

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ

Národní orgán pro koordinaci

Roční komunikační plán OPTP a MMR–NOK 2025

Verze: 1

Datum: 18. listopadu 2024



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	10
5.	PŘEHLED KOMUNIKAČNÍCH NÁSTROJŮ A AKTIVIT	11
5.1	Mediální kampaně a podpůrné mediální aktivity	11
5.2	Pravidelné přílohy v denících a obsahová spolupráce	13
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 Eurofonu	20
4.	CELKOVÉ NÁKLADY A FINANCOVÁNÍ	21
5.	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), lokálně uzpůsobené fotovystavy úspěšných projektů nebo obsahová spolupráce s deníky. Navážeme na v roce 2024 regionálně zaměřenou outdoorovou a digitální kampaň založenou na fotodokumentaci stavu projektů před a po realizaci investice z fondů EU, která bude trvat déle a zvýšíme tak předpokládaný zásah široké veřejnosti. V souladu s cílem brandu „Kde fondy EU pomáhají“ plánujeme v roce 2025 vyhodnotit a pokračovat ve spolupráci s FTV Prima formou product placementu.

V lednu 2025 bude dokončena nová segmentace cílové skupiny široké veřejnosti, na jejímž základě bude vypsána odkládaná veřejná zakázka na tvorbu nového komunikačního konceptu o přínosech fondů EU pro širokou veřejnost. V průběhu roku pak předpokládáme nasazení první z připravovaných kampaní. V roce 2025 zrealizujeme z předchozího roku odložený formát nativní internetové reklamy pro téma politiky soudržnosti vůči odborné veřejnosti a komunikační podpora Kulatých stolů MMR-NOK na téma přípravy programového období 2028+.

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, propagaci finančních nástrojů společnou kampaní s Národní rozvojovou bankou a šíření povědomí i o dalších evropských zdrojích (unijní programy).

Speciální cílovou skupinou, na kterou se opakovaně v komunikačním plánu zaměřujeme, jsou středoškolská 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 2025 činí **67.283.260 Kč vč. DPH**.

2. KOMUNIKAČNÍ TÉMATA A CÍLE

Při plánování komunikačních témat a aktivit v roce 2025 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 2024 proběhlo zatím poslední dotazníkové šetření o míře povědomí o evropských fondech v ČR.

Indikátor	10/2024 IBRS (% odpovědí ano, spíše ano)
Míra povědomí široké veřejnosti o fondech EU <i>Slyšel/a jste někdy o evropských fondech (fondy EU, evropských dotacích)?</i>	92 %
Míra znalosti podpořených projektů cílové skupiny široká veřejnost <i>Znáte nějaký projekt, který byl financován z evropských fondů?</i>	43 % (Eurobarometr 70 %)
Míra pozitivního vnímání přínosů politiky soudržnosti u cílové skupiny široká veřejnost:	
- Jak hodnotíte přínosy evropských fondů pro život obyvatel ČR?	62 %
- Jak hodnotíte přínosy evropských fondů pro život obyvatel ve Vašem regionu/kraji?	65 %
- Jak hodnotíte přínosy evropských fondů pro Vás osobně?	32 %

Zdroj: IBRS, říjen 2024, n=800, CAWI, dostupné v Knihovně evaluací na www.dotaceEU.cz

Široká veřejnost pozitivně reaguje na konkrétní příklady projektů (= důkazy) a oceňuje přímou komunikaci (eventy). Evaluace v roce 2024 potvrdila hypotézu, že respondenti znající konkrétní projekt ve svém okolí pozitivněji hodnotí i fondy EU / přínos projektů podpořených evropských fondů. Silným argumentem je pro ně konkrétní příklad – fotografie projektu před / po nebo návštěva příjemce (Dny otevřených dveří apod.) Naplnění těchto cílů se zaměřuje především brand *Kde fondy EU pomáhají*.

Výsledky dotazníkového šetření z října 2024 současně potvrzují, že bez větších mediálních kampaní s dostatečným rozpočtem na média klíčové indikátory silně kolísají v čase. I proto činí polovinu indikativního rozpočtu RKoP náklady na nákup mediálního prostoru.

