

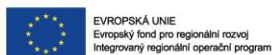


Vyhodnocení Ročního komunikačního plánu IROP 2021

vypracovala: Ing. Martina Juřicová, oddělení podpory OP

schválil: Ing. Rostislav Mazal, ředitel ŘO IROP

vzato na vědomí Monitorovacím výborem IROP dne: 13. 5. 2022



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR





Osnova

Osnova	2
1. Manažerské shrnutí.....	3
2. Vyhodnocení komunikačních aktivit	4
3. Finanční shrnutí	6
4. Indikátory	7
5. Seznam příloh.....	9





1. Manažerské shrnutí

Roční komunikační plán („RKoP“) IROP 2021 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.

Rovněž rok 2021 byl ovlivněn restrikcemi v souvislosti s **pandemií covid-19**, které ovlivnily i komunikační aktivity jak ŘO IROP, tak Centra pro regionální rozvoj České republiky (dále „Centrum“). **Komunikace** s žadateli a příjemci byla zcela přesunuta do **on-line prostoru**. Aktivity spočívající v prezenční propagaci přínosu projektů či komunikaci s veřejností byly zásadně utlumeny a **přesunuty na sociální sítě**.

Nicméně i přes tuto nepříznivou situaci se podařilo dokončit **prezenční setkání** v krajských městech – **Roadshow IROP**, jejíž realizace se kvůli omezením protáhla na 2 roky. Celkem navštívilo Roadshow v jednotlivých městech 1 756 účastníků.

Pro snížení dopadů pandemie covid-19 vyčlenila Evropská komise zvláštní balík finančních prostředků s názvem **REACT-EU**, přičemž IROP byl jako **hlavní** operační program v České republice vybrán k tomu, aby tyto finanční prostředky pomohl rozdělit. Část finančních prostředků byla určena pro Operační program potravinové a materiální pomoci (FEAD). V roce 2021 tak byly vyhlášeny výzvy zaměřené na podporu zdravotnictví, integrovaného záchranného systému a sociální infrastruktury. Výzvy byly zviditelněné zvláštní sekcí na webu, tiskovými zprávami a tiskovou konferencí premiéra. ŘO IROP hodlá pokračovat v propagaci REACT-EU, zejména se pak zaměří na dosažené výsledky v jednotlivých podpořených oblastech.

odstranil: jediný

Vlivem absence komunikačních aktivit či realizací aktivit vlastními zdroji došlo logicky k podstatným **úsporám finančních prostředků** oproti plánu, viz. kap. 3. Další významným faktorem jsou rovněž úspory ve výběrových řízeních a nelze opomenout také víceletou realizaci, kdy se úhrada posune do dalšího roku. Nevyužité finanční prostředky budou přesunuty do let 2022-2023.

Rok 2021 lze označit za úspěšný, i přes omezení spojená s pandemií covid-19 byla splněna či rozpracována většina aktivit. Mezi aktivity, které sklídily velký úspěch se řadí soutěž IROP očima dětí a Vědomostní kvíz Centra. Putovní výstava zajímavých míst podpořených z IROP byla zdárně zahájena. Došlo také k úspěšnému spuštění kampaně k finančnímu nástroji a postupně byly vytvořeny pevné základy Facebooku IROP. Za nejúspěšnější ze splněných aktivit lze považovat obě soutěže IROP očima dětí a Vědomostní kvíz Centra, realizace putovní výstavy, úspěšné zakončení kampaně k finančnímu nástroji a vybudování stabilní fanouškovské základy Facebooku IROP.





2. Vyhodnocení komunikačních aktivit

Hlavní komunikační aktivitou pro rok 2021 byla stanovena **výroční konference ŘO IROP v on-line formátu** zaměřená na nejaktuálnější informace o IROP 2021-2027 formou dílčích seminářů s garanty specifických cílů. Akce se zúčastnilo 324 on-line účastníků. V případě **Roadshow** bylo dokončeno poslední 4 setkání v krajských městech - Brno, Zlín, Plzeň, Praha pro Středočeský kraj. ŘO IROP dále zorganizoval 3 centrální semináře v on-line formátu, kterých se zúčastnilo 329 účastníků. Jejich počet klesá vzhledem k závěrečné fázi programového období.

