



DOSTUPNÝ



MODERNÍ



AKTIVNÍ



ZDRAVÝ



ÚSPORNÝ



PERSPEKTIVNÍ



KULTURNÍ

Roční komunikační plán IROP 2022

schváleno Monitorovacím výborem IROP dne 13. 10. 2021



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
Integrovaný regionální operační program



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR



DOSTUPNÝ



MODERNÍ



AKTIVNÍ



ZDRAVÝ



ÚSPORNÝ



PERSPEKTIVNÍ



KULTURNÍ



DOSTUPNÝ



MODERNÍ



AKTIVNÍ



ZDRAVÝ



ÚSPORNÝ



PERSPEKTIVNÍ



KULTURNÍ

Osnova

Osnova

1. Manažerské shrnutí	2
2. Komunikační cíle a cílové skupiny	3
3. Rizika v souvislosti s plněním komunikačního plánu	6
4. Indikátory	7
5. Evaluace	8
6. Seznam zkratk	10
7. Seznam příloh	10



DOSTUPNÝ



MODERNÍ



AKTIVNÍ



ZDRAVÝ



ÚSPORNÝ



PERSPEKTIVNÍ



KULTURNÍ



1. Manažerské shrnutí

Roční komunikační plán („RKoP“) IROP 2022 vznikl na základě povinnosti ŘO zajišťovat publicitu IROP v programovém období 2014–2020 a na základě povinnosti vyplývající z kapitoly 5.2 Metodického pokynu pro publicitu a komunikaci ESI fondů v programovém období 2014–2020. Tento dokument navazuje na Společnou komunikační strategii Evropských strukturálních a investičních fondů („SKS ESIF“) a zpřesňuje navržené postupy pro komunikaci a publicitu IROP v Komunikačním plánu („KoP“) IROP 2015–2023.

Průzkum z června 2020¹ ukázal, že IROP zná 25 % populace. Ve srovnání s rokem 2019 došlo k poklesu povědomí o IROP z 41,1 % na 24,9 %, tedy o 16,2 p. b. z důvodu postupného oslabování efektu massmediální kampaně Zateplování a Památky vlivem zapomínání. Průzkum z roku 2020 dále přinesl hlavní zjištění a to, že je **mediamix při komunikaci se širokou veřejností zvolen velmi dobře**. Největší informovanost je díky využití nejsilnějších mediátypů – televize a internet. Lidé, **kteří vypověděli, že znají IROP**, se poprvé o IROP dozvěděli z internetových stránek (20 %) a z televize (19, 5 %). Mezi další zjištění patří, že **IROP zlepšuje kvalitu života obyvatel v ČR (podle vyjádření 75 % z těch, kteří znají IROP)**, což pozitivně koreluje s přínosy EU fondů. Průzkum také ukázal, že pro udržení povědomí je nutná průběžná massmediální kampaň, která není z důvodu limitovaných finančních prostředků dosažitelná. ŘO IROP proto volí alternativní způsoby propagace, zejména **on-line komunikaci a sociální sítě** a to i s ohledem na podmínky stanovené v novém nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 2021/1060, spočívající mimo jiné v nezobrazování názvů operačních programů v rámci loga EU a většího důrazu na komunikaci na sociálních sítích.

odstranil: populace ČR

RKoP IROP 2022 navazuje a rozvíjí ověřené komunikační aktivity, které byly realizovány v předchozích letech. Stručný popis všech komunikačních aktivit vč. rozpočtu, harmonogramu, cílových skupin a výstupů jak ŘO IROP, tak Centra pro regionální rozvoj České republiky (dále také „Centrum“ nebo „CRR“) je uveden v Příloze č. 1.

V roce 2022 dobíhá realizace projektů IROP 2014-2020 a zároveň se připravují výzvy pro navazující IROP 2021-2027, což se promítá do komunikačního plánu.

Vzhledem k tomu, že „produkt IROP“ pokračuje dále s menšími změnami týkajícími se oblastí podpory, není žádoucí komunikovat IROP 2021-2027 jako samostatný nový produkt, ale naopak, jako pokračování známého dotačního titulu.