Kde fondy EU pomáhají (téma č. 1)

Na příkladech úspěšných a kvalitních projektů 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 2025
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	Představení cca 4 projektů z jednoho města v sérii 10 – 15 videí na Youtube s placenou propagační podporou včetně výroby audioverze do podcastové série Česko netradičně.	1000 zhlédnutí na jedno město	4
Prezentace na letních hudebních festivalech v regionech	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, v denících (součást placené spolupráce) a nově formátem HbbTV (červené tlačítko). Následná komunikace se zaměří na promování vzniklého obsahu (krátkých video sestřihů, minireportáží z podpořených projektů) na internetu a sociálních sítích.

K zviditelnění konkrétních projektů bude realizována i **OOH a digitální kampaň** „Před a po“ využívající fotodokumentaci projektů před a po realizaci investice V roce 2024 probíhal obdobný koncept kampaně „Před a po“ napříč celou Českou republikou. V každém kraji byly prezentovány dva vybrané projekty v blízkosti jejich realizace prostřednictvím venkovní reklamy na 240 plochách (měsíční výlep na CLV a billboardech) a dvouměsíční kampaně na sociálních sítích. Nový koncept se zaměří na dlouhodobější prezentaci (až 4 měsíce) několika projektů přímo ve městech, s důrazem na výběr méně ale kvalitnějších reklamních ploch.

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, Stavba Moravskoslezského kraje apod.).

V souladu s cílem brandu „Kde fondy EU pomáhají“ plánujeme pokračovat v roce 2025 mediální spoluprací formou product placementu s FTV Prima (pořad Prima Česko) a na jaře proběhne i druhá část fotovýstavy Kde fondy EU pomáhají v jednotlivých krajích a placenou podporou zviditelníme již vyrobený nativní obsah [Česko: Tisíce příběhů s dobrým](#) koncem na Seznamu.

Nově vyzkoušíme obsahovou spoluprací s influencery a možnosti interaktivních formátů digitální out-of-home (OOH) reklamy možností přesahu do sociálních sítí.

Nová komunikační linka (téma č. 2)

V 1. polovině roku 2025 bude vysoutěžen dodavatel nového kreativního řešení nadlinkové komunikace evropských fondů pro dlouhodobou spoluprací a do konce roku 2025 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.

Poznámka: Aktiva byla plánována již v roce 2024, nicméně vzhledem k personálnímu podstavu na odboru bude příprava podkladů pro vypsání veřejné zakázky dokončena v lednu 2025. Součástí příloh bude i nově provedená a popsána segmentace cílové skupiny široká veřejnost s využitím výstupů kvantitativních, ale i kvalitativních metod. Naším záměrem je poskytnout kreativním a mediálním, agenturám více analytických dat pro tvorbu komunikačního konceptu a návrhu strategického media plánování.

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:

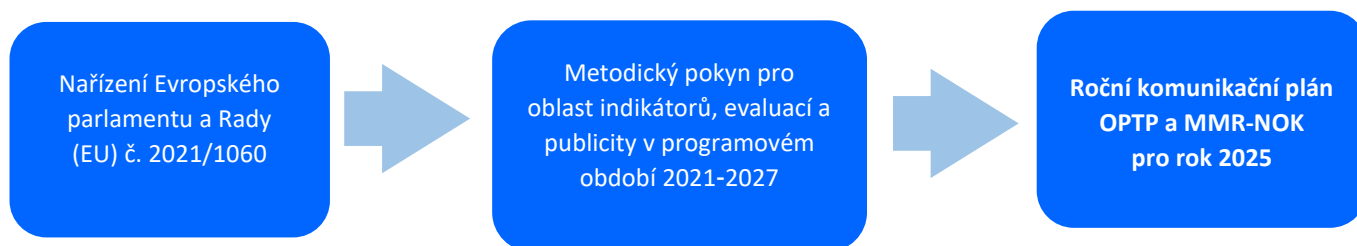
- aktualizace obsahu webového portálu dotaceEU.cz
- zajištění provozu Generátoru nástrojů povinné publicity pro PO 2021-2027
- tvorbu a zajištění tisku přehledných infografik a stručných letáků

- 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 Eurofon)
- nově: nativní obsahová spolupráce s vybraným českým mediahousem zaměřená na odbornou veřejnost

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).

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 a podpůrné mediální aktivity (36.977.600 Kč)

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. a 3 Q 2025	4.840.000	DNS na nákup médií (produkce inhouse a s využitím služeb grafika)
Masmediální kampaň s novým kreativním konceptem	TV Digitál, SOME print (tbc)	ŠV	Podoba kampaně bude specifikována na základě vítězné nabídky uchazeče	1	3.-4. Q 2025	3.025.000 (kreativa a produkce) 18.150.000 (nákup médií)	RS Kreativita 2 - v přípravě DNS na nákup mediálního prostoru
Česko: Tisíce příběhů s dobrým koncem Doplňková distribuce vyrobeného obsahu o přínosech fondů EU	online	ŠV	Nativní formát reklamy na portále Seznam Zprávy – zvýšení zásahu již vyrobeného obsahu nákupem mediálního prostoru / zásahu.	1	1. – 3.Q 2025	363.000	DNS na nákup mediálního prostoru
Česko netradičně	SOME digitál	ŠV	Představení cca 4 projektů z jednoho města v sérii 10 – 15 minutových videí	4	3.-4. Q 2025	2.420.000	RD Kreativita 2 (produkce) DNS na nákup mediálního prostoru
Kde fondy EU pomáhají – mediální spolupráce	TV / rozhlas	ŠV	Spolupráce s FTV Prima, v rámci reportáží pořadu Prima Česko diváky upozorníme na přínos fondů	1	2.-4.Q 2025	1.210.000	využití výjimky ze ZZVZ na nákup mediálního prostoru

			EU při proměně místa / památky, (produkt placement).				
Interaktivní OOH	OOH	ŠV	Přínosy fondů EU komunikované formou interaktivních formátů digitální out-of-home (OOH) reklamy možností přesahu do sociálních sítí.	1	3.-4. Q 2025	1.573.000	DNS na nákup mediálního prostoru
Komunikační podpora eventů Kde fondy EU pomáhají a dílčích produktů (podcasty, videa apod.)	SOME, digitál, HbbTV, OOH (případně rádio a print)	ŠV	Crossmediální komunikační propagace eventů (především Dnů otevřených dveří) a následná komunikace o podpořených projektech a přínosech fondů EU regionálně cílená. Propagace vyrobených podcastů a videí.	2	2.-3.Q 2025	1.452.000	DNS na nákup mediálního prostoru RD online 2
Výstavy Kde fondy EU pomáhají / Tvoříme Evropu	OOH	ŠV	Outdoorová výstava fotopanelů vyrobená pro každý kraj s popisem přínosů fondů EU za 20 let od vstupu ČR do EU.	6	2.-3.Q 2025	1.524.600	DNS eventy (již vyrobeno)
Příběhy úspěšných příjemců	Print a digitál	ŠV / CSJP	Zvýšení dosahu již vyrobeného obsahu dokoupení mediálního prostoru pro již vyrobené reportáže a rozhovory a s úspěšnými příjemců (spolupráce s deníky, podcasty apod.)	1	2.- 4. Q 2025	1.210.000	DNS na nákup mediálního prostoru (ediční úpravy inhouse)
Kampaň „Chytrá cesta ke zdrojům“ o finančních nástrojích www.financninastroje.cz	Digitál, SOME print	OV CSJP	Navazující kampaň představující FN jako chytrý způsob podpory podnikatelů z fondů EU. Realizace je zamýšlena ve spolupráci s NRB.	1	2.-3.Q 2025	1.210.000 (nákup médií)	DNS na nákup mediálního prostoru

5.2 Pravidelné přílohy v denících a obsahová spolupráce (7.260.000 Kč)

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	ŠV	Pravidelná dvoustrana v celostátním deníku (1x měsíčně ve nově v 5 regionálních mutacích) s přesahem do on-line.	12	1.- 4.Q 2025	3.025.000	VZ Přílohy 6
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 2025	2.420.000	VZ Native 3
Influencer marketing	SOME	ŠV	Obsahová spolupráce s influencery přibližující přínos podpořených projektů (pilotní spolupráce).	1	2. - 3. Q 2025	605.000	

Obsahová spolupráce s odborným publisherem	Print a digitál	OV / CSJP	Výroba speciálních příloh a tvorba obsahu ve spolupráci s externími redaktory, spolupráce se zpravodajskými weby a případné zajištění videostreamingu významných odborných akcí.	1-2	2.-4.Q 2025	605.000	
Časopis Regiony nás baví – spolupráce s CRR	print	OV / CSJP	Podpora časopisu Regiony nás baví formou částečné úhrady nákladů na tisk časopisu.	10	1.-4.Q 2025	605.000	DNS tisky

5.3 Eventy pro širokou veřejnost „KDE fondy EU pomáhají“ (10.938.400 Kč)

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 regionálních hudebních festivalech, kde návštěvníkům připravíme zábavně edukační program o EU a evropských fondech. 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 / HbbTV / výlepem apod.

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	5-10/2025	5.445.000

Prezentace na letních hudebních festivalech	event	ŠV / mladí lidé do 27 let	Interaktivní prezentace přínosů evropských fondů mladým lidem na 10 regionálních festivalech.	13	6-9/2025	3.025.000
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.	65	1-12/2025	471.900
Den s příjemcem	event	ŠV, částečně i odborná veřejnost	Prezentace o fondech EU, zejména o podpořených projektech a přínosech, ale také o dotačních možnostech.	13	1-12/2025	508.200
Regionální akce	event	ŠV	Prezentace fondů EU na akcích regionálního významu pro širokou veřejnost.	28	1-12/2025	1.149.500
Prezentace příležitostí fondů EU na veletrzích	event	OV / CSJP	Prezentace zaměřená na odbornou veřejnost a potenciální žadatele a příjemce	7	1-12/2025	338.800

5.4 Soutěže (280.720 Kč)

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“ 13. ročník	soutěž	ŠV	Soutěž pro studenty SŠ, kdy týmy navrhují projekty, které by zlepšily jejich okolí pod vedením učitele.	1	9/2024-4/2025	232.320 (ceny do soutěže)	poptávka na ceny do soutěže
Soutěž „EU4U“ 7. ročník	soutěž + online propagace na soc. sítích	ŠV	Úkolem je navrhnout propagaci již realizovaného projektu (Natoč video, Vytvoř plakát).	1	9/2024-02/2025	48.400 (ceny do soutěže)	poptávka na ceny do soutěže
Soutěž „Najdi projekt ve svém kraji“ 6. ročník	soutěž	ŠV	Soutěž na facebookovém profilu Soutěžte s fondy EU doplněná o mikrosoutěže o propagační předměty.	1	2-6/2025	0 Kč (ceny do soutěže formou propagačních předmětů)	
Soutěž „Cestuj a fot“ 15. ročník	soutěž na soc. sítích	ŠV	Letní fotografická soutěž na webových stránkách www.dotaceEU.cz	1	7-8/2025	0 Kč (ceny do soutěže formou propagačních předmětů)	

5.5 Ostatní a podpůrné komunikační aktivity (8.263.300 Kč)

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 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 2025	96.800	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 2025	968.000	zahrnuje provoz webu i jeho rozvoj
			Design a vývoj nového webu		průběžně 2025	1.815.000	přípravu a VZ na nový web
Propagační předměty	propagační předměty	ŠV OV	Podpůrný komunikační nástroj zejména na eventy a jednání	díčí poptávky v rámci DNS	průběžně	1.815.000	DNS na propagační předměty
Rozšíření fotodatabáze podpořených projektů	ostatní	---	Rozšíření fotodatabáze úspěšných projektů realizovaných v PO 2014–2020 fotky s uměleckým zpracováním, případně dofocení projektů pro kampaň Před a po	1	v průběhu 2025	484.000	poptávka
Tiskoviny	print	OV ŠV	Tisk letáků a (do)tisky publikací	3	celý rok 2025	1.694.000	DNS na tisky (zavedeno)