Hlavním zdrojem informací pro žadatele a příjemce o podmínkách výzev je **web IROP**, který v roce 2021 navštívilo 104 tis. uživatelů. Jeden návštěvník navštívil web IROP průměrně 2,6krát. Nejnavštěvovanější sekcemi webu byl filtr výzev, obsahové stránky k REACT-EU a IROP 2021-2027 a konkrétní výzvy k REACT-EU. Statistiky webu tak korespondují s aktuálními dotačními příležitostmi v IROP.

Ve spolupráci s tiskovým oddělením MMR bylo vydáno **14 tiskových zpráv**, jejichž témata byla zaměřena na dosažení významných milníků a představení úspěšných podpořených projektů. Významnými akcemi byly **tisková konference premiéra** k REACT-EU 22. 4. 2021 a **on-line tisková konference ministryně**, která se konala 21. 9. 2021, k celkovému zhodnocení IROP 2014-2020 a představení IROP 2021-2027.

Další aktivitou bylo **natáčení videoreportáží**, které jsou zveřejněny na webu IROP a na sociálních sítích, kde mají již 10 516 shlédnutí. V roce 2021 bylo natočeno celkem 40 videoreportáží. Pokračovala **putovní výstava**, která byla umístěna ve 14 městech, obnovila se kolekce projektů "před a po" (nové projekty) a byla přidána nová kolekce seznamující veřejnost s oceněnými projekty v různých soutěžích, např: Stavba roku, The Eso Angels Award, Nemocnice ČR, Česká cena za architekturu, Gloria musaealis, atd.

Na konci roku 2021 byla zahájena **kampaň v krajských mutacích Deníku** a jeho on-line verzi. Kampaň je zaměřena na představení projektů památek jako tipů k návštěvě v jednotlivých krajích. Větší část kampaně bude realizována v roce 2022. Kampaň k budování absorpční kapacity **finančního nástroje IROP k zateplování** byla ukončena v červnu 2021. Během kampaně se zvýšil průměrný týdenní počet podaných žádostí o úvěr na zateplování bytových domů o 100 %. Navazující kampaň se již nebude realizovat, neboť se celková alokace finančního nástroje vyčerpala.

Novou realizovanou aktivitou byla výtvarná **soutěž IROP očima dětí**, které se zúčastnilo 135 institucí (školních či mateřských tříd) věnujících se dětem v předškolním





věku nebo mladším školním věku (2 – 11 let) a rozděleno bylo 15 cen. Soutěž byla cílena na budování povědomí o projektech IROP ve svém okolí u dětí a sekundárně u dospělých osob pomáhajících s účastí v soutěži.

V průběhu roku 2021 byly pořízeny profesionální **fotografie 91 projektů** podpořených z IROP, jejichž cílem je atraktivně prezentovat přínosy IROP. **Sociální síť IROP – FB stránka IROP a YouTube kanál IROP** jsou provozovány ve spolupráci s externím dodavatelem, který zajišťuje tvorbu, publikaci a případnou propagaci postů, realizaci menších soutěží na FB IROP za účelem zvýšení povědomí o IROP a zvýšení počtu sledujících, kterých za rok 2021 přibylo 1 318, tj. celkem 3600 sledujících. Na YouTube kanálu dochází k upravování a třídění videoreportáží a animací tak, aby byly atraktivnější pro uživatele. Počet odběratelů kanálu IROP vzrostl za rok 2021 na 679 odběratelů z původních 16. Sociální síť jsou cíleny na veřejnost a tomu je uzpůsoben obsah.

