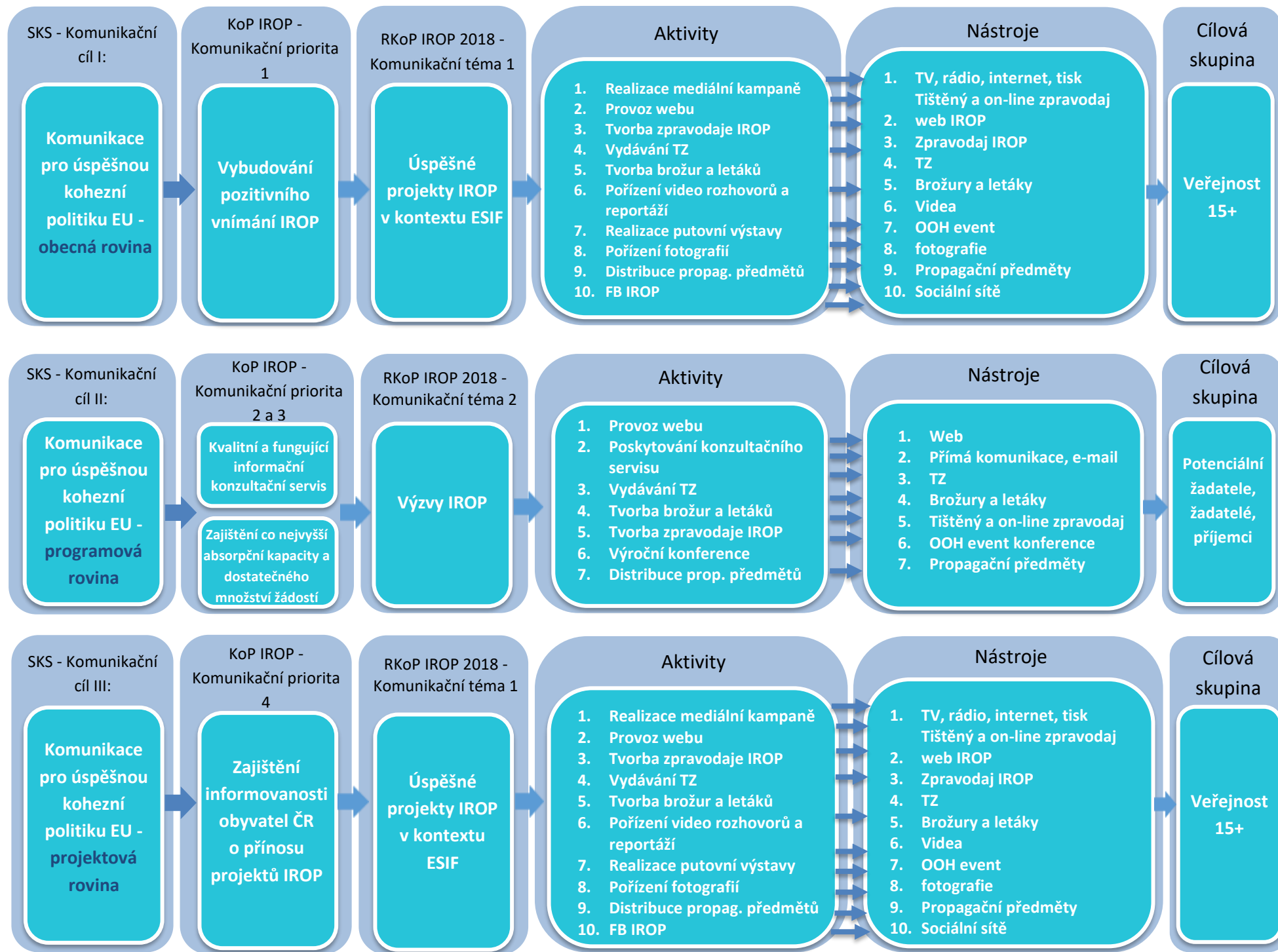


EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
Integrovaný regionální operační program



**MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR**

zasáhnout i další cílové skupiny. Mezi oběma komunikačními tématy tak vzniká synergický efekt, kdy se jednotlivé komunikační aktivity navzájem podporují.