¹ Stemmark, Povědomí o Integrovaném regionálním operačním programu (IROP), červen 2020





Na rok 2022 byla zvolena tato komunikační témata:

1. **Úspěšné projekty IROP 2014-2020 zlepšují život v regionech**
(dále též: Projekty IROP 2014-2020)
2. **Představení IROP 2021–2027 a první výzvy**
(dále též: Výzvy IROP 2021-2027)
3. **Přínosy REACT-EU** (dále též: REACT-EU)

První komunikační téma IROP *Úspěšné projekty IROP zlepšují život v regionech* je primárně zaměřeno na **širokou veřejnost** a jeho cílem je atraktivním a srozumitelným způsobem představit výsledky IROP - projekty. **Stěžejními kanály** propagujícími toto téma jsou web **Regiony nás baví** (dále také „RNB“) **vč. doprovodné kampaně** (realizuje Centrum) a on-line pokračování **publikace oceněných projektů, sociální sítě Facebook a YouTube**. ŘO IROP bude pokračovat s realizací ověřených aktivit: **fotografie** ukončených projektů, krátké **videoreportáže** (videa) s příjemci, **tiskové zprávy** a aktuality, **putovní výstava, soutěže** (znalostní, tvořivé aj.). Centrum bude pokračovat v aktivitě **framy** (propagační rámy) na památkách Národního památkového úřadu a kampaní v regionálním tisku s přesahem do on-line. Celkově dochází k **přesunu komunikačních aktivit do oblastí sociálních sítí a on-line**. Aktivity spočívající v osobním kontaktu s veřejností (např. účast na regionálních akcích) budou v roce 2022 přizpůsobeny rizikům a omezením spojených s pandemií covid-19.

Druhým komunikačním tématem IROP je *Představení IROP 2021-2027 a prvních výzev*. Cílem je průběžně informovat **potenciální žadatele** o budoucích možnostech podpory a připravit tak dostatečnou absorpční kapacitu. Téma je komunikováno průběžně a to prostřednictvím **webů IROP a Centra**, kde jsou uveřejňovány aktuální informace. Rovněž se průběžně upravuje struktura i obsah webu IROP pro zlepšení uživatelské přívětivosti. Pro zvýšení absorpční kapacity výzev bude realizována kampaň prostřednictvím **direct e-mailu** cíleného na potenciální žadatele, jehož cílem je představit oblasti podpory IROP a nasměrovat adresáty na web IROP a konzultační servis Centra. Pro žadatele byl spuštěn **Konzultační servis Centra**, který umožňuje evidenci všech dotazů a odpovědí a tím poskytovat stejné informace tazatelům napříč kraji. Pro žadatele se počítá s realizací **seminářů** centrálních i regionálních k jednotlivým výzvám, dle situace prezenčních nebo on-line.

Jako hlavní **komunikační aktivita IROP pro rok 2022** byl stanoven soubor aktivit sloužících k budování absorpční kapacity výzev a podpoře žadatelů: direct e-mail, semináře pro žadatele a Konzultační servis Centra.

Třetím tématem, jehož potřeba propagace vznikla na základě mimořádné finanční pomoci poskytnuté EU na roky 2021-2023, jsou *Přínosy REACT-EU* na zotavení hospodářství po pandemii covid-19. V roce 2022 bude realizována **regionální tisková**





a **on-line kampaň** představující přínosy podpory REACT-EU a projektů z ní financovaných. Kampaň bude cílena na veřejnost. Součástí komunikačních aktivit zahrnujících REACT-EU budou rovněž aktivity Ministerstva zdravotnictví (dále jen „MZd.“) jako věcného gestora pro oblast zdravotnictví. MZd. je oprávněným žadatelem z Technické pomoci REACT-EU. Komunikační aktivity MZd. budou koordinovány s komunikačním úředníkem ŘO IROP a musí být v souladu s RKoP IROP 2022.

Centrum ve svých aktivitách navazuje na předchozí roky a zaměřuje se zejména na poskytování informací žadatelům a příjemcům prostřednictvím realizace seminářů, workshopů a kulatých stolů, konzultačního servisu a webu Centra. Na širokou veřejnost jsou cíleny aktivity ve spojení s webem Regiony nás baví, inzerce v regionálním tisku a on-line a framy (propagační rámy) na památkách NPÚ.

ŘO IROP a jeho zprostředkující subjekt Centrum realizují komunikační aktivity, jejichž obsah navzájem koordinují, aby se nepřekrýval, a navzájem si poskytují výstupy aktivit k další propagaci. Aktivity se navzájem doplňují a jejich realizace je koordinována dle kapacit jednotlivých subjektů na pravidelných setkáních pracovníků ŘO IROP a Centra na tzv. Platformě pro komunikaci IROP. Obecně lze aktivity mezi ŘO IROP a Centrum rozdělit podle územního zacílení. Centrum pracuje hlavně s žadateli a příjemci v jednotlivých regionech, ŘO IROP komunikuje obecně výzvy a přínosy projektů na celorepublikové úrovni.

