

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ

Národní orgán pro koordinaci

Roční komunikační plán OPTP a MMR–NOK 2024

Verze: 1

Datum: 28. listopadu 2023



Spolufinancováno
Evropskou unií



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

OBSAH

1.	PODPOROU VYŠŠÍ ZNALOSTI KONKRÉTNÍCH PROJEKTŮ K LEPŠÍMU VNÍMÁNÍ FONDŮ EU V ČESKÉ REPUBLICE	4
2.	KOMUNIKAČNÍ TÉMATA A CÍLE	5
3.	Z ČEHO ROČNÍ KOMUNIKAČNÍ PLÁN VYCHÁZÍ?	9
4.	CÍLOVÉ SKUPINY, TÉMATA A CÍLE KOMUNIKACE	10
4.1	Cílové skupiny	10
4.2	Komunikační témata	11
5.	PŘEHLED KOMUNIKAČNÍCH NÁSTROJŮ A AKTIVIT	12
5.1	Mediální kampaně	12
5.2	Pravidelné přílohy v denících a obsahová spolupráce	14
5.3	Eventy pro širokou veřejnost „KDE fondy EU pomáhají“	15
5.4	Soutěže	17
5.5	Ostatní a podpůrné komunikační aktivity	18
5.6	Posilování absorpční kapacity prostřednictvím regionálních Eurocenter a linky Eurofon	20
6.	CELKOVÉ NÁKLADY A FINANCOVÁNÍ	21
7.	EVALUACE A INDIKÁTORY	22
	SEZNAM ZKRATEK	23

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

MANAŽERSKÉ SHRUTÍ

Cílem komunikace MMR-NOK (potažmo OP TP) je udržet vysoké povědomí o evropských fondech u široké veřejnosti a posílit pozitivní vnímání přínosů podpořených projektů jak pro většinu společnosti, tak pro region, ve kterém žijí a jejich nejbližší okolí. Druhou komunikační linkou je informovat možnostech financování z programového období 2021-2027 cílovou skupinu potenciálních žadatelů a informovat o průběhu čerpání a vyjednávání budoucí podoby politiky soudržnosti po roce 2027 odbornou veřejnost a média.

Vůči široké veřejnosti je stěžejním komunikačním tématem podpora znalosti konkrétních projektů a jejich přínosu pro společnost sjednocená pod brand „Kde fondy EU pomáhají“. Tuto linku naplňují formáty přímé komunikace (eventy), realizace lokálně zaměřených digitálních video kampaní, spolupráce se streamovacími platformou a obsahová spolupráce s deníky a realizace dílčích kampaní na sociálních sítích Facebooka Instagram. Navážeme na v roce 2023 vyzkoušené formáty nativní reklamy a připravíme regionálně zaměřenou outdoorovou a digitální kampaň založenou na fotodokumentaci stavu projektů před a po realizaci investice z fondů EU. V souladu s cílem brandu „Kde fondy EU pomáhají“ plánujeme v roce 2024 pilotní mediální spolupráci formou product placementu s vybraným mediálním domem (TV, případně rádio). V rámci aktivity brandu „Kde fondy EU pomáhají“ bude dle možností a ve spolupráci s Úřadem vlády ČR připomenuto výročí 20 let vstupu ČR do EU.

V létě / na podzim v roce 2024 předpokládáme realizaci nové integrované komunikační kampaně s nově soutěženým dodavatelem kreativního řešení nadlinkové kampaně s cílem zvýšit povědomí o významu a přínosu evropských fondů pro rozvoj regionů, konkurenceschopnosti a pro život obyvatel v České republice (do roku 2023 realizováno pod komunikační linkou *100 000 projektů pro lepší Česko*). Nově chceme využít nativních forem digitální reklamy / obsahové spolupráce i pro téma politiky soudržnosti vůči odborné veřejnosti a to i za využití výstupů stěžejních evaluací MMR-NOK dokončených v roce 2023.

