



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA  
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ / EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO  
PŘEKRAČUJEME HRANICE / PRZEKRACZAMY GRANICE



Cíl 3 / Cel 3  
2007-2013

**Vyhodnocení komunikačních a propagačních aktivit v rámci  
Operačního programu přeshraniční spolupráce Česká republika –  
Polská republika 2007-2013**

# OBSAH

<b>1</b>	<b>VYHODNOCENÍ KOMUNIKAČNÍCH A PROPAGAČNÍCH AKTIVIT .....</b>	<b>3</b>
<b>1.1</b>	<b>Přehled informačních aktivit pro cílové skupiny KP .....</b>	<b>3</b>
1.1.1	Přehled cílových skupin definovaných v KP .....	3
1.1.2	Přehled komunikačních nástrojů a jejich využití .....	4
1.1.3	Průzkum přínosu komunikačních a propagačních aktivit u cílových skupin .....	5
<b>1.2</b>	<b>Vyhodnocení účelnosti, účinnosti a úspornosti využitých opatření.....</b>	<b>6</b>
1.2.1	Vyhodnocení naplňování specifického cíle 1 – Propagace Programu a informování veřejnosti.....	6
1.2.2	Vyhodnocení naplňování specifického cíle 2 – Informování zájemců a účastníků Programu .....	9
1.2.3	Porovnání plánovaných a dosažených ukazatelů .....	12
6.2.4	Porovnání účinnosti a hospodárnost jednotlivých aktivit pro různé cílové skupiny.....	13
<b>1.3</b>	<b>– Vyhodnocení relevance, užitečnosti, dopadu a způsobu implementace KP .....</b>	<b>14</b>
1.3.1	– Prověření relevantnosti a užitečnosti.....	14
1.3.2	– Prověření funkčnosti způsobu implementace KP.....	15
1.3.3	– Shrnutí a návrhy na další zaměření informačních a propagačních opatření.....	16

# 1 Vyhodnocení komunikačních a propagačních aktivit

Hlavním cílem Komunikačního plánu (dále KP) je transparentním způsobem informovat veřejnost a příjemce dotace o roli Společenství, možnostech získání dotace v rámci ERDF a o podmínkách Programu. Cílem této kapitoly je provést rozbor, zda je hlavní cíl KP v polovině vymezené doby plněn a přispívá tak k naplnění cílů Programu.

První podkapitola popisuje cílové skupiny a informační a propagační aktivity KP. Druhá podkapitola odpovídá na otázky, jakým způsobem jsou plněny specifické cíle KP a nakolik jsou dosaženy indikátory stanovené KP. Dále se zabývá kvalitou použitých informačních a propagačních aktivit - odpovídá na otázky týkající se účinnosti, úspornosti a hospodárnosti provedených opatření. Poslední podkapitola se zabývá relevantností informačních a propagačních opatření pro druhou polovinu Programu a odpovídá na otázku, zda je současné rozdělení odpovědnosti na realizaci KP vyhovující. V závěru je provedeno shrnutí včetně návrhů dalšího zaměření informačních a propagačních opatření pro zbývající období.

JTS provedl průzkum zásadních cílových skupin – žadatelů, příjemců a institucí zapojených do implementace komunikačních aktivit i přesto, že tato metoda zjišťování informovanosti cílových skupin není uvedena v KP. Odpovědi na položené otázky jsou využity ve druhé a třetí části této kapitoly. Dalším zdrojem vyhodnocení informovanosti cílových skupin jsou výsledky Programu, tedy údaje o počtu žádostí, počtu projektových partnerů aj.

## 1.1 Přehled informačních aktivit pro cílové skupiny KP

V této podkapitole je uveden přehled cílových skupin, aktivit plánovaných v KP k jejich informování a přehled použití těchto aktivit. V závěru je popsán průzkum provedený u většiny cílových skupin s cílem odpovědět na otázky týkající se přínosu jednotlivých komunikačních a propagačních nástrojů pro cílové skupiny popř. jejich účinnosti.

### 1.1.1 Přehled cílových skupin definovaných v KP

Cílové skupiny byly v KP Programu stanoveny následovně:

1. potenciální vedoucí a projektoví partneři,
2. příjemci - partneři projektu,
3. veřejnost
4. instituce zapojené do implementace Programu,

Pro všechny cílové skupiny v rámci Programu byly zajištěny informační aktivity uvedené v KP. Pro jednotlivé cílové skupiny byly v období 2007-2010 pořádány následující akce:

Tabulka č. 26 - Přehled informačních a propagačních aktivit

Cílová skupina	Informační aktivity a školení za období 2007-2010	Pořadatelé	Účel
1. Potenciální vedoucí a projektoví partneři	- Média – tisk, rozhlas, TV - Semináře pro žadatele - Webové stránky - Výstava (bannery) - Konference - Propagační předměty - Tiskoviny	ŘO, NO, JTS, RS	Informování o SF, Programu a podmínkách podávání projektových žádostí, školení pro potenciální žadatele za účelem zlepšení kvality projektových záměrů a jejich přeshraničního dopadu a zvýšení počtu registrovaných projektů, předávání „best practice“, využití aplikace Benefit pro přípravu projektových žádostí.

<b>2. Příjemce – partneři projektu</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Webové stránky</li> <li>- Školení pro příjemce</li> <li>- Konzultace</li> <li>- Korespondence</li> <li>- Konference</li> <li>- Propagační předměty</li> </ul>	CRR ČR a vojvodské úřady jako kontroloři 1. stupně, JTS	Informování o podmínkách vyúčtování způsobilých výdajů, podávání průběžných a závěrečných zpráv, využití aplikace Benefit v realizační fázi projektů, realizace sdílených výdajů v rámci projektů, poskytování informací k zadávání veřejných zakázek a kontroly ex-ante, individuální konzultace k řešení problémů během zavádění projektů.
<b>3. Veřejnost</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Média - tisk, rozhlas, TV</li> <li>- Webové stránky</li> <li>- Výstava (bannery)</li> <li>- Konference</li> <li>- Propagační předměty</li> <li>- Tiskoviny</li> </ul>	ŘO, NO, JTS, RS, příjemci dotace	Informování o SF, Programu a podmínkách podávání projektových žádostí
<b>4. Instituce zapojené do implementace Programu a kontroloři</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Webové stránky</li> <li>- Školení</li> <li>- Konzultace</li> <li>- Korespondence</li> <li>- Konference</li> <li>- Propagační předměty</li> </ul>	ŘO, NO, JTS	Informování o podmínkách Programu, školení pro experty týkající se procesu hodnocení, školení týkající se Společné metodiky kontroly 1. stupně, ostatní externí školení (např. Interact) a vzdělávací akce pro osoby zapojené do implementace Programu.

### 1.1.2 Přehled komunikačních nástrojů a jejich využití

#### Úvodní informační kampaň

U příležitosti schválení Programu byla v únoru 2008 v Olomouci zorganizována 3 školení pro potenciální žadatele, kterých se zúčastnilo cca 500 osob. Úvodní informační kampaň vyvolala značný zájem o Program, jehož dokladem bylo v prvním příjmu žádostí 158 předložených projektových žádostí.

#### Média – tisk, rozhlas, televize

V dosavadním průběhu programu byl z médií využit především denní tisk. Pro informování o zahájení Programu, jeho podmínkách, konání zásadních seminářů, výročních konferencí či konečných termínů pro podávání žádostí byly využity nejčtenější české a polské deníky resp. jejich verze v příhraničních regionech. Několikrát v průběhu programu bylo na úrovni RS využito televize pro propagaci Programu.