Dalšími aktéry v propagaci IROP jsou **zprostředkující subjekty integrovaných teritoriálních investic** (též „ZS ITI“) a **místní akční skupiny** (též „MAS“). ŘO IROP průběžně monitoruje jejich komunikační aktivity a hledá možnosti pro vzájemný synergický efekt ze spolupráce s těmito subjekty.

Společná tabulka pro ŘO IROP a Centrum obsahující konkrétní komunikační aktivity, harmonogram, výdaje, cílové skupiny a výstupy je uvedena v Příloze č. 1 RKoP.

Předpokládané souhrnné výdaje na komunikační aktivity ŘO IROP a Centra na rok 2022:

Subjekt	Celková plánovaná částka
ŘO IROP	18 964 340
Centrum	9 709 188
Celkem	28 673 528





2. Komunikační cíle a cílové skupiny

Komunikační matice níže zobrazuje přehledně komunikační témata IROP, cílové skupiny a komunikační cíle.

	Projekty IROP 2014-2020	Výzvy IROP 2021-2027	Přínosy REACT-EU
Cílová skupina	primární: veřejnost (občané 15+) sekundární: potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci	potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci	veřejnost (občané 15+)
Sdělení	IROP – pro lepší život v regionech.	Podívejte se, o jaké dotace můžete zažádat.	Podpora z REACT-EU pomáhá zdravotnictví, IZS a sociální infrastruktuře v regionech.
Komunikační cíl	Zvyšovat povědomí o IROP. Zvyšovat pozitivní vnímání IROP.	Budovat absorpční kapacitu výzev. Poskytovat kvalitní informační servis.	Budovat povědomí o podpoře z REACT-EU. Budovat pozitivní vnímání REACT-EU
Komunikační nástroje	- web RNB + kampaně, - sociální sítě + kampaně, - mediální kampaně, - soutěže, - tiskové zprávy → přenos do tištěných médií	- web IROP a Centra, - semináře, - konzultační servis, - kampaň direct e-mail, - doplňkové materiály (letáky, brožury)	- mediální kampaně, - sociální sítě - tiskové zprávy → přenos do tištěných médií
Doba realizace	2022-2024 (poté projekty z IROP 2021-2027)	2022-2027	2022-2025
Zdroj financování	TP IROP 2014-2020 (do roku 2023)	TP IROP 2014-2020 (do roku 2023), poté TP IROP 2021-2027	TP REACT-EU, TP IROP 2014-2020 (do roku 2023), poté TP IROP 2021-2027





3. Rizika v souvislosti s plněním komunikačního plánu

Riziko	Popis	Opatření
Krizový stav způsobený extrémními vlivy (např. Covid-19)	Ztížené podmínky při realizaci regionálních seminářů/konferencí, popř. jejich nerealizace. Snížení počtu tiskových zpráv, aktualit, FB příspěvků atd. s obecnou tematikou. Nedostatek materiálů k propagaci (foto, video).	Včasná příprava webinářů. Maximální využití on-line prostředků komunikace. Včasná příprava článků, tiskovin zaměřených na téma – jak IROP pomohl v době krizového stavu, jak IROP pomohl v boji s extrémními vlivy.
Zaměnitelnost IROP 2014-2020 a 2021-2027	Záměna dotačních příležitostí z IROP 2014-2020 a IROP 2021-2027	Úprava webových stránek, archivace dokumentace IROP 2014-2020 na webu. Informační kampaň o dotačních příležitostech z IROP 2020-2021. Konzultační servis.
Negativní mediální prostředí	Veřejné mínění je utvářeno na základě mediálních informací, které s sebou většinou nesou negativní sdělení (např. podezření z korupce, předražené veřejné zakázky, netransparentní proces hodnocení).	Budování pozitivních vazeb s novináři, produkce pravidelných, kvalitních a pozitivně zaměřených tiskových zpráv.
Komplikace při administraci veřejných zakázek	Nerealizace nebo průtahy VZ z různých objektivních důvodů (a s tím spojená nerealizace či posun komunikačních aktivit).	Kvalitní příprava podkladů pro zadání veřejné zakázky, předmětu zakázky a poskytování maximální součinnosti všem zainteresovaným stranám. Zavedení DNS a využití minitendrů zkracuje délku trvání interní administrace.





4. Indikátory

Z hlediska vytyčených komunikačních cílů budou sledovány níže uvedené hlavní indikátory dle kódování národního číselníku.