Komunikaci vůči cílové skupině potenciálních žadatelů o dotace, žadatelů a příjemců podpory naplňuje především činnost sítě regionálních Eurocenter a informační linky Eurofon, které jsou součástí Integrovaného informačního systému provozovaného ve spolupráci s Úřadem vlády ČR. Jedná se především o realizaci primárních konzultací a prezenčních i online seminářů. Pokračovat budeme i v produkci a mediální podpoře podcastové série Evropské fondy v programovém období 2021-2027 a propagaci finančních nástrojů. Speciální cílovou skupinou, na kterou se opakovaně v komunikačním plánu zaměřujeme, jsou středoškolští studenti (přednášky na školách, soutěže Navrhni projekt a EU4U).

Informačním zdrojem pro většinu cílových skupin nadále zůstává webový portál o evropských fondech www.dotaceEU.cz naplňující požadavek obecného nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2021/1060 ze dne 24. června 2021 na zastřešující webový portál. Naplňována bude komunikační strategie vůči cílovým skupinám odborné veřejnosti a potenciálním žadatelům na sociálních sítích Facebook a LinkedIn – profil DotaceEU.

Součet indikativních nákladů na plánované komunikační aktivity v roce 2024 činí **61.545.000Kč vč. DPH**.

2. KOMUNIKAČNÍ TÉMATA A CÍLE

Při plánování komunikačních témat a aktivit v roce 2024 stavíme na udržení a podpoře obecného povědomí o evropských fondech u široké veřejnosti a klademe důraz na znalost konkrétních projektů a přínosů politiky soudržnosti v regionech v nejbližším okolí běžného občana ČR. V říjnu 2023 proběhlo zatím poslední dotazníkové šetření o míře povědomí o evropských fondech v ČR.

Indikátor	2023 INBOOX (% odpovědí ano, spíše ano)
Míra povědomí široké veřejnosti o fondech EU <i>Slyšel/a jste někdy o evropských fondech (fondy EU, evropských dotacích)?</i>	89 %
Míra znalosti podpořených projektů cílové skupiny široká veřejnost <i>Znáte nějaký projekt, který byl financován z evropských fondů?</i>	45 % (Eurobarometr 70 %)
Míra pozitivního vnímání přínosů politiky soudržnosti u cílové skupiny široká veřejnost:	
- Jak hodnotíte přínosy evropských fondů pro život obyvatel ČR?	78 %
- Jak hodnotíte přínosy evropských fondů pro život obyvatel ve Vašem regionu/kraji?	77 %
- Jak hodnotíte přínosy evropských fondů pro Vás osobně?	64 %

Zdroj: INBOOX, říjen 2023, n=1040, CAWI, dostupné v Knihovně evaluací na www.dotaceEU.cz

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

Kde fondy EU pomáhají (téma č. 1)

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

Název aktivity/akce	Popis	Očekávaná návštěvnost/ na akci/stánku	Plánovaný počet opakování v roce 2024
Dny otevřených dveří na projektech podpořených z fondů EU	Celodenní akce napříč ČR. Zdarma otevíráme nepřístupné prostory nebo prostory, kde se platí vstup – zajištění prohlídek projektů podpořených z fondů EU (červen–září). Doprovodný program – prověřené aktivity (např. kolo štěstí, plackovačka, fotokoutek, malování na obličej, virtuální realita atd.), podium s programem. .	1000 + min. 400 návštěvnost prohlídek	10
Česko netradičně - streaming videí z podpořených projektů z vybraných měst	Představení cca 8 projektů z jednoho města v sérii 10 – 15 videí z celkem 4 měst na platformě Stream.cz Současně budou promovány krátce video sestřihy pro sociální síť.	1000 zhlédnutí na jedno město	4
Prezentace na letních hudebních festivalech	Typ „Votvírák“ - Rozvoj konceptu a vlastní realizace akce "V pohybu s Evropskými fondy", tedy prezentace konceptu na hudebním festivalu Votvírák v roce 2024.	průchod stanem 1 až 2 tisíce	1
	Typ „Regionální festivaly“ - organizační zajištění jednodenní prezentace přínosů evropských fondů na 10 vybraných festivalech navržených vybraným dodavatelem, a to vždy v jiném kraji. Stan 6x3m + aktivity – kolo štěstí, VR a navržená aktivita.	průchod stanem cca 500	10
Putování po projektech	Putování návštěvníky zavede k příjemcům podpory z fondů EU a ukáže jim zajímavá místa, kam by se běžně nedostali. Putování po projektech často bývají tematicky zaměřená a jsou určena pro menší skupiny osob.	20 až 40	28
Den s projektem	Cílem je ukázat veřejnosti, kde fondy EU pomáhají prostřednictvím několika komentovaných prohlídek na jednom projektu v jednom dni. Prohlídkami by mělo projít minimálně 200 osob. Mimo prohlídek by měl být k dispozici i menší doprovodný program, jako jsou osvědčené aktivity (plackovačka, kolo štěstí, VR...) a případně stánky partnerů, kteří se zabývají EU (Europe Direct, Úřad Vlády, API, zástupci OP...). . Na akci není potřeba podium ani moderátor a konat by se měla v období od dubna do října.	cca 200 návštěvnost prohlídek	14
Účast na již probíhající akci	Připojení se, k již probíhající akci. V případě potřeby zajištění stanu, dovezení ověřených aktivit, které se vejdou do stanu (např. kolo štěstí, plackovačka, fotokoutek, virtuální realita atd.)	200 až 500 podle velikosti akce	28

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

K zviditelnění konkrétních projektů bude realizována i **OOH a digitální kampaň** „Před a po“ v přibližně 13 regionech využívající fotodokumentaci projektů před a po realizaci investice.

Příklad vizuálu plánované kampaně (*pracovní verze*):



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

V souladu s cílem brandu „Kde fondy EU pomáhají“ plánujeme v roce 2024 pilotní mediální spolupráci formou product placementu s vybraným mediálním domem (TV, případně rádio). Nákupem mediálního prostoru rozšíříme zásah již vytvořeného nativního obsahu [Česko: Tisíce příběhů s dobrým koncem](#).

V rámci aktivity brandu Kde fondy EU pomáhají bude dle možností a ve spolupráci s Úřadem vlády ČR připomenuto **výročí 20 let vstupu ČR do EU**.

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

Nová komunikační linka (téma č. 2)

V 1. polovině roku 2024 bude vysoutěžen dodavatel nového kreativního řešení nadlinkové komunikace evropských fondů pro dlouhodobou spolupráci a do konce roku 2024 se uskuteční pilotní integrovaná kampaň v TV, digitálních médiích apod. Jejím hlavním cílem je zvýšení povědomí o tématu – EU / evropské fondy pomáhají v rozvoji regionů, konkurenceschopnosti a zkvalitnění života v regionech - a podpořit tak dílčí komunikační aktivity výše uvedené.

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

Možnosti financování v programovém období 2021-2027 a proměny politiky soudržnosti po roce 2027 (téma č. 3)

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

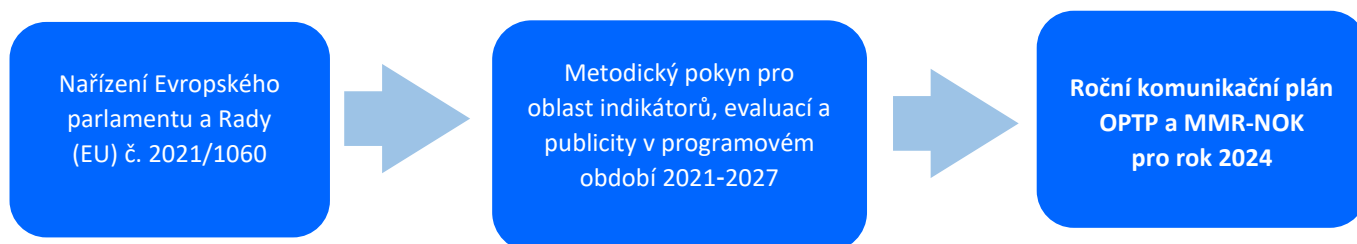
- aktualizace obsahu webového portálu dotaceEU.cz
- zajištění provozu Generátoru nástrojů povinné publicity pro PO 2021-2027
- tvorbu a zajištění tisku přehledných infografik a stručných letáků
- pokračování ve videostreamingu klíčových konferencí a výrobě podcastů (rozhovory s příjemci, představení připravovaných výzev napříč programy apod.),
- vydávání tiskových zpráv,
- zajištění odpovědí na novinářské dotazy,
- realizace seminářů v regionech,
- konzultace k projektovým záměrům (Eurocentra a linka Eurofon)
- nově: nativní obsahová spolupráce s vybraným českým mediahousem zaměřená na odbornou veřejnost

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

3. Z ČEHO ROČNÍ KOMUNIKAČNÍ PLÁN VYCHÁZÍ?

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

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



Koordinace publicity fondů EU

Koordinace na národní úrovni probíhá na *Pracovní skupině pro informování a publicitu fondů EU 2021-2027* (dále jen PS Publicita), která slouží jako platforma pro spolupráci na společných komunikačních aktivitách NOK a řídicích orgánů programů.

Pro posílení koordinace slouží *Metodický pokyn pro oblast indikátorů, evaluací a publicity v programovém období 2021-2027*, který nastavuje společná pravidla, která jsou v programovém období 2021-2027 platná pro řídicí orgány programů.

4. CÍLOVÉ SKUPINY, TÉMATA A CÍLE KOMUNIKACE

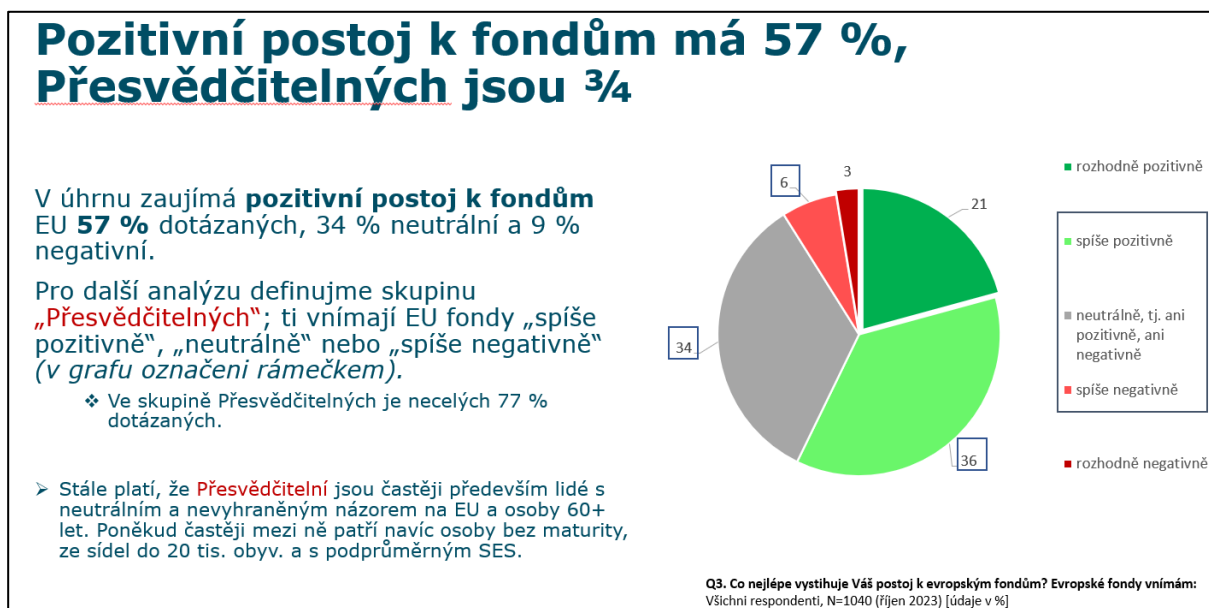
4.1 Cílové skupiny

Komunikační aktivity uvedené v tomto Ročním komunikačním plánu mají definovány hlavní **cílové skupiny**:

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

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

Cílová skupina široká veřejnosti byla dále segmentována na základě dotazníkového šetření a navazujících fokusních skupin v roce 2021 podle postoje k EU a definovány byla skupina tzv. přesvědčitelných, kteří zaujímají neutrální postoj nebo mají negativní vztah k EU, ale připouštějí změnu postoje. Poznatky o cílové skupině jsou využity při tvorbě komunikačních kampaní a při plánování nákupu médií a sociodemografické údaje byly revidovány i při zatím poslední dotazníkovém šetření na podzim 2023.



Zdroj: Závěrečná zpráva *Hodnocení povědomí veřejnosti o problematice fondů EU*, Inboox, říjen 2023

4.2 Komunikační témata

Pro rok 2024 byly definovány pro cílovou skupinu široká veřejnost níže uvedená komunikační témata, která se v Tabulce č. 1 dále člení dle jednotlivých podskupin cílové skupiny.

Tab. č. 1: Přehled cílových skupin a komunikačních témat pro rok 2024

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

* 1 – Kde fondy EU pomáhají

2 – Nový komunikační koncept (dříve 100 000 projektů pro lepší Česko)

3 – Možnosti financování v programovém období 2021-2027 a proměna politiky soudržnosti po roce 2027

5. PŘEHLED KOMUNIKAČNÍCH NÁSTROJŮ A AKTIVIT

5.1 Mediální kampaně

Cílová skupina: především široká veřejnost s důrazem na komunikaci k cílové skupině tzv. přesvědčitelných lidí (neutrální postoj nebo negativní vztah k EU, ale připouštějící změnu postoje), v případě některých kampaní bude cílení dále zúženo v rámci digitálních médií (například užší regionální zásah). Indikace ve třetím sloupci tabulky, zdali je mediální kampaň cílena odlišně.

komunikační aktivita / nástroj	médium	cílová skupina	specifikace	počet	předpokládaný harmonogram	indikativní rozpočet v Kč s DPH	realizace v rámci VZ
Kampaň Před a po	OOH, digitál, SOME	ŠV	Kampaň založená na fotkách projektů před a po investici z fondů EU.	1	2.Q 2024	2.420.000	DNS na nákup médií (produkce inhouse a s využitím služeb grafika)
Dílčí digitální kampaně Kde fondy EU pomáhají	Digitál, SOME	ŠV	Digitální kampaň zaměřující se na propagaci úspěšných projektů formou krátkých videí natočených v rámci eventů, bannerová reklama apod., podpora soutěží na SOME a internetu	1	1.- 4.Q 2024	2 178 000 (nákup médií)	Rámcová smlouva na nákup online prostoru 2 (Knoworigin)
Masmediální kampaň s novým kreativním konceptem	TV Digitál, SOME print (tbc)	ŠV	Podoba kampaně bude specifikována na základě vítězné nabídky uchazeče	1	3.-4Q 2024	4.235.000 (kreativa a produkce) 18.150.000 (nákup médií)	RS Kreativita 2 - v přípravě DNS na nákup mediálního prostoru
Kampaň „Chytrá cesta ke zdrojům“ o finančních nástrojích www.financninastroje.cz	Digitál, SOME print	OV CSJP	Navazující kampaň představující finanční nástroje jako chytrý způsob podpory podnikatelů z fondů EU. realizace je zamýšlena ve spolupráci s Národní rozvojovou bankou a na základě vyhodnocení	1	2.-3.Q 2024 tbc – podle stavu vyhlášených výzev	200.000 (úprava kreativy a obsahu) 1.210.000 (nákup médií)	DNS na nákup mediálního prostoru

<i>Pozn: Nasazení podle stavu implementace FN ve výzvěch programů 21-27.</i>			(post-testu) první kampaně z 4.Q 2023.				
Česko: Tisíce příběhů s dobrým koncem Doplňková distribuce vyrobeného obsahu o přínosech fondů EU	online	ŠV	Nativní formát reklamy na portále SeznamZprávy – zvýšení zásahu již vyrobeného obsahu nákupem mediálního prostoru / zásahu.	1	1. – 3.Q 2024	592.900	DNS na nákup mediálního prostoru
Česko netradičně	online event / digitál	ŠV	Představení cca 8 projektů z jednoho města v sérii 10 – 15 videí z celkem 4 měst na platformě Stream.cz Současně budou promovány krátce video sestřihy pro sociální síť. (Produkce realizována v roce 2023, dokončeno v lednu 2024, přenos z roku 2023)	4	2.-3.Q/2024 (nasazení do médií)	2.420.000 + 250 000 (Stream.cz)	DNS eventy a objednávka
Kde fondy EU pomáhají – nový koncept ve formě mediální spolupráce / produkt placementu	TV / rozhlas	ŠV	V rámci stávajících diváky / posluchači oblíbených pořadech vyzdihneme přínos fondů EU při proměně místa / památky / služby formou produkt placement. Konkrétní pořad a formát spolupráce bude upřesněn na základě jednání o ceně.	1	3.-4.Q 2024	1.210.000	využití výjimky ze ZZVZ na nákup mediálního prostoru