#### Seminář pro žadatele

Předávání informací o Programu a jeho podmínkách bylo zajišťováno především prostřednictvím seminářů. Jejich cílem bylo seznámit potenciální žadatele s hlavními podmínkami Programu a možnostmi získávání informací, které mají pomoci zjednodušit přípravu projektové žádosti. Program seminářů byl vždy přizpůsoben aktuálním potřebám a byl zaměřen na jednotlivé cílové skupiny.

#### Webové stránky

Jak již bylo dříve zmíněno, byly na internetu zprovozněny oficiální, dvojjazyčné internetové stránky OPPS ČR-PR 2007-2013 [www.cz-pl.eu](http://www.cz-pl.eu) Administrátorem těchto stránek je JTS. Na těchto stránkách se nacházejí

praktické informace týkající se Programu, programové dokumentace, informací pro žadatele a příjemce dotace, přehledu projektů doporučených k financování, pravidel publicity apod..

### **Výstava (bannery)**

Pro dvojjazyčnou, putovní výstavu byly v roce 2008 zpracovány panely, které se týkaly základních podmínek OPPS ČR-PR 2007-2013. V roce 2009 byly na panelech umístěny informace, které se týkaly stavu realizace Programu a oblastí podpory, které se setkaly s menším zájmem potenciálních žadatelů. V roce 2010 byly připraveny panely, které prezentovaly příklady dobrých projektů z různých oblastí podpory.

### **Konference**

Vzhledem k realizaci Programu, měla tato propagační aktivita v následujících letech různý rozsah a charakter. V roce 2008 bylo zorganizováno školení pro regionální experty za účasti ŘO, NO a JTS. V následujících letech, vzhledem k významnému postupu Programu, byly zorganizovány výroční konference. V září 2009 se konala konference na polské straně ve Wisle, v listopadu 2010 na české straně v Olomouci.

### **Tištěné informace (bulletiny, brožury, letáky)**

V rámci propagačních materiálů, RS, JTS a ER zpracovaly řadu publikací, ve kterých byly uvedeny informace týkající se cílů, podmínek a specifíků Programu.

### **Propagační předměty**

Propagační předměty slouží především ke zlepšení propagace Programu a v souladu s článkem 9. Implementačního nařízení, musí být označeny vlajkou Evropské unie. Zmíněné propagační materiály (kancelářské potřeby, kalendáře, složky aj.) byly předávány účastníkům konferencí, školení, seminářů, konzultací, pracovních setkání a na jednáních Monitorovacích výborů.

### **Školení pro příjemce a instituce zapojené do implementace Programu**

Pro VP a PP, kteří získali spolufinancování z Programu, jsou pořádány školení pro příjemce dotace (na rozdíl od konzultací pro potenciální žadatele). Organizátory těchto akcí jsou kontrolaři (na české straně pobočky CRR ČR a na polské straně příhraniční vojvodské úřady). S ohledem na fakt, že první Rozhodnutí o poskytnutí dotace resp. Smlouvy o projektu byly podepsány ke konci roku 2008 byly první semináře pro příjemce dotace uspořádány teprve v roce 2009. Dodatečně byla pro instituce zapojené do implementace Programu zorganizována školení a pracovní setkání, která se týkala společného přístupu k hodnocení projektů a výměny zkušeností.

### **Konzultace**

Konzultace se konají jak v sídlech RS, tak i v Olomouci, v sídle JTS. S cílem oslovení co největší skupiny potenciálních žadatelů byly v regionech organizovány speciální konzultační dny, kterých se obvykle účastnili pracovníci JTS, kteří se společně s pracovníky RS dělili o své zkušenosti z příjmů a hodnocení projektových žádostí s potenciálními příjemci dotace.

### **Korespondence – výměna informací e-mailem a telefonicky**

Nejčastější a nejpopulárnější formou poskytování informací mezi žadateli či příjemci a institucemi zapojenými do realizace Programu je telefonická nebo e-mailová komunikace. Většina zmíněných institucí poskytuje informace týkající se Programu a odpovídá na konkrétní otázky týkající se např. příjmu žádostí, hodnocení projektů nebo realizační fáze Programu.

#### **1.1.3 Průzkum přínosu komunikačních a propagačních aktivit u cílových skupin**

Pro zajištění podkladů pro posouzení účelnosti a účinnosti využitých komunikačních a propagačních aktivit byly v JTS vypracovány dva elektronické dotazníky. Výběr cílových skupin, distribuce dotazníků, přístup k hodnocení dotazníku a návratnost odpovědí je uvedena níže. Samotné otázky a jejich výsledky jsou pak uvedeny v podkapitole 6.2.

Oslovení cílových skupin bylo provedeno e-mailovou poštou s prosbou o vyplnění dotazníku. Samotné dotazníky byly umístěny na veřejně přístupném serveru. Takto bylo zajištěno snadné a rychlé vyplnění dotazníku, anonymita a tedy co nejmenší zkreslení odpovědí a v neposlední řadě rychlé zpracování

výsledků. Oba dotazníky měly českou a polskou mutaci, celkem tedy šlo o 4 dotazníky. Zpracování proběhlo vždy za cílovou skupinu bez rozlišení jazyka odpovědi. Zjištění případných národních specifik nebylo předmětem zpracování.

Pro vyhodnocení názorů respondentů byly zvoleny otázky s kontextovým výběrem, u většiny z nich respondent hodnotil míru spokojenosti. Nabídka odpovědí vesměs korespondovala s aktivitami plánovanými v KP. Vždy byla dána možnost zvolit jinou (nenabídnutou) možnost. Nejvyšší míra (např. účinnosti) byla hodnocena číslem 5, neúčinnost číslem 1. Pokud někdo odpověď nezvolil, byla váha nulová. Celkové hodnocení je dáno vahou odpovědi tedy násobkem počtu odpovědí a jejich hodnocení. V grafech níže jsou uvedena i průměrná hodnocení dané aktivity vypočítaná pouze z platných (nenulových) hodnot.

První dotazník byl směřován na první dvě cílové skupiny Programu, na které byly aktivity v prvních letech Programu především zaměřeny - tedy na žadatele a na příjemce dotace. Dotazník obsahoval otázky zaměřené na způsob získávání informací, účelnost a celkovou úroveň dosud prováděných komunikačních a propagačních aktivit. Z databáze Monit byly převzaty e-mailové adresy osob odpovědných za realizaci části projektu a to u všech partnerů, kteří byli uvedeni v dosud podaných žádostech o dotaci. Do konce roku 2010 bylo podáno 445 žádostí o dotaci, v nich vystupovalo v roli vedoucího partnera či partnera cca 530 různých subjektů. Smyslem bylo získat odpověď subjektu nezávisle na tom, kolika projektů se zúčastnil, či se chtěl zúčastnit. Přesto došlo k případům, kdy byl subjekt osloven několikrát, protože databáze obsahovala různé osoby odpovědné za realizaci části projektu. Takto bylo celkem osloveno 1.263 kontaktních osob, tedy více než dvojnásobek subjektů vystupujících jako partner projektu, z toho 653 na české straně a 610 na polské straně.

Na vyplnění dotazníku, který obsahoval 7 otázek měli respondenti 10 pracovních dnů. Ze všech oslovených účastníků průzkumu odpovědělo na české straně 186 respondentů (28%) a na polské straně 125 respondentů (20%). Celkový počet odpovědí je tedy 311 (25%). Protože byla předem stanovena hranice nejméně 20% celkových odpovědí, považujeme počet odpovědí za dostatečný a výsledky za relevantní. Průzkumu se zúčastnilo více zástupců příjemců dotace než zástupců žadatelů, jejichž žádosti nebyly úspěšné. Odpovědi příjemců bylo 284, odpovědí (neúspěšných) žadatelů 27.