3.3. 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 2018 ve vazbě na cílové skupiny.

Cílové skupiny					
Cíle	Potenciální žadatelé	Žadatelé	Příjemci	Média	Veřejnost (občané ČR 15+)
Krátkodobé cíle (1 rok)	Budování povědomí o IROP a možnostech podpory. Budování absorpční kapacity u výzvy na zateplování.	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.	Budování pozitivního vnímání IROP a jeho výsledků.
Dlouhodobé cíle (2 roky)	Postupné utlumování propagace výzev a přesun komunikačních aktivit vůči žadatelům (kvalitní informační servis) a veřejnosti (prezentace úspěchů IROP).	Poskytování kvalitního informačního servisu žadatelům. Posílení pozitivního vnímání IROP. Postupné utlumování propagace výzev a přesun komunikačních aktivit vůči žadatelům (kvalitní informační servis) a veřejnosti (prezentace úspěchů IROP).	Poskytování kvalitního informačního servisu příjemcům.	Poskytování kvalitních a včasných informací. Posilování pozitivního vnímání IROP jako partnera poskytujícího kvalitní a včasné informace o IROP.	Posílení pozitivního vnímání IROP a jeho výsledků, zejména prostřednictvím prezentací úspěšných a smysluplných projektů.



3.4. Rizika v souvislosti s plněním komunikačních plánů

V rámci RKoP IROP 2018 jsou definována následující rizika:

1. **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.
2. **Zvýšený počet aktérů** zapojených do implementace IROP – v současné chvíli je zapojeno do implementace IROP kromě ŘO a Centra rovněž 7 ZS ITI a 177 MAS. Při takovém množství subjektů vzniká riziko neúspěšné koordinace propagačních aktivit a nevyužití potenciálu těchto distribučních kanálů. Toto riziko může být eliminováno správným nastavením informačních toků mezi jednotlivými aktéry a jejich důsledným dodržováním a funkční a pravidelně jednající Platformou pro komunikaci IROP.
3. **Komplikace při realizaci zadávacích řízení** – některé aktivity uvedené v kapitole 2 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. mediální kampaň plánovaná v různých úpravách již od roku 2016). ŘO IROP bude riziko eliminovat kvalitní přípravou podkladů pro zadání veřejné zakázky, předmětu zakázky a poskytováním maximální součinnosti všem zainteresovaným stranám.
4. **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 žadateli a příjemci. 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 webu IROP, upřesněním podrobností, rad a tipů při přípravě žádosti o podporu ve Zpravodaji IROP, přípravou tematicky orientovaných brožur aj.



3.5. Komunikační cíle Centra

Konkrétní navržené komunikační aktivity uvedené v manažerském shrnutí navazují a rozvíjejí úspěšné aktivity realizované v předchozích letech. Odbornou veřejností je pozitivně přijímán **tištěný Newsletter**, který se stal nedílnou součástí komunikačních aktivit především s cílovou skupinou žadatelů a příjemců finančních prostředků z IROP. Je k dispozici na krajských pobočkách Centra, na odborných seminářích, v roce 2017 se distribuční kontakty rozšiřují na další místa, kde dochází ke kontaktu se žadateli (například krajské úřady apod.).

Pozitivní trend se projevuje i v růstu počtu odběratelů **E-newsletteru**, roční přírůstek se pohybuje okolo 30%. Pokračuje v dalších etapách **fotografování dokončených projektů** IROP průřezově ve většině prioritních os programu. Cílem této aktivity bude v průběhu dalších let zdokumentovat cca 5 dokončených projektů z každé prioritní osy. Daří se i udržet rozsah průměrně tří **zveřejněných článků** v periodickém tisku na každou zveřejněnou tiskovou zprávu.

Centrum se zúčastňuje pravidelně **veletrhů** v oblasti památek, cestovního ruchu, stavebnictví a zaměstnanosti, kde prezentuje svoji činnost v oblasti administrace IROP u konkrétních projektů i pracovních příležitostí pro administraci IROP. Obměňuje se i druhová struktura **propagačních předmětů** s ohledem na měnící se trendy a potřeby trhu v oblasti marketingu.

Z kapacitních důvodů bylo upuštěno od komunikačních aktivit v oblasti tvorby časosběrných videí a internetových reklamních kampaní. Personální kapacita PR Centra limituje další rozšiřování druhů a množství komunikačních aktivit. Dalším omezujícím faktorem je zatím malý počet dokončených projektů a jejich tematický rozsah (některé realizované projekty je problematické využít pro PR komunikaci). Přes tyto omezující limity zaznamenávají PR aktivity Centra kvantitativní i kvalitativní růst.

Centrum definovalo pro rok 2018 ve svém Ročním komunikačním plánu **hlavní klíčová sdělení a cíle** informovat o:

- Centru jako státní příspěvkové organizaci, která hraje klíčovou roli v systému české veřejné správy ve vztahu k agendě dotací z evropských fondů, a to již od roku 1996.
- (pozitivním) vlivu evropských fondů na rozvoj České republiky.
- Integrovaném regionálním operačním programu (všeobecně).
- vypsaných výzvách a příjmu žádostí o podporu v IROP.
- seminářích, školeních, workshopech, konferencích.
- transformaci a fungování Centra (zejména kontakty na regionální pobočky).
- tom, že Centrum pro regionální rozvoj České republiky nabízí žadatelům a příjemcům profesionální konzultační servis v každém krajském městě.

Tato klíčová sdělení jsou realizována komplexně všemi komunikačními kanály a prostředky.



V roce 2018 se komunikační aktivity obracejí na nové klíčové cílové skupiny, tj. na mladší generace a nejširší veřejnost prostřednictvím partnerských subjektů, v plánu je uzavření partnerské smlouvy s organizací Junák a Národním památkovým ústavem.

3.6. Komunikace integrovaných nástrojů

Novým prvkem v rámci propagace IROP je **realizace komunikačních aktivit ze strany zprostředkujících subjektů integrovaných teritoriálních investic**. Vzhledem k zahájení komunikačních aktivit v roce 2017 se jedná o aktivity malého rozsahu financované z vlastních rozpočtů či z rozpočtu TP IROP. V roce 2017 byly realizovány aktivity typu tvorba nového webu a loga aglomerace, tvorba letáků a semináře pro odborníky. Komunikační aktivity jednotlivých aglomerací jsou směřovány na publicitu ZS ITI jako celku a dále pak na témata podpory IROP v poměru 50 % publicita ZS ITI a 50 % témata IROP. Z témat IROP jsou prezentovány hlavně doprava, školství a památky – v případě, že aglomerace má tato témata ve své strategii.

Finanční náročnost komunikačních aktivit jednotlivých aglomerací je odlišná, a to do 100 tis. Kč ročně (Olomouc, Ústí n./Labem, Plzeň), či v rozsahu 600-800 tis. Kč ročně (Pardubice, Brno). Také koncepční zajištění komunikačních aktivit jednotlivých aglomerací je odlišné. Některé aglomerace mají komunikační plán včleněn do své strategie či na něm pracují (Olomouc, Ústí n./Labem, Pardubice), zbývající aglomerace si komunikační strategii postupně nastavují.

ŘO IROP bude tyto aktivity monitorovat a zváží, zda existují možnosti pro zajištění jednotného a uceleného přístupu ke komunikaci výstupů IROP ze strany ZS ITI. Bude nutné se zaměřit na koordinovaný přístup při propagaci úspěšných projektů ze strany ŘO IROP a zprostředkujících subjektů, aby nedošlo k duplicitě aktivit a naopak byl využit synergický efekt.

Propagace integrovaných nástrojů bude ze strany ŘO IROP realizována souběžně s propagací výzev a úspěšně ukončených individuálních projektů stejnými komunikačními nástroji, např. tiskové zprávy, články na webu a Zpravodaji IROP, pořizováním fotografií a jejich prezentací, atd.

Komunikační aktivity realizují také **místní akční skupiny**. Jedná se však o roztříštěné aktivity, které nelze vzhledem k velkému počtu MAS koordinovat. Obdobně jako ZS ITI komunikují i MAS své aktivity a vyhlášené výzvy. ŘO IROP se bude snažit o monitorování aktivit a výstupů MAS a zajistit jejich propagaci na úrovni ŘO IROP.



4. 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 vedena 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 RCoP 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.



5. Evaluace a indikátory

V roce 2017 byla zahájena příprava zadávací dokumentace k pořízení evaluace komunikačních aktivit s názvem „Vyhodnocování efektivity realizovaných komunikačních nástrojů ŘO IROP I.“. Jedná se o průběžnou externí evaluaci, jejímž cílem je průběžné vyhodnocování efektivity realizovaných komunikačních aktivit z let 2015, 2016 a 2017. Evaluace bude prováděna v roce 2018. Předpokládaná hodnota evaluace činí 500 000 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	104	Centrální (12) a regionální (80) semináře pro žadatele a příjemce, konference Centrum (7), ŘO IROP (1), Dny s IROP (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 (1), IROP, soubor videoreportáže (1), soubor mediální kampaň (1), putovní výstava soubor (1)
80200	Počet vytvořených informačních materiálů	Počet vytvořených tištěných, elektronických, propagačních a technických materiálů či podobných dokumentů určených pro všechny cílové skupiny. Indikátor sčítá počet unikátních materiálů, nikoli počet kusů ani aktualizací/verzí již existujících materiálů/evidence ŘO IROP	109	Zpravodaj IROP (4), články (7), brožura (1), letáky (10), TZ (12), TV spoty (2), radiospoty (4), internetové spoty (2), microsite k zateplování (1), kampaň – inzerce v tisku (2), tisková inzerce mimo kampaň (6), kalendář stolní (1), kalendář závěsný (1), fotografie vybraných projektů –



				soubor (1) Newsletter Centrum (3), e-newsletter Centrum (12), PR články Centrum (10), TZ Centrum (8), informační leták Centrum (6), kalendář Centrum (1), fotografické materiály Centrum (15),
60000	Celkový počet účastníků	<p>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)</p>	3 500	ŘO IROP: 12 seminářů s předpokládanou účastí 50 osob, výroční konference 100 osob, Centrum: účastníci na seminářích - předpoklad 80 seminářů s účastí cca 30 osob/seminář; účastníci na veletrhu (400) – 4 veletrhy se 100 kontakty/veletrh



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: 12 Centrum: 8	Průměrně 1 TZ/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: 36 Centrum: 24	Průměrně 3 mediální výstupy z 1 TZ
Mediální komunikace – reklama								
Tisková inzerce – Kampaň Zateplování	Počet druhů tiskové inzerce	Počet druhů layoutů tiskové inzerce, vkladů, tematických příloh/předávací protokoly	ŘO: 2	Dle podmínek v zadávací dokumentaci	Celková čtenost periodik s inzercí v TRPs	Kumulativní čtenost tištěných médií s umístěnou inzercí (vyjádřena v %)/postbuy analýza	100 TRPs Zateplování	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	ŘO: 2	Dle podmínek v zadávací dokumentaci	Celková sledovanost v TRPs	Kumulativní sledovanost TV reklam (vyjádřena v %)/postbuy analýza	900 TRPs Zateplování 850 TRPs Památky	Minimální požadované množství TRPs v rámci mediální kampaně