5.2 Pravidelné přílohy v denících a obsahová spolupráce

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

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

komunikační aktivita / nástroj	médium	cílová skupina	specifikace	počet	předpokládaný harmonogram	indikativní rozpočet v Kč s DPH	Realizace v rámci VZ
Pravidelné přílohy ve vybraném celostátním deníku s regionálním zaměřením	print s přesahem do digitálu a SOME	ŠV	Pravidelná dvoustrana v celostátním deníku (1x měsíčně ve 4 regionálních mutacích) s přesahem do on-line a SOME	12	1.-4.Q /2024	3.025.000	VZ Přílohy
Nový koncept obsahové spolupráce s vydavatelem deníku bez ekonomické rubriky (pilot)	Print / digitál	ŠV	Koncept soutěže / kvízu mezi čtenáři a předplatiteli deníku bez ekonomické rubriky s vysokou čteností.	1	2.-4.Q 2024	484.000	poptávka
Nativní reklama / obsahová spolupráce	digitál	OV	Nativní obsahová spolupráce s vybraným českým mediahousem zaměřená na odbornou veřejnost Cílem této reklamy je zviditelnit smysluplnost silné kohezní politiky i po roce 2027 a informovat o výsledcích plnění jejích cílů na základě dat nejnovějších evaluací.	1	2.-3.Q 2024	2.420.000	VZ

5.3 Eventy pro širokou veřejnost „KDE fondy EU pomáhají“

Cílová skupina: široká veřejnost – s navazující segmentací podle regionální specifikace (užší a regionální zacílení komunikace)

Navrhovaná strategie:

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

Regionální Eurocentra budou pokračovat v realizaci tzv. Putování po projektech, která přibližují malým skupinkám úspěšné projekty. Prostřednictvím Eurocenter budeme přítomni také na veletrzích a dalších akcích v regionech.

Na specifickou podskupinu široké veřejnosti, mladé lidi do 35 let, míříme účastí na hudebních festivalech, a to jak velkých, kde máme připraven atraktivní doprovodný program, tak menších regionálních festivalech, kde návštěvníky chceme zaujmout menší prezentací spojenou s virtuální realitou – prohlídkou podpořených projektů z fondů EU. Obecným cílem je posílit povědomí široké veřejnosti o tom, že projekty podpořené z fondů EU často využíváme, a že tvoří každodenní realitu s pozitivním vlivem na kvalitu našich životů.

Koncept bude dle významu a typu jednotlivých akcí podporován:

1. FB stránkou „KDE fondy EU pomáhají“
2. podstránkou webového portálu DotaceEU.cz - akce.dotaceEU.cz
3. online reklamou

Jednotlivé aktivity jsou pravidelně po každé akci vyhodnocovány evaluací, jejichž výsledky potvrzují zájem cílové skupiny o prezentaci výsledků evropských fondů touto cestou (88 % účastníků chce být informováno). Plnění bude realizováno primárně z DNS na zajištění eventů, podpůrné aktivity z DNS na tiskové služby, nákup propagačních předmětů a případně na nákup mediálního prostoru

komunikační aktivita / nástroj	médium	cílová skupina/podskupina	specifikace	počet	předpokládaný harmonogram	indikativní rozpočet v Kč s DPH
Dny otevřených dveří na projektech podpořených z fondů EU	event	ŠV / rodiny s dětmi	Den otevřených dveří na úspěšných projektech – prezentace úspěšného projektu a dalších regionálních příjemců spolu s doprovodným zábavně-vzdělávacím programem pro celou rodinu.	10	5-10/2024	6.050.000

Prezentace na letních hudebních festivalech	event	ŠV / mladí lidé do 27 let	Interaktivní prezentace přínosů evropských fondů mladým lidem na 1 velkém hudebním festivalu a 10 regionálních menších festivalech.	1 + 10	6-9/2024	4.840.000
Putování po projektech	event	ŠV	Regionální aktivity Eurocenter – putování – malé skupince zájemců je představen jeden projekt v místě / městě. Zájemci se dostanou do často neveřejných prostor projektu s odborným výkladem.	28	1-12/2024	680.000
Den s projektem	event	ŠV, částečně i odborná veřejnost	Prezentace o fondech EU, zejména o podpořených projektech a přínosech, ale také o dotačních možnostech.	14	1-12/2024	850.000
Regionální akce	event	ŠV	Prezentace fondů EU na akcích regionálního významu pro širokou veřejnost.	28	1-12/2024	1.200.000

5.4 Soutěže

Cílová skupina: široká veřejnost – specifická část: studenti SŠ

Navrhovaná strategie:

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

Cílová skupina: široká veřejnost (obecně)

Navrhovaná strategie pro online soutěže:

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

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

komunikační aktivita / nástroj	médium	cílová skupina	specifikace	počet	předpokládaný harmonogram	indikativní rozpočet v Kč s DPH	Realizace v rámci VZ
Soutěž „Navrhni projekt“ 12. ročník	soutěž	ŠV	Soutěž pro studenty SŠ, kdy týmy navrhují projekty, které by zlepšily jejich okolí pod vedením učitele.	1	9/2023-4/2024	250.000 (ceny do soutěže)	poptávka na ceny do soutěže
Soutěž „EU4U“ 6. ročník	soutěž + online propagace na soc. sítích	ŠV	Úkolem je navrhnout propagaci již realizovaného projektu (Natoč video, Vytvoř plakát).	1	9/2023-02/2024	48.000 (ceny do soutěže) 48.000 (cena za propagaci)	poptávka na ceny do soutěže propagace on-line v rámci RS
Soutěž „Najdi projekt ve svém kraji“ 5. ročník	soutěž	ŠV	Soutěž na facebookovém profilu Soutěžte s fondy EU doplněná o mikrosoutěže o propagační předměty.	1	2-6/2024	10.000 (ceny do soutěže)	DNS na propagační předměty
Soutěž „Cestuj a fot“ 14. ročník	soutěž na soc. sítích	ŠV	Letní fotografická soutěž na webových stránkách www.dotaceEU.cz	1	7-8/2024	10.000 (ceny do soutěže)	poptávka na ceny do soutěže

5.5 Ostatní a podpůrné komunikační aktivity

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

aktivita / nástroj	médium	cílová skupina	specifikace	počet	předpokládaný harmonogram	indikativní rozpočet v Kč s DPH	Realizace v rámci VZ
KOMUNIKAČNÍ AKTIVITY ZAMĚŘENÉ NA ODBORNOU VEŘEJNOST							
PR aktivity		OV	Rozhovory a infografiky, speciální přílohy a tvorba obsahu ve spolupráci s externími redaktory, spolupráce se zpravodajskými weby + videostreaming významných akcí + inzerce (on-line, případně ad hoc vybrané tištěné médium)	2	průběžně	605.000	Poptávky, + DNS Eventy, případně Rámcová dohoda na on-line prostor 2
KOMUNIKAČNÍ AKTIVITY ZAMĚŘENÉ NA MÉDIA							
Tiskové zprávy, tiskové konference	PR	M, OV	TZ a TK k aktuálním tématům		příležitostně dle potřeby	0	Interní zdroje
PRŮŘEZOVÉ A OSTATNÍ AKTIVITY							
Generátor nástrojů povinné publicity publicita.dotaceEU.cz	on-line aplikace	CSJP	Provoz aplikace na tvorbu nástrojů povinné publicity pro příjemce (plakáty apod.)		celý rok 2024	100.000	zajištění provozu a případnému rozvoje
Webový portál www.dotaceEU.cz	webové stránky	ŠV, OV, CSJP, M	Provoz zastřešujícího webového portálu fondů EU v ČR		celý rok 2024	1.600.000	zahrnuje provoz webu i jeho rozvoj + přípravu na VZ na nový web