Druhý dotazník byl směřován na poslední cílovou skupinu - instituce zapojené do implementace Programu. Cílem šetření bylo zjistit názor odborníků zabývajících se komunikací s veřejností, žadateli a příjemci na účelnost a účinnost jednotlivých komunikačních a propagačních aktivit. Dotazník byl odeslán konkrétním osobám dané instituce, která se implementací Programu zabývá. Na české straně bylo osloveno 21 pracovníků, na polské straně 15 pracovníků. Samotný JTS se na průzkumu nepodílel.

Na vyplnění dotazníku, který obsahoval 6 otázek měli respondenti 10 pracovních dnů. Ze všech oslovených pracovníků odpovědělo na české straně 17 respondentů (81%) a na polské straně 8 respondentů (53%), celkem tedy šlo o 25 odpovědí (69%). Počet odpovědí je velmi vysoký, takže obdržená data lze považovat za relevantní.

## **1.2 Vyhodnocení účelnosti, účinnosti a úspornosti využitých opatření**

Cílem této podkapitoly je provést vyhodnocení účelnosti provedených opatření pro cílové skupiny a dosažení specifických cílů KP. Jsou zde rovněž porovnány plánované a realizované propagační a informační opatření (výstupy a výsledky KP) a identifikována nejvíce a nejméně účinná opatření.

V odstavcích 6.2.1 a 6.2.2 je hodnocena účelnost provedených aktivit, tedy přispění těchto aktivit ke splnění daného specifického cíle KP. V odstavci 6.2.4 je pak provedeno vyhodnocení účinnosti, tedy poměru výdajů vložených příslušné aktivity a dosažení daného cíle (účelu). Pokud je posouzení tohoto poměru sporné či zavádějící, je zvoleno vyhodnocení hospodárnosti, tedy prověření, zda byly zvoleny výdaje minimálně možné nebo zda šlo stejného účelu dosáhnout hospodárněji.

### **1.2.1 Vyhodnocení naplňování specifického cíle 1 – Propagace Programu a informování veřejnosti**

Použité komunikační nástroje mají za cíl zajistit co nejširší povědomí o Programu a možnou účast potenciálních projektových partnerů na Programu. Specifický cíl 1 je tedy zaměřen na cílové skupiny 1 a 3 uvedené v odstavci 6.1.1 tedy na potenciální vedoucí a projektové partnery a veřejnost.

V první polovině Programu, zejména pak na jeho počátku byl specifický cíl 1 naplňován především opatřeními zaměřenými na potenciální vedoucí a projektové partnery. JTS i RS se soustředily na poskytování základních informací o Programu subjektům, které se mohly stát projektovými partnery a na

přípravu projektových záměrů. Pro naplnění tohoto specifického cíle byly uskutečněny aktivity uspořádané v tabulce č. 27.

Tabulka č. 27- Přehled informačních a propagačních aktivit zacílených na dosažení specifického cíle 1

Poř.	Aktivita	Počet akcí k 31.12.10	Cílové skupiny	Počet účastníků k 31.12.10	Poznámka - popis počtu účastníků, není-li zřejmé
1.	Média – inzeráty v tisku	80	1, 3	241 100	71 inzerátů s celkovým počtem výtisků 241.100. Počet diváků sledujících 9 televizních pořadů není uváděn Údaje za JTS, RS a Euroregiony
2.	Semináře pro žadatele	187	1	7 047	Údaje za JTS, RS a Euroregiony
3.	Webové stránky Programu	1	1, 3	71 136	Přesně zaznamenán jen počet návštěv oficiálních stránek Programu <a href="http://www.cz-pl.eu">www.cz-pl.eu</a>
4.	Putovní výstava	18	3	cca 3 000	16 ks banerů (vystavované na KÚ, MÚ, MV, konferencích a školeních), počet účastníků nebyl přesně sledován
5.	Brožury a letáky	10	1, 3	108 716	Počet akcí = počet různých tiskovin, počet účastníků = celkový počet výtisků Stejně údaje pro spec.cíl 1 i 2
6.	Využití propagačních předmětů	20	3	Cca. 66 800	Údaje za JTS a RS. Počet různých propagačních předmětů bylo 20. Využito při seminářích, konferencích, MV, výstavách, konzultacích apod.

Protože smyslem specifického cíle 1 bylo získání co nejvíce zájemců o Program, byla počáteční kampaň vedená směrem k subjektům, které mohly být účastníkem (partnerem) Programu. První otázkou průzkumu tedy bylo:

Ø *Jaký byl zdroj informací, z nichž jste se dozvěděli o Programu?*

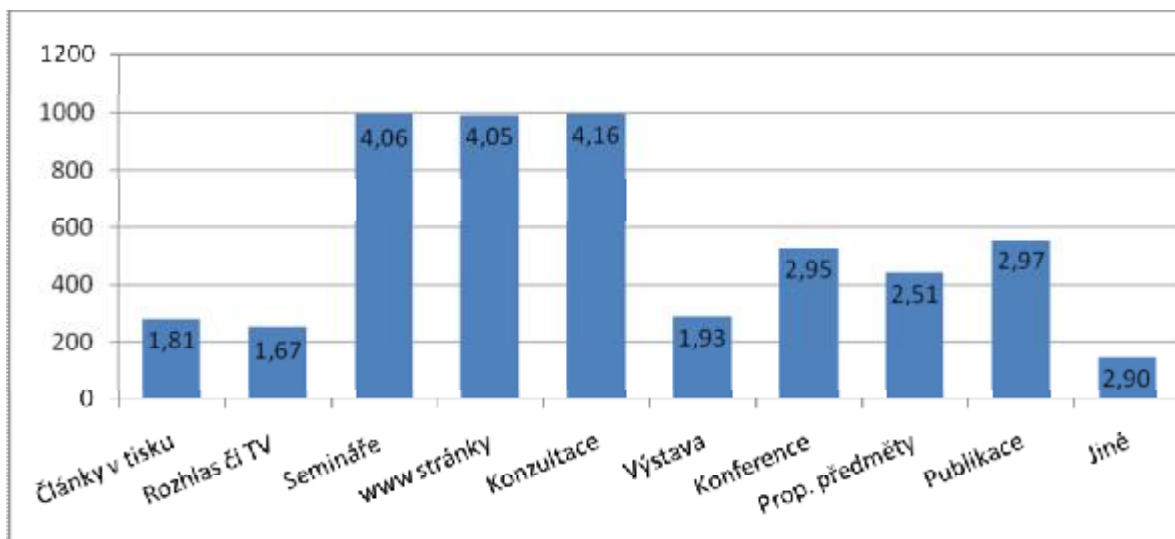
Z odpovědí vyplynulo, že první informace o Programu získala více než polovina respondentů z webových stránek a cca čtvrtina předáním informace od jiné osoby. Nejvyužívanějšími stránkami byly oficiální stránky Programu, s mírným odstupem pak byly využívány jak stránky MMR ČR a MRR PR, tak stránky RS. Málo účelná z pohledu sdělení prvotních informací o Programu bylo využití médií (tisk, rozhlas, televize) jakož i připravené tiskoviny (brožury, letáky).

Další otázka:

Ø *Které níže uvedené aktivity napomohly nejvíce rozhodnutí podat žádost o dotaci v Programu?*

měla získat odpověď na to, které prováděné aktivity byly nejúčelnější při rozhodnutí investovat čas a prostředky potenciálních žadatelů do přípravy žádosti o dotaci. Získané odpovědi jsou vyjádřeny na obrázku č. 21, na kterém je na ose Y respondenty zveřejněna důležitost vlivu jednotlivých aktivit vyjmenovaných v dotazníku na rozhodnutí o předložení projektové žádosti. Výsledky jsou uvedeny v grafu níže a ukazují na nejvýraznější podíl webových stránek, seminářů pro žadatele a rovněž konzultací s potenciálními žadateli prováděné RS a JTS. Vysoké je rovněž absolutní hodnocení těchto tří aktivit, které je lepší než „velmi pomohly“.