Kód NČI	Hlavní indikátor	Definice/zdroj dat	Plánovaná hodnota	Zdůvodnění kvantifikace
82000	Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů, konferencí	Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů, konferencí, PR akcí, eventů, outdoor akcí a ostatní podobné aktivity, jejichž součástí je rozeslání pozvánky alespoň úzkému okruhu účastníků (přednášející, lektori, panelisté, VIP hosté atd.)/evidence ŘO IROP	28	ŘO IROP: výroční konference (1), soubor putovní výstava (1), SPOLEČNĚ: semináře a workshopy (25), CENTRUM: soubor akcí (1)
80103	Počet vytvořených komunikačních nástrojů	Ukazatel sleduje počet nově vytvořených komunikačních nástrojů napomáhajících zlepšení informovanosti, pozitivního vnímání či transparentnosti čerpání pomoci z ESI fondů, např. seznam příjemců, mapa projektů, webové stránky atd./evidence ŘO IROP	2	ŘO IROP: soubor videoreportáže (1), soubor soc. sítě (1) CENTRUM: -
80200	Počet vytvořených informačních materiálů	Počet vytvořených tištěných, elektronických, propagačních a technických materiálů či podobných dokumentů určených pro všechny cílové skupiny. Indikátor sčítá počet unikátních materiálů, nikoli počet kusů ani aktualizací/verzí již existujících materiálů/evidence ŘO IROP	30	ŘO IROP: unikátní propagační materiály (30) CENTRUM: unikátní propagační materiály (6)



80001	Počet uspořádaných informačních a propagačních aktivit	<p>Ukazatel sleduje počet uskutečněných komunikačních aktivit typu: TV nebo rozhlasový spot, soutěže, sponzoring, product placement, informační panely a výstavy, PR články, tiskové zprávy, tištěná nebo on-line inzerce apod. Jedná se o:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1) Ucelené kampaně na určité téma skládající se z více typů komunikačních aktivit, přičemž každý nástroj (tj. druh/typ nástroje) či aktivita bude počítána zvlášť 2) Samostatné či jednorázové aktivity, které nejsou součástí takovéto ucelené kampaně 	15	<p>ŘO IROP: Soubor soutěže (1), soubor mediální kampaň (2)</p> <p>CENTRUM: PR články (10) soubor mediální kampaň (2),</p>
82200	Nákup materiálu, zboží a služeb potřebných k zajištění implementace programu	Nákup materiálu a zboží, které nespadá do definice dld. hmotného a dld. nehmotného majetku dle zákona č. 586/1992 Sb., o daních z příjmů ve znění zákonného opatření senátu č. 344/2013 Sb., dále dle zákona o účetnictví č. 563/1991 Sb., a především dle jeho prováděcí vyhlášky č. 410/2009 Sb., a nákup veškerých služeb (včetně právních, odborných a poradenských) nezbytných pro implementaci programu	5 868 700	<p>ŘO IROP: TZ a PR texty (150 000), Web IROP (1 300 200), tiskařské služby (550 000), grafické služby (2 200 000), fotografické služby (808 500),</p> <p>CENTRUM: fotografické služby (360 000), tiskařské služby (200 000), grafické služby (300 000),</p>



5. Evaluace

V roce 2022 ŘO IROP plánuje zrealizovat externí evaluaci k vyhodnocení efektivity realizovaných komunikačních nástrojů a aktivit IROP. Jedná se o přesunutí aktivity z roku 2021 z důvodu prioritizace evaluovaných oblastí činnosti ŘO IROP. Evaluace bude navazovat na evaluaci Vyhodnocení efektivity realizovaných komunikačních nástrojů ŘO IROP I. provedenou v roce 2018. Předpokládá se rovněž vyhodnocení uživatelské přívětivosti redesignu webu IROP.

6. Seznam zkratk

Centrum/CRR	Centrum pro regionální rozvoj České republiky
DNS	Dynamický nákupní systém
ESIF	Evropské strukturální a investiční fondy
FB	Facebook
IROP	Integrovaný regionální operační program
KoP	Komunikační plán
MAS	Místní akční skupiny
NOK	Národní orgán pro koordinaci
OM IROP	Operační manuál IROP
RKoP	Roční komunikační plán
RNB	Web Centra Regiony nás baví
ŘO	Řídicí orgán
SKS	Společná komunikační strategie
YT	YouTube

7. Seznam příloh

1. Příloha č. 1 – Tabulka aktivit, rozpočet, harmonogram, indikátory



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
Integrovaný regionální operační program



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR