



Roční komunikační plán IROP 2023

schváleno Monitorovacím výborem IROP dne 11. 10. 2022



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
Integrovaný regionální operační program



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR



DOSTUPNÝ



MODERNÍ



AKTIVNÍ



ZDRAVÝ



ÚSPORNÝ



PERSPEKTIVNÍ



KULTURNÍ

Osnova

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





1. Manažerské shrnutí

Roční komunikační plán („RkoP“) IROP 2023 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 potvrzuje, že pro udržení povědomí je nutná pravidelná massmediální kampaň, která není z důvodu limitovaných finančních prostředků dosažitelná.

Výsledky průzkumu korelují se zjištěními ve zprávě Hodnocení povědomí veřejnosti o problematice fondů EU 2021², kdy se znalost EU fondů jako celku mírně snížila (o 3 p. b.) a je nyní na úrovni února 2019 (94 %). Co se týče postoje k EU fondům, tak polovina dotázaných má pozitivní názor, třetina neutrální a ostatní (17 %) mají negativní názor. Nejsrozumitelnějším informačním zdrojem o problematice EU fondů či operačních programech je jednoznačně internet a dále pak s odstupem televize. Z webových zdrojů respondenti upřednostňují zpravodajské weby a webové stránky zaměřené přímo na problematiku EU fondů. Důvěra ve využívání peněz z EU fondů není příliš velká. Téměř 60 % lidí se domnívá, že peníze nejsou využívány transparentně. O opaku je přesvědčena pouze pětina respondentů.

RkoP IROP 2023 navazuje a rozvíjí ověřené komunikační aktivity, které byly realizovány v předchozích letech i s ohledem na poznatky získané z průzkumů. 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.

¹ Stemmark, Povědomí o Integrovaném regionálním operačním programu (IROP), červen 2020, průzkum určen pro interní účely

² Stemmark, leden 2022, realizoval [Odbor publicity a evaluací fondů EU](#)





V roce 2023 dobíhá realizace projektů IROP 2014-2020 a zároveň jsou vyhlašovány výzvy a realizují se projekty z IROP 2021-2027, což se promítá do komunikačních plánů. Tento RKoP IROP je posledním ročním komunikačním plánem pro období 2014-2020. Zároveň byl pro rok 2023 připraven RKoP IROP pro období 2021-2027, přičemž aktivity jsou hrazeny z Technické pomoci IROP 2014-2020, což umožňují Specifická pravidla výzvy č. 8 Technická pomoc. Vzhledem k tomu, že „produkt IROP“ pokračuje dále s dílčími změnami týkajícími se oblastí podpory, není žádoucí komunikovat IROP 2021-2027 jako samostatný nový produkt, ale naopak, jako pokračování známého dotačního titulu.

Na rok 2023 byla zvolena tato komunikační témata:

1. **Úspěšné projekty IROP 2014-2020 zlepšují život v regionech**
(dále též: Projekty IROP 2014-2020)
2. **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 **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.). Celkově dochází k **přesunu komunikačních aktivit do oblasti sociálních sítí a on-line**.

Druhým komunikačním tématem jsou *Výzvy IROP 2021-2027*. Cílem je průběžně informovat **potenciální žadatele** o možnostech podpory a připravit tak dostatečnou absorpční kapacitu. Téma je komunikováno průběžně a to prostřednictvím **webů IROP a Centra**, kde jsou uveřejňovány aktuální informace. Žadatelé mají k dispozici **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-linea podpurných **tematických letáků** distribuovaných na těchto akcích.

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 2023 se počítá s **kampaní** cílenou na veřejnost, představující přínosy podpory REACT-EU a projektů z ní financovaných. Kampaň je hlavní **komunikační aktivitou IROP pro rok 2023**. 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 2023.

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 a inzertní kampaň** v tisku s propojením do on-line k propagující zrealizované projekty IROP.

ŘO IROP a jeho zprostředkující subjekt Centrum realizují komunikační aktivity, jejichž obsah vzájemně koordinují a poskytují si 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 on-line formou. Obecně lze aktivity mezi ŘO IROP a Centrum rozdělit **podle cílových skupin a územního zacílení**. Centrum pracuje hlavně s žadateli a příjemci v jednotlivých regionech, ŘO IROP komunikuje obecně výzvy a přínosy projektů na celorepublikové úrovni.

Společná tabulka pro ŘO IROP a Centrum obsahující konkrétní komunikační aktivity, harmonogram, výdaje, cílové skupiny a výstupy je uvedena v Příloze č. 1 RKoP. Vzhledem k tomu, že některé aktivity jsou využity pro období 2014-2020 i 2021-2027 (např. grafické služby, sociální sítě), jsou v tabulce vykázány aktivity, které se vztahují k oběma obdobím. Aktivity určené výlučně pro období 2021-2027 jsou uvedeny v RKoP IROP 2023 pro období 2021-2027. K tomuto rozdělení se přistoupilo pro to, aby nedošlo ke zdvojení aktivit, částek inikátorů mezi jednotlivými RKoPy.

Předpokládané souhrnné výdaje na komunikační aktivity ŘO IROP a Centra na rok 2023:

Subjekt	Celková plánovaná částka (Kč)
ŘO IROP	31 391 889
Centrum	10 209 188
Celkem	41 601 077





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 požádat.	Podpora z REACT-EU pomáhá zdravotnictví, IZS a sociální infrastrukturu 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, - 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), 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	7	ŘO IROP: soubor videoreportáže (1), soubor videí (2), soubor soc. sítě (1), soubor mediální kampaň (1), soubor mediální prostor (2) 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 	3	<p>ŘO IROP: Soubor soutěže (1) CENTRUM: 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	5 692 355	<p>ŘO IROP: TZ a PR texty (212 355), web IROP (800 000), tiskařské služby (100 000), grafické služby (2 420 000), fotografické služby (1 300 000), CENTRUM: fotografické služby (360 000), tiskařské služby (200 000), grafické služby (300 000),</p>



5. Evaluace

V roce 2023 ŘO IROP plánuje zrealizovat externí evaluaci k vyhodnocení efektivity realizovaných komunikačních nástrojů a aktivit IROP. Jedná se o přesunutí aktivity z roku 2022 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 zkratek

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