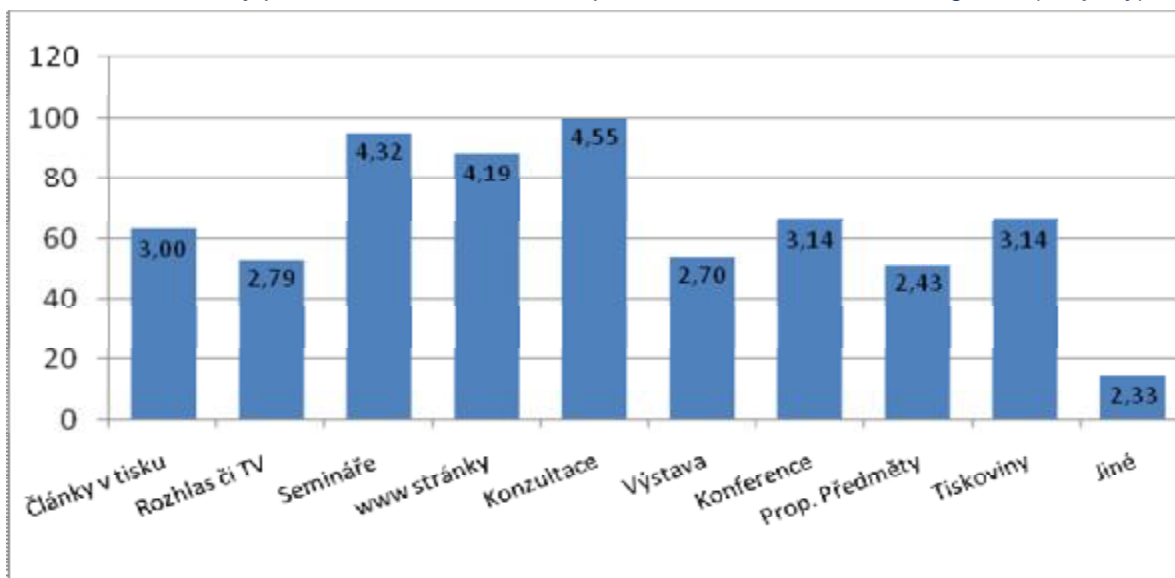
Obrázek č. 21 – Váhy pomoci informačních aktivit pro rozhodnutí účastnit se Programu (projektoví partneři)



Zdroj: dotazníkový průzkum u žadatelů a příjemců - březen 2011,

Odpověď na tutéž otázku položenou subjektům zapojeným do implementace Programu můžeme vidět na obrázku č. 22 níže. Porovnáním obou výsledků zjistíme, že tři neúčelnější aktivity jsou posouzeny obdobně. Názor na vliv mediální kampaně je jiný u subjektů odpovědných za informování veřejnosti a jiný u zástupců partnerů, především v absolutním vyjádření. Přesto, že vliv mediální kampaně na cílovou skupinu byl malý, RS ji hodnotí jako účelnou. Oba pohledy ukazují, že pro informování veřejnosti a potenciálních partnerů byly v KP uvažovány prakticky všechny běžné prostředky komunikace a propagace Programu – v návrzích „Jiné“ bylo uvedeno pouze několik málo návrhů, které považuje jak JTS, tak ŘO a NO za méně důležité.

Obrázek č. 22 - Váhy pomoci informačních aktivit pro rozhodnutí účastnit se Programu (subjekty)



Zdroj: dotazníkový průzkum u implementačních subjektů - březen 2011

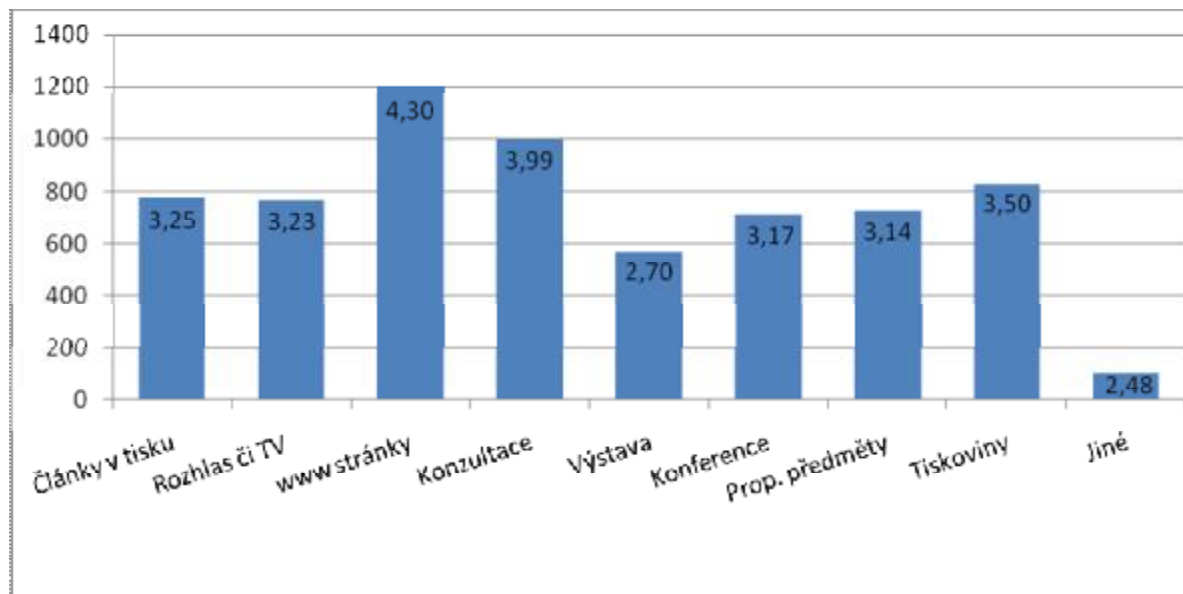
Předchozí otázky hodnotily účelnost konkrétně provedených aktivit pro informování veřejnosti a potenciálních partnerů o Programu. Smyslem následující otázky bylo identifikovat, které z aktivit jsou dle respondentů neúčelnější, nezávisle na tom, zda zodpovědné subjekty dokázaly plně využít tento potenciál v Programu.

Ø Který komunikační nástroj považujete za neúčelnější pro informování veřejnosti o Programu?

Z odpovědi na tuto otázku (vyjádřenou na obrázku č. 23) jsme získali potvrzení vysoké účelnosti webových stránek, seminářů a konzultací, byť poslední uvedená aktivita nebyla zacílená na plnění specifického cíle<sup>1</sup>. Protože respondenti (sice s odstupem, ale přesto výrazně) uvedli informace v tisku, rozhlasu a televizi za účelné aktivity, je možné to vyložit tak, že tyto aktivity jsou velmi dobře použitelné pro sdělování informací

veřejnosti a jejich menší účelnost v prvních dvou otázkách souvisí s jejich dosud malým použitím či jejich nižší kvalitou.

Obrázek 23 – Váhy účelnosti používání aktivit pro informování o Programu (partneři)



Zdroj: dotazníkový průzkum u žadatelů a příjemců - březen 2011

#### Shrnutí

Z průzkumu provedeného u projektových partnerů a implementačních struktur Programu vyplynulo, že za nejúčelnější nástroje zajišťující účast žadatelů v Programu jsou považovány webové stránky, semináře pro žadatele a konzultace pro zájemce o účast v Programu. Nejméně účelné se jeví výstava o Programu a propagační předměty, jejichž smysl je pouze doplňkový, nikoliv informační.

Jiný pohled na dosažení specifického cíle 1 (nikoliv z údajů průzkumu, ale reálné účasti v Programu) dává porovnání očekávaného počtu žádostí. Na začátku byla obava, že o Program nebude ze strany potenciálních žadatelů dostatečný zájem. Toto se však nepotvrdilo. Naopak došlo k neočekávaně vysokému počtu podaných žádostí (dosud 3 kola v průměru po 135 žádostech) a více než očekávanému počtu zapojených partnerů (více než 500 subjektů). Důvodem může být jak přirozeně vysoká schopnost česko-polských příhraničních regionů realizovat projekty, tak dobře provedené komunikační a propagační aktivity.

Vzhledem k výsledkům průzkumu i k tomu, že o účast v Programu byl neočekávaně vysoký zájem žadatelů, je zřejmé, že zvolené informační aktivity byly vybrány a realizovány velmi dobře a zajistily dostatečný počet podaných žádostí. Specifický cíl 1 je tedy průběžně naplňován velmi dobře, a pokud bude doplněn akcemi zaměřenými na seznámení veřejnosti s výsledky Programu, bude cíl splněn do konce programovacího období beze zbytku.

#### 1.2.2 Vyhodnocení naplňování specifického cíle 2 – Informování zájemců a účastníků Programu

Dalším smyslem komunikačních a propagačních nástrojů je podpořit přípravu a realizaci projektů prostřednictvím posílení znalostí potenciálních partnerů projektů, příjemců dotace a též subjektů zapojených do realizace Programu. Naplňování tohoto specifického cíle KP je rozebráno níže.

Pro dosažení tohoto specifického cíle byly v první polovině Programu uplatněny komunikační a propagační nástroje uvedené v tabulce č. 28.

Tabulka č. 28 – Přehled informačních a propagačních aktivit zacílených na dosažení specifického cíle 2

Poř.	Aktivita	Počet akcí	Cílové skupiny	Účastníků aktivity	Poznámka
1.	Webové stránky Programu	1	2, 4	71 136	Stejný údaj jako u spec. Cíle 1
3.	Školení pro příjemce	19	2	578 osob	Organizovali kontrolaři
4.	Konzultace s partnery	2.586	2	Cca 5 000	V akcích uveden počet konzultací, v průměru se jedné konzultace účastní 2 osoby
5.	E-mailová, telefonická komunikace	2	2, 4	x	Průběžně zajišťováno všemi institucemi Programu
6.	Brožury a letáky	10	2	108 716	Stejně údaje jako u spec. cíle 1
7.	Programová konference	2	2, 4	300 osob	2009 Wisła a 2010 Olomouc
8.	Školení implementačních subjektů	16	4	761 osob	RO, KK, JTS, CRR CR, Maršálovské úřady

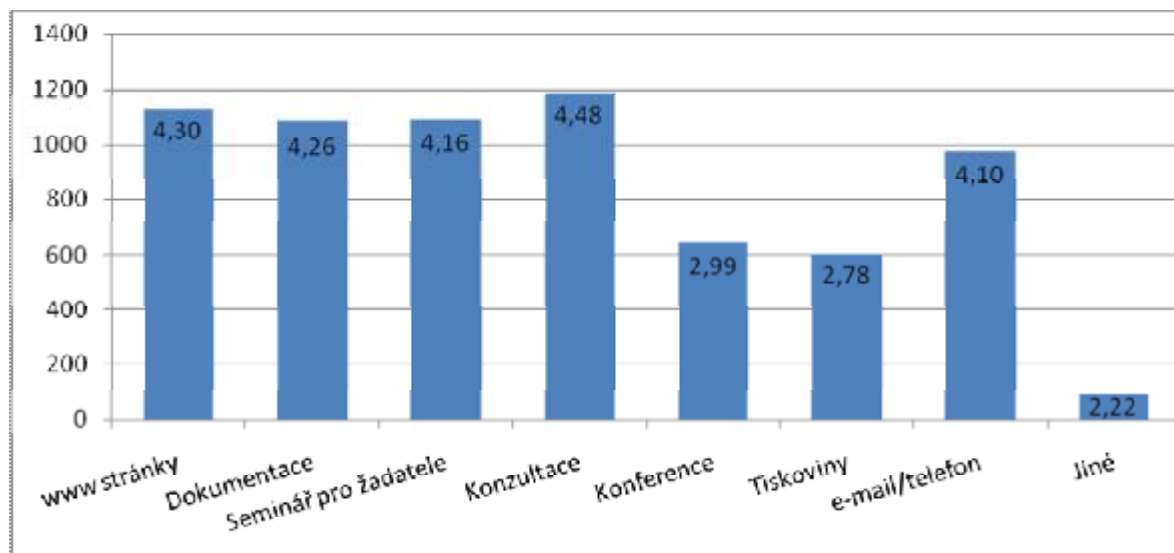
Zdroj: Údaje JTS a RS

Protože smyslem specifického cíle 2 byla příprava co největšího počtu kvalitních projektových záměrů, byly respondentům položeny následující dvě otázky. První otázka:

Ø Které aktivity byly nejvíce přínosné pro získání znalostí nezbytných pro přípravu vašeho projektu?

byla směřována na zkušenost zástupců žadatelů v první fázi posilování znalostí nutných k přípravě žádosti. Odpovědi tedy mohla být zpětná vazba, jak od úspěšných, tak i neúspěšných žadatelů či jejich partnerů. Vzhledem k nízkému počtu odpovědí neúspěšných partnerů lze odvodit, že relevantní odpověď jsme získali pouze od úspěšných partnerů. Grafické vyjádření je uvedeno na obrázku č. 24.

Obrázek č. 24 – Váhy přínosu informačních aktivit na získání znalostí pro přípravu žádostí (projektiví partneři)

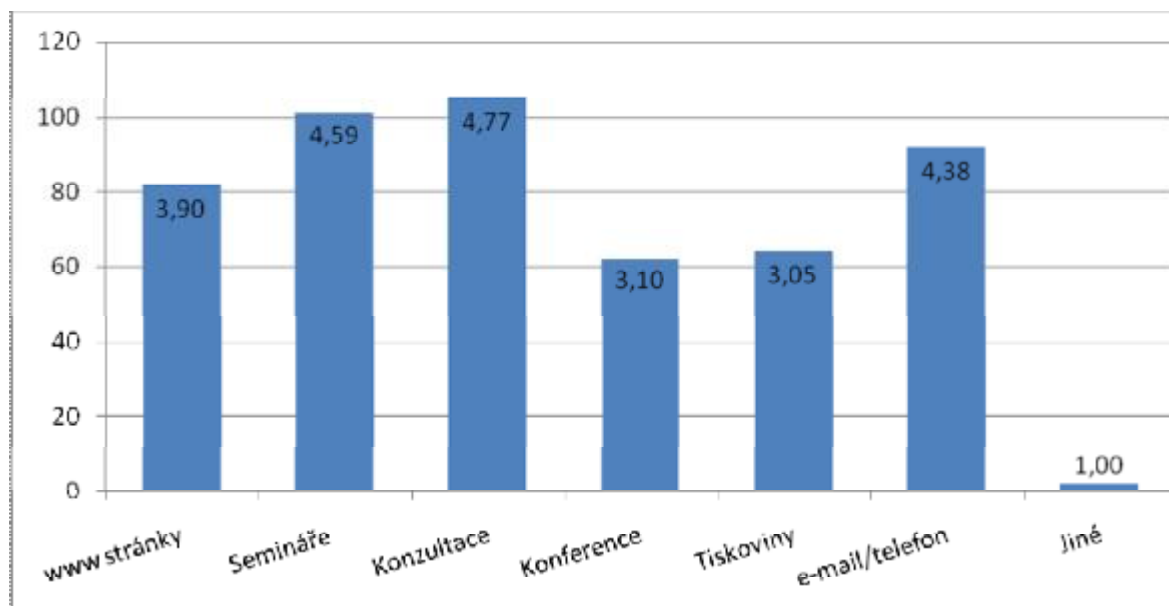


Zdroj: dotazníkový průzkum u žadatelů a příjemců - březen 2011

Z odpovědí zobrazených na obrázku vyplývá, že většina nástrojů zvolených pro zvyšování znalostí nutných k přípravě žádostí byla zvolena přesně a použita velmi dobře. Většina nástrojů – zejména pak konzultace, webové stránky včetně programové dokumentace a semináře pro žadatele jsou hodnoceny lépe než většina nástrojů použitých pro základní informování veřejnosti a potenciálních partnerů o Programu. Absolutně nejvýše respondenti hodnotí konzultace (velmi přínosné až maximálně přínosné). Výrazně nižší účelnost pro posilování znalostí nutných k přípravě žádostí vyjádřili respondenti u připravených tiskovin a Programové konference. Tyto nástroje jsou svým zaměřením na hranici podávání obecných informací o Programu a posilování znalostí partnerů.