Rádio	Počet druhů reklamy – rádiových spotů	Počet druhů radio spotů/předávací protokoly	ŘO: 4	Dle podmínek v zadávací dokumentaci	Celková poslechovost v TRPs	Kumulativní sledovanost TV reklam (vyjádřena v %)/postbuy analýza	200 TRPs Zateplování 100 TRPs Památky	Minimální požadované množství TRPs v rámci mediální kampaně
Internet	Počet druhů internetové reklamy	Počet druhů reklamních spotů/bannerů s možností prokliku na cílový web nebo microsite IROP/předávací protokoly	ŘO: 1 banner (6 formátů) Zateplování 1 banner (6 formátů) Památky	Dle podmínek v zadávací dokumentaci	Počet zobrazení bannerové nebo PPC reklamy	Celkové zobrazení internetové reklamy (prosté zobrazení /imprese/ – nikoliv unikátní)	Zateplování: 41 mil. impresí, 15 000 PPC Památky: 38,9 mil. impresí, 14 000 PPC	ŘO – Minimální požadované množství impresí a prokliků (PPC) v rámci mediální kampaně
Online komunikace								
Webové stránky/microsite	Počet vložených článků na webové stránce/microsite IROP	Počet nových článků vložených prostřednictvím redakčního systému/redakční systém	ŘO: 120	Průměrně 10 článků měsíčně	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	16	4x Zpravodaj IROP, 12x vydání e-newsletteru Centra	Počet distribučních emailových adres	Počet emailových adres v distribučním seznamu	ŘO IROP: Rozeslaných 20 000 ks Zpravodajů Centrum: 21 600 ks rozeslaných newsletterů	ŘO IROP: rozesíláno na 5 000 e-mailových adres Centrum: rozesíláno na 1 800
Publikační aktivity								
Publikace	Počet druhů tištěných publikací	Počet druhů informačních brožur, katalogů a případně jiných publikací (nikoliv letáků), které svým charakterem napomáhají zvyšovat publicitu IROP/archivace 1ks	4	1 brožura dle typů příjemců 3x vydání tištěného časopisu Newsletter Včera, dnes a zítra	Celkový počet distribuovaných výtisků	Celkový počet rozdaných výtisků cílovým skupinám publicity IROP/předávací protokol minus zůstatek na skladě	500 9000	Brožura ŘO - 500 ks, Tři čísla (3000 ks + 3000 ks + 3000 ks)
Letáky, plakáty	Počet druhů letáků, plakátů	Počet druhů informačních letáků (maximální velikost A4) a plakátů (minimální velikost A3)/archivace 1ks	16	ŘO: 10 letáků Centrum: 6	Celkový počet distribuovaných letáků, plakátů	Celkový počet rozdaných letáků a zveřejněných plakátů/předávací protokol minus zůstatek na skladě	4200	ŘO: letáky ŘO 1000 ks Centrum: letáky 4 200 ks



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	92	12 centrálních a 80 regionálních seminářů	Počet účastníků na seminářích/workshopech	Celkový počet účastníků seminářů/workshopů (nikoliv unikátní počet)/prezenční listina	2 400	Předpokládaná účast cca 50 osob centrální seminář/ cca 30 osob regionální seminář
Individuální konzultace	Počet zodpovězených dotazů	Počet zodpovězených dotazů evidovaných v rámci konzultačního servisu	1260	ŘO: Průměrně 30 zodpovězených dotazů za měsíc Centrum: průměrně cca 75 zodpovězených dotazů měsíčně	Počet informovaných subjektů	Celkový počet informovaných institucí	ŘO: 90 Centrum: 225	Průměrně 4 dotazy za jednu instituci
Veletrhy	Počet zařízených prezentací organizace	Počet veletrhů, na kterých se bude Centrum prezentovat	Centrum: 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	8	1 výroční konference ŘO IROP 7 výročních konferencí Centra	Počet účastníků na konferenci	Celkový počet účastníků (prezenční listina)	940	Předpokládaná účast na základě obdobné realizované akce Konference Centrum průměrně 120 osob/akce
Ostatní nástroje								
Propagační předměty	Počet druhů propagačních předmětů	Počet druhů propagačních předmětů (např. propiska, blok, flash disk apod.)/inventární soupis	51	26 druhů ŘO 25 druhů Centrum	Počet distribuovaných propagačních předmětů	Počet kusů distribuovaných předmětů cílovým skupinám publicity IROP/inventární soupis	2600 ks ŘO IROP 30 770 ks Centrum	Na základě vyhodnocení RKoP IROP 2017 a objednaných prop. předmětů v roce 2017.