Propagační předměty	propagační předměty	ŠV OV	Podpůrný komunikační nástroj zejména na eventy a jednání	dílejší poptávky v rámci DNS	průběžně	1.200.000	DNS na propagační předměty
Rozšíření fotodatabáze podpořených projektů 4	ostatní	---	Rozšíření fotodatabáze úspěšných projektů realizovaných v PO 2014–2020 – záběry z dronu a fotky s uměleckým zpracováním	1	v průběhu 2024	786.500	VZ na roky 2024
Tiskoviny	print	OV ŠV	Tisk letáků a (do)tisky publikací (NAPŘ. Abeceda fondů EU, regionální mapy podpořených projektů Tipy na výlety + dotisky	3	celý rok 2024	1.650.000	DNS na tisky (zavedeno)
EU pečeť	OOH / print / digitál	ŠV	Podpora zavedených soutěží zviditelněním úspěšných přihlášek / projektů podpořených z fondů EU.	3 až 7	průběžně v roce 2024	423.500	objednávky
Série podcastů Evropské fondy v programovém období 2021 - 2027	audio	OV, CSJP a ŠV	Produkce podcastů	20	Průběžně v roce 2024	150.000	objednávka
Evaluační aktivity a analýzy	-	-	Dotazníkové šetření a evaluace komunikačních aktivit (např. post-testy kampaní) a doplňující analýzy	2	průběžně a dle potřeby 2024	726.000	Hrazeno z projektu Evaluační jednotky NOK v rámci zavedeného DNS

5.6 Posilování absorpční kapacity prostřednictvím regionálních Eurocenter a linky Eurofon

Cílová skupina: potenciální žadatelé, žadatelé a příjemci

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

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

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

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

komunikační aktivita / nástroj	cílová skupina/podskupina	specifikace	počet	harmonogram	indikativní rozpočet v Kč s DPH
Semináře Eurocenter	potenciální žadatelé, žadatelé a příjemci	Semináře na aktuální témata spojená s fondy EU	60	2-6 a 9-12/2023	1.524.600
Konzultace	potenciální žadatelé, žadatelé a příjemci	Primární poradenství v oblasti evropských fondů v regionech.	dle potřeby klientů	1-12/2023	0*
Linka Eurofon	potenciální žadatelé, žadatelé a příjemci	Primární poradenství v oblasti fondů EU po telefonní lince, prostřednictvím e-mailu a on-line chatu na webovém portálu DotaceEU.cz .	dle potřeby klientů	1-12/2023	0*

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

6. CELKOVÉ NÁKLADY A FINANCOVÁNÍ

	kategorie	částka v Kč s DPH
6.1	Mediální kampaně	32.865.000
6.2	Pravidelné přílohy v denících a obsahová spolupráce	5.929.000
6.3	Eventy pro širokou veřejnost	13.620.000
6.4	Soutěže	366.000
6.5	Ostatní a podpůrné komunikační aktivity	7.241.000
6.6	Posílení absorpční kapacity prostřednictvím regionálních Eurocenter a Eurofonu	1.524.600
CELKEM (indikativní náklady) VČETNĚ DPH		61.545.000

Financování bude zajištěno z projektů OPTP 2021-2027 na komunikační aktivity.

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

7. EVALUACE A INDIKÁTORY

Dotazníkové šetření

Po ukončení mediální kampaně bude realizováno dotazníkové šetření o povědomí široké veřejnosti o fondech EU s cílem aktualizovat hlavní a vedlejší indikátory a vyhodnotit efektivitu mediální kampaně. V plánu je post-test kampaně Finanční nástroje: Chytrá cesta ke zdrojům v 1.Q 2024.

Evaluace

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

Indikátory

V roce 2024 budou sledovány a naplňovány především následující indikátory:

Tab. č. 3: Indikátory výsledku

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

SEZNAM ZKRATEK

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