Obdobná otázka byla položena zástupcům subjektů implementujících Program. Výsledky jsou podobné jako u odpovědí partnerů. Hodnocení konzultací, seminářů i e-mailové komunikace jsou prakticky shodné. Partneři ještě více než implementující subjekty oceňují účelnost webových stránek.

Obrázek č. 25 – Váhy přínosu informačních aktivit na získání znalostí pro přípravu žádostí (subjekty)



Zdroj: dotazníkový průzkum u implementačních subjektů - březen 2011

Další otázka:

- Ø Které komunikační aktivity vám nejvíce napomohly zvýšit znalosti pro realizaci projektu?

byla zaměřená na realizátory projektů, kterých byla z řad respondentů většina. Výsledek je prakticky shodný s hodnocením předchozí otázky – k velmi dobře hodnoceným nástrojům přibýlo školení pro příjemce. I v oblasti přípravy na realizaci projektů považují příjemci dotace za nejúčelnější konzultace.

V odpovědích na otázky týkající se zvyšování znalostí partnerů pro přípravu žádosti či realizaci projektu se ani u partnerů ani u implementujících subjektů neobjevily v odpovědi „Jiné“ další příklady toho, jakým způsobem byly znalosti zvyšovány. To lze vyložit tak, že byly zvoleny a využity obvyklé způsoby posilování znalostí partnerů.

Další možný pohled na dosažení specifického cíle 2 dává porovnání očekávaného počtu podaných a schválených žádostí. Tak jako se nepotvrdily obavy z nízkého počtu podaných žádostí, nepotvrdily se ani obavy z nízké kvality žádostí. Z podaných 445 žádostí bylo registrováno 340 žádostí (76%), které splnily podstatné náležitosti (76%) a prokázaly základní kvalitu přípravy. Ze 340 žádostí projednaných na MV bylo schváleno 202 projektů, což tvoří 60% registrovaných resp. 45% podaných žádostí. Ačkoliv je dokončena pouze malá část projektů, byl dosud registrován zanedbatelný počet nesrovnalostí či zásadního pochybení u schválených projektů, kterých je v realizaci drtivá většina.

Z výše uvedeného je možné odvodit, že přijatá komunikační opatření zaměřená na posílení znalostí partnerů a tedy kvality žádostí a realizace projektů byla účinná.

Jak z výsledků průzkumu, tak z výsledků Programu vyplývá, že specifický cíl 2 je postupně plněn – příprava a realizace projektů byla podpořena všemi plánovanými aktivitami, z nichž většina byly oceněna jako velmi přínosná a že tyto aktivity přispěly k přípravě a realizaci dostatečného počtu kvalitních projektů.

### 1.2.3 Porovnání plánovaných a dosažených ukazatelů

V tabulce níže je uveden souhrn ukazatelů výstupů a výsledků, které jsou uvedeny v kapitole 7 KP. Kromě cílových hodnot jsou uvedeny též skutečné hodnoty dosažené od zahájení Programu do konce roku 2010. Ve sloupci „Poznámky, porovnání“ je provedeno porovnání dosažené a cílové hodnoty a komentováno absolutní splnění cílové hodnoty, či relativní plnění (vůči času, či vůči čerpání prostředků).

Tab. č. 29 – Plnění ukazatelů výstupů Komunikačního plánu

Komunikační Plán			Dosažená skutečnost k 31.12.2010	Poznámky, porovnání
Nástroje (aktivity) informovanosti a publicity	Ukazatele výstupu	Cílové hodnoty		
Tisk, rozhlas, televize	počet výstupů s médii (inzeráty, tiskové zprávy, rozhovory)	40	80	Již splněno a bude využíváno i nadále
Publikace	počet kusů informačních materiálů (brožury / informační letáky/bulletiny)	15 000	108 716	Již splněno a bude využíváno i nadále
Konference	počet uspořádaných konferencí	7	2	Kromě let 2007 a 2008 je aktivita plněna
Akce (semináře, školení, tématická informační setkání, workshopy)	počet uspořádaných akcí	126	206	Již splněno a bude v nižší míře využíváno i nadále
Výstava	počet uskutečněných výstav	5	18	Již splněno a bude v nižší míře využíváno i nadále
Propagační předměty	počet kusů vyrobených propagačních předmětů	11 000	cca 66 800	Již splněno a bude v nižší míře využíváno i nadále
Publicita ze strany příjemců	počet podpořených projektů	450	315	Posoudíme-li k čerpání prostředků, není plněno (bez mikroprojektu)

Zdroj: Komunikační plán Programu a údaje JTS a RS

Z uvedeného přehledu vyplývá, že většina ukazatelů výstupů je splněna již v polovině Programu. Dva ukazatel jsou plněny částečně.

Tab. č. 30 – Plnění ukazatelů výsledků Komunikačního plánu

Nástroje informovanosti a publicity – informační a propagační aktivity	Ukazatele výsledku	Cílové hodnoty	Skutečnost dosažená ukazatele (k 31.12.2010)	Poznámky
Internetové stránky Programu	počet návštěvníků internetových stránek	210 000	71.136	Již jen návštěvy <a href="http://www.cz-pl.eu">www.cz-pl.eu</a> téměř naplňují časovou alikvótnost
Konference	počet účastníků konference	500	300	Již jen 2 konference zajistily časovou alikvótnost
Akce (semináře, tématická informační setkání, workshopy a školení)	počet účastníků akce	3100	7 625	Již splněno a bude v nižší míře využíváno i nadále
Konzultace	počet konzultovaných projektových návrhů	700	2586	Uveden je počet konzultací, projektů bylo více. Již prakticky splněno, navíc bude dál využito.

Z uvedených údajů vyplývá, že 2 ukazatele výsledků stanovené v KP jsou absolutně splněny již koncem roku 2010, což vesměs souvisí s přidělením více než 90% alokovaných prostředků konkrétním příjemcům. U další dvou ukazatelů výsledků je konstatováno alikvotní plnění vzhledem k časovému průběhu Programu.

#### 6.2.4 Porovnání účinnosti a hospodárnost jednotlivých aktivit pro různé cílové skupiny

Pro porovnání účinnosti komunikačních a propagačních aktivit bylo provedeno dotazníkové šetření u implementačních struktur Programu a analýza efektivit jednotlivých aktivit. JTS provedlo hodnocení efektivit na základě podílu nákladů na jednotlivé aktivity a počtem osob jednotlivých cílových skupin ovlivněných danou aktivitou. S ohledem na fakt, že v dotazníkovém šetření nebylo definováno pojetí účinnosti/efektivit, je třeba předpokládat, že je také možné je chápat jako účinek dotyčné aktivity na oslovené (např. nakolik seminář pomohl zvýšit znalosti účastníků). Proto, jsou odpovědi mixem těchto dvou pojetí. Výsledky z této části kapitoly nejsou uváděny graficky, ale jsou krátce popsány. Níže jsou uvedeny výsledky ankety za dvě skupiny aktivit sledující dva specifické cíle Komunikačního plánu.