DTP a grafické práce			Služby grafika		průběžně	605.000	objednávka
EU pečeť	OOH / print / digitál	ŠV	Podpora zavedených soutěží zviditelněním úspěšných přihlášek / projektů podpořených z fondů EU.	3 až 7	průběžně v roce 2025	605.000	objednávky
Série podcastů Evropské fondy v programovém období 2021 - 2027	audio	OV, CSJP a ŠV	Produkce podcastů	20	Průběžně v roce 2025	181.500	objednávka
Evaluační aktivity a analýzy	-	-	Dotazníkové šetření a evaluace komunikačních aktivit (např. post-testy kampaní) a doplňující analýzy	2	průběžně a dle potřeby 2024	---	Hrazeno z projektu Evaluační jednotky NOK

5.6 Posilování absorpční kapacity prostřednictvím regionálních Eurocenter a Eurofonu (3.562.240 Kč)

Cílová skupina: potenciální žadatelé, žadatelé a příjemci

Aktivity na posílení absorpční kapacity na horizontální úrovni jsou realizovány prostřednictvím regionální sítě Eurocenter a Eurofonu.

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. Nově se zaměříme na vývoj e-learningového kurzu formou videí on demand (VoD) pro téma projektového řízení v kontextu fondů EU.

Linka **Eurofon** odpovídá na dotazy prostřednictvím e-mailu či on-line chatu umístěného na zastřešujícím webovém portálu www.DotaceEU.cz.

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	52	2-6 a 9-12/2023	1.384.240
VoD seminář na téma projektového řízení -	potenciální žadatelé, žadatelé a příjemci	vývoj elearningu včetně provozu LMS	1	3. Q 2025	2.178.000
Konzultace	potenciální žadatelé, žadatelé a příjemci	Primární poradenství v oblasti evropských fondů v regionech.	dle potřeby klientů	1-12/2023	0*
Eurofon	potenciální žadatelé, žadatelé a příjemci	Primární poradenství v oblasti fondů EU 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).

4. CELKOVÉ NÁKLADY A FINANCOVÁNÍ

	kategorie	částka v Kč s DPH
6.1	Mediální kampaně a podpůrné mediální aktivity	36.977.600
6.2	Pravidelné přílohy v denících a obsahová spolupráce	7.260.000
6.3	Eventy pro širokou veřejnost	10.938.400
6.4	Soutěže	280.720
6.5	Ostatní a podpůrné komunikační aktivity	8.263.300
6.6	Posílení absorpční kapacity prostřednictvím regionálních Eurocenter a Eurofonu	3.562.240
CELKEM (indikativní náklady) VČETNĚ DPH		67.283.260

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

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

5. EVALUACE A INDIKÁTORY

Dotazníkové šetření

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

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 2025 budou sledovány a naplňovány především následující indikátory:

Tab. č. 3: Indikátory výsledku

kód národního číslníku	indikátor	měrná jednotka
80120	Míra informovanosti o фондах EU u cílových skupin	%
80110	Míra znalosti podpořených projektů u cílových skupin	%
80130	Míra povědomí široké veřejnosti o фондах EU	%
	Míra pozitivního vnímání přínosů politiky soudržnosti u cílové skupiny široká veřejnost	%

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
OP	Operační program
OV	Odborná veřejnost
OPFEU	Odbor publicity fondů EU
OPTP	Operační program Technická pomoc
PO	Programové období
PS	Pracovní skupina
RKoP	Roční komunikační plán
ŘO	Řídící orgán
SŠ	Střední škola
ŠV	Široká veřejnost
ÚV ČR	Úřad vlády České republiky