##### a. Zvýšení povědomí o Programu – veřejné mínění

Pro zvýšení povědomí o Programu u široké veřejnosti a potenciálních projektových partnerů, byly realizovány informační a propagační aktivity uvedené v podkapitole 6.1. Z dotazníkového šetření, které proběhlo u subjektů zapojených do implementace Programu vyplývá, že jako nejefektivnější či nejúčinnější jsou vnímány následující aktivity:

1. semináře
2. www stránky
3. tiskoviny (brožury, letáky aj.)

Výše uvedené aktivity pomáhají oslovit jak širokou veřejnost, tak potenciální projektové partnery. Efektivita měřená cenou na jednu oslovenou osobu je nejlepší u internetových stránek a tiskovin a pohybuje se pod jedno € na jednu informovanou osobu. Semináře z tohoto pohledu jsou méně efektivní (průměr je cca 16 € na jednoho účastníka), jde však o aktivitu na hranici plnění 1. a 2. specifického cíle, proto přispívají realizaci obou. Nejlepší výsledek v anketě tedy znamená, že u seminářů dochází k nejlepšímu předání informací o Programu, byť finanční vyjádření není takové jako u webových stránek či tiskovin.

Další aktivity zaměřené na informování veřejnosti a potenciálních projektových partnerů o Programu nebyly hodnoceny jako účinné. Je to možná proto, že u novinových článků resp. rozhlasových či televizních relací je obtížné stanovovat efektivitu. Tu lze měřit několika způsoby. Náklady na inzerát či placený článek lze vyjádřit poměrně snadno, problém je v měření účinku inzerátu či článku. Efektivitu lze měřit počtem výtisků, počtem čtenářů či počtem čtenářů z cílové skupiny, kterou chceme informovat. Údaje jsou dostupné pouze u počtu výtisků, efektivita by nás však zajímala především u dvou dalších kategorií. Získat takové údaje je však obtížné.

V každém případě efektivita novinových článků či inzerátů ať už měřená jakoukoliv skupinou čtenářů je vysoká (cca 0,01-0,1 € na výtisk) a její neuvedení respondenty dotazníkového šetření na vyšší pozici v průzkumu lze přičíst spíše problémům při výkladu pojmů „účinnost“ resp. „efektivita“ než tomu, že jejich využití je sporné. Obdobně je možné pohlížet i na rozhlasové či televizní relace.

Doporučení: v souladu s provedenou analýzou výdajů, se zdají být novinové články účinným informačním nástrojem pro veřejnost (která je cílovou skupinou uvedenou v KP). Dokazuje to, že takové propagační aktivity by měly být v budoucnosti také využívány. Kromě toho by měly být v širší míře využívány internetové stránky s příklady dobré praxe v realizovaných projektech a informacemi o postupu Programu.

##### b. Etapa přípravy nebo realizace projektu

V souladu s výsledky získanými z dotazníkového šetření pro subjekty zapojené do implementace Programu (otázka č. 2) jsou považovány za nejefektivnější propagační nástroje, využívané ve fázi přípravy projektu, následující aktivity:

1. osobní konzultace
2. semináře
3. e-mailová / telefonická komunikace
4. www stránky

Organizaci všech výše uvedených propagačních aktivit zajistili buď JTS, RS či kontroloři. Efektivita těchto aktivit v poměru k vynaloženým výdajům na jejich realizaci je velmi dobrá. Obdobně jako v případě analýzy v bodě a) zvyšování povědomí o Programu, jsou výdaje na vybavení jedné osoby informacemi velmi nízké s výjimkou seminářů kde jsou jednotlivé výdaje vyšší, ale pro zvýšení znalostí potenciálních projektových partnerů mají nezastupitelnou roli. U seminářů však není doporučeno poměřovat efektivitu stejným způsobem jako u ostatních uvedených aktivit, kdy s ohledem na možnost bezprostřední spolupráce a získávání odborných informací, charakterizuje tuto formu informačních aktivit vysoká přidaná hodnota. S ohledem na výši výdajů je doporučeno jejich srovnání s výdaji na obdobné aktivity v jiných programech. Z tohoto pohledu lze konstatovat, že výdaje na pořádání seminářů a školení byly s výdaji cca 16 € na proškolenou osobu velmi hospodárné.

Slabou stránkou konzultací a e-mailové / telefonické komunikace je jejich časová náročnost a s tím spojený menší počet zrealizovaných aktivit. Jedná se však o aktivity, které mají spolu se semináři největší vliv na zvýšení kvality připravovaných projektů. Účelnost a účinnost těchto aktivit potvrzuje významné procento registrovaných projektů v dalších příjmech žádostí počínaje rokem 2008. Internetové stránky se zdají být nejuniverzálnějším komunikačním nástrojem, i když se dosud jednalo spíše o jednostrannou komunikaci bez individuální a specifické zpětné vazby. Jednalo se také o nejčastěji využívaný a základní zdroj informací, na který poukázala široká veřejnost (potenciální žadatelé a příjemci dotace).

Doporučení: Vzhledem k postupu realizace Programu bude využití aktivit vedoucích k přípravě či realizaci projektů omezený. V budoucnu navrhuje při menším počtu aktivit zlepšovat jejich meritorní obsah a kvalitu. Aktivity budou zaměřené především na příjemce dotace v Programu.

Kromě aktivit zmíněných v části a. či b. tohoto odstavce zbývá zmínit efektivitu či hospodárnost Výroční konference, výstavy o Programu a propagačních předmětů.

Výroční konference jako větší informační aktivita vycházející z Nařízení EK je velmi specifická propagační aktivita, u které lze obdobně jako u seminářů či školení hodnotit pouze hospodárnost. Ta byla prověřena a je na velmi dobré úrovni.

Výstava o Programu má obdobnou efektivitu jako tiskoviny (po 1 € na jednu oslovenou osobu) a přesto, že nebyla dobře hodnocena ani projektovými partnery ani subjekty implementujícími Program, její efektivita je velmi dobrá. To, co snižuje hodnocení účinnosti výstavy je její úzký záběr na cílovou skupinu. Výstava byla využita jako doplňkový informační nástroj při seminářích, školeních, MV a Výroční konferenci a svoji roli takto jistě splnila. Jako samostatný propagační nástroj je její širší využití sporné pro její obtížné představení širšímu publiku.

Propagační předměty jsou další specifická propagační aktivita, jejíž účinnost je obtížné hodnotit. Obdobně jako výstava byly propagační předměty využívány jako doplňková a zajímavá propagační aktivita při jiných informačních akcích jako Výroční konference, semináře, školení, MV, konzultace aj. Opět je vhodnější všimnout si hospodárnosti, která byla zajišťována jednak pečlivým výběrem propagačních předmětů a vybíráním dodavatele pomocí výběrových řízení. Přesto lze konstatovat, že propagační předměty mají ze všech informačních a propagačních aktivit nejnižší účinnost.

### **1.3 – Vyhodnocení relevance, užitečnosti, dopadu a způsobu implementace KP**

V této podkapitole jsou výsledky průzkumu, průběhu realizace Programu a zkušeností z využívání komunikačních a propagačních opatření prověřeny z hlediska potřebnosti a užitečnosti aktivit uvedených v KP pro další průběh Programu. Je posouzeno dosavadní rozdělení kompetencí při zajišťování propagace a informovanosti o Programu mezi instituce implementující Program a je provedeno shrnutí včetně návrhů na další zaměření komunikačních a propagačních opatření pro zbývající část Programu.

#### **1.3.1 – Prověření relevantnosti a užitečnosti**

Pro zjištění, které propagační a informační opatření je dobré i nadále využívat, protože jsou pro zbytek Programu relevantní a užitečné je využito přímé odpovědi z dotazníkového šetření u subjektů zapojených do implementace Programu. Z odpovědi vyplývá, že za nejpotřebnější jsou považovány následující aktivity:

1. školení pro příjemce dotace
2. www stránky
3. konzultace

Potřebnost a užitečnost školení pro příjemce, na kterých jsou příjemci dotace z ERDF seznámeni s realizační fází projektu je v polovině programového cyklu pochopitelná. Pro příjemce dotace jsou přínosné

bezesporu informace týkající se veřejných zakázek, kontroly výdajů na úrovni partnera a projektu, předkládání monitorovacích zpráv nebo pravidel publicity. S vyčerpáním prostředků a tedy neexistencí nových příjemců však bude významu tohoto nástroje v závěru Programu ubývat.

Dalším užitečným a relevantním nástrojem byly hodnoceny internetové stránky, pomocí kterých ŘO, NO a JTS průběžně informují o aktuálních změnách v programové dokumentaci, schvalování žádostí, novinkách týkajících se seminářů, školení, workshopů aj. Ve druhé polovině Programu nebude význam stránek Programu tak výrazný pro seznámení potenciálních žadatelů či příjemců dotace s pravidly Programu, stále však budou velmi užitečné pro řadu cílových skupin. Bude se nadále pokračovat v informování o aktuálních událostech v Programu, rozhodnutích MV včetně zapojení náhradních projektů do realizace, aktuální dokumentaci a především budou zveřejňovány příklady dobré praxe využitelné pro účastníky Programu, zájemce z jiných regionů a řadu dalších subjektů.

Třetím informačním opatřením nadále považovaným za velmi potřebné jsou osobní konzultace jak na JTS v Olomouci, v sídlech regionálních subjektů na české a polské straně hranice, tak i na pobočkách CRR ČR. Potenciální žadatelé/příjemci dotace zde mají možnost osobně konzultovat svoje projektové záměry či problematiku realizace projektu. Konzultace mohou být nápomocné při korigování společných česko-polských cílů, při správném zpracování projektové žádosti, při předkládání průběžných a závěrečných zpráv či vyúčtování projektu.

Nejnižším hodnocením v úrovni „relevantní“ a „málo relevantní“ byly hodnoceny propagační materiály, které dle subjektů zapojených do implementace Programu, nemají příliš velký vliv na zvýšení zájmu o Program. Je tedy k diskusi, nakolik tento propagační nástroj využít v další fázi Programu, pro které cílové skupiny a při jakých příležitostech tohoto nástroje využít, aby byla maximalizována jeho užitečnost.

Ostatní informačně-propagační aktivity byly hodnoceny z hlediska potřebnosti v úrovni mezi „relevantní“ a „velmi relevantní“. Všechny nástroje uvedené v KP pro informování a propagaci Programu jsou tedy využitelné v další fázi Programu. Jejich podíl se však bude měnit oproti počáteční fázi v závislosti na vyčerpání prostředků. Od počáteční propagace Programu a získávání zájmu potenciální partnerů o účast v Programu přes školení příjemců se bude zvyšovat vliv nástrojů seznamujících účastníky Programu a širokou veřejnost s výsledky Programu. Významnější roli mohou hrát propagační nástroje, které ve střední fázi Programu nebyly příliš využívány jako jsou tisk, rozhlas či televize.

Doporučení: Vzhledem k tomu, že od druhé poloviny roku 2011 bude probíhat komunikace především s příjemci dotace a také, jak se můžeme domnívat, vyžívání internetové stránky jak příjemci dotace, tak i širokou veřejností. JTS by mělo společně s ostatními subjekty zapojenými do implementace Programu rozpracovat použití propagačních nástrojů především pro informování široké veřejnosti o dosažených výsledcích Programu popř. přípravě nadcházejícího programovacího období.

### **1.3.2 – Prověření funkčnosti způsobu implementace KP**

V rámci komunikačního plánu je definováno rozvržení povinností subjektů zapojených do implementace Programu za jednotlivá informační a propagační opatření. Rozvržení těchto kompetencí je podrobně popsáno v kapitole 5. KP. ŘO zodpovídá za řízení Programu a dodržování závazků týkajících se informování a propagace, NO koordinuje zabezpečení požadované informovanosti a propagace na polském území. JTS poskytuje informace a propaguje Program v souladu s KP, RS spolupracují s JTS na podpoře a propagaci Programu.

Veškeré propagační aktivity jsou realizovány v úzké spolupráci JTS s ostatními českými a polskými implementačními subjekty. Koordinovány jsou semináře, školení, workshopy a společné konzultace. Implementační subjekty se vzájemně informují o zpracovávaných brožurách, letácích a jiných publikacích. O dalších svých drobnějších propagačních aktivitách jsou implementační instituce informovány při pravidelném předávání informací potřebných pro zpracování Výroční zprávy či jiných přehledů o aktivitách Programu.

Dalším důležitým faktorem, který poukazuje na funkční rozdělení zodpovědnosti implementačních subjektů za propagační aktivity, může být také velký počet předložených žádostí (od roku 2008 celkem 445). I pro další fázi realizace OPPS ČR-PR 2007-2013 navrhuje ponechat toto funkční rozdělení pravomocí v oblasti propagačních a informačních aktivit mezi subjekty zapojené do implementace Programu.

Doporučení: Při částečné změně zaměření propagačních aktivit v další fázi Programu by se JTS mělo zaměřit na těsnější spolupráci s RS při prezentování příkladů dobré praxe a propagace výsledků Programu široké veřejnosti v příhraničních regionech s cílem využít nástrojů uvedených v KP, které jsou pro tento účel vhodné.

### 1.3.3 – Shrnutí a návrhy na další zaměření informačních a propagačních opatření

Z předchozích odstavců této kapitoly vyplynulo, že k dosažení obou specifických cílů Komunikačního plánu byly zvoleny vhodné nástroje. Z odpovědí partnerů projektů nevyplývalo žádné podstatné doplnění zvolených nástrojů, takže pro zbývající období Programu bude využito opět těchto nástrojů.

Protože v polovině časového vymezení Programu bylo vyčerpáno cca 94% prostředků, je zřejmé, že se Program fakticky dostal do své závěrečné fáze. Dojde k podání, hodnocení a schválení poslední části projektů a realizaci posledních seminářů pro příjemce. Protože další prostředky budou k dispozici v horizontu několika let, dojde ke změně zaměření informačních a propagačních aktivit a jinému naplňování specifických cílů KP.

Informování veřejnosti a potenciálních partnerů o možnostech Programu bude z velké části nahrazeno informacemi o výsledcích Programu. Budou využity ty nástroje, které se osvědčily v první polovině Programu, především pak internetové stránky Programu. Na nich kromě aktualit a rozhodnutí MV budou představeny příklady dobrých projektů a vytvořena celková prezentace Programu pro využití jak účastníků a institucí Programu, tak zájemců o tyto informace z českých, polských ale i jiných regionů.

Pro zveřejňování výsledků Programu a informování o dalších možnostech EÚS budou v dalším období využity i ty nástroje, jejichž použití nenaplnilo možný potenciál. Především pak novin případně dalších médií a internetová stránka Programu. Přiměřeně stavu realizace Programu budou využity velmi dobře hodnocené nástroje – konzultace, písemná a telefonická komunikace a semináře. Zváženo bude využití doplňkových nástrojů informování a propagace – propagačních předmětů a putovní výstavy.