Grafické služby jsou využívány pro široké portfolio vizuálních výstupů, např. **šablony dokumentů, putovní výstava, factsheety, animace** a další. Pořízené **propagační předměty** jsou určeny zejména pro malé soutěže realizované na sociálních sítích a jako pozornost při pracovních jednání zástupců IROP.

Centrum pro regionální rozvoj České republiky v roce 2021 oslavilo 25. výročí od svého založení a k této příležitosti uspořádalo **14 regionálních seminářů** zaměřených na představení výsledků programového období 2014-~~2020~~ a novinek programového období 2021-2027. Další aktivitou byla realizace **soutěže 25 let CRR**. Soutěžící měli za úkol odpovědět správně 25 otázek, které se týkaly primárně realizovaných projektů IROP. Soutěže se zúčastnilo 1 735 osob.

odstranil: 2021

Centrum za účelem zvýšení absorpční kapacity zahájilo komunikaci prostřednictvím **direct-emailu** regionálních poboček s potenciálními žadateli (starostové měst a obcí). Aktivita bude pokračovat i v roce 2022 a má za cíl informovat partnery v regionu o všech důležitých novinkách v rámci administrace IROP 2021-2027. Zahájena byla rovněž navazující aktivita ke kampani (webu) **Regiony nás baví** a navazující realizace spočívající v průběžném plnění obsahu (videoreportáže a texty). Kampaně ke zvýšení návštěvnosti webu budou probíhat v následujících letech. Díky spolupráci s Národním památkovým ústavem (NPÚ) došlo k umístění **18 propagačních fotoframů** na projektech podpořených z IROP, ve kterých se návštěvníci památek mohli vyfotit a fotku s označením Centra nasdílet na sociální síť.

V únoru 2021 byl spuštěn **konzultační servis Centra**, což je nový nástroj určený žadatelům pro zjednodušení komunikace při konzultacích s Centrem před podáním žádosti o podporu z IROP. Jeho výhodou je přístupnost často kladených dotazů a odpovědí, přehled všech dotazů tazatele a odpovědí na jednom místě a jistota





přesměrování dotazů na specialisty pro danou oblast podpory. Prostřednictvím konzultačního servisu bylo zodpovězeno 2 172 dotazů.

Dále vyšla 3 tematická vydání **tištěného časopisu Regiony nás baví**, který je pojitkem na stejnojmenný web. Již zavedenou aktivitou je pravidelný měsíční **e-newsletter**, který přináší souhrn nejdůležitějších informací za uplynulý měsíc.

Detailní vyhodnocení je shrnuto v **Tabulce s vyhodnocením aktivit** (Příloha č. 1), která obsahuje vždy popis zrealizované aktivity, předpokládané a skutečné výdaje, plánované a dosažené hodnoty indikátorů a přiřazení aktivit podle komunikačních aktivit a rovin. V Příloze č. 2 jsou pak zobrazeny příklady zrealizovaných komunikačních aktivit IROP v roce 2021.

3. Finanční shrnutí

Celkové finanční náklady na komunikační aktivity ŘO IROP a Centra v roce 2021 byly ve výši **11 563 932 Kč včetně DPH**. Tabulka níže uvádí porovnání plánovaných a skutečně vyčerpaných finančních prostředků na komunikačních aktivity ŘO IROP a Centra v roce 2021.

Subjekt	Celková plánovaná částka	Skutečně vyčerpané fin. prostředky
ŘO IROP	24 959 400	9 565 198
Centrum	18 121 000	1 998 734
Celkem	43 080 400	11 563 932

Rozdíl v nevyčerpaných prostředcích je způsoben:

- nerealizací aktivit z důvodu covid-19: regionální stánky, videa Centra
- realizací aktivit vlastními silami: kampaň Centra na zvýšení absorpční kapacity – direct-email, výroční konference IROP, semináře pro žadatele
- vznikem úspor: kampaň finanční nástroj IROP, videoreportáže IROP, soutěže IROP i Centra, web IROP
- odstoupení od realizace aktivity: stream videa ŘO IROP, kampaň Centra v tisku,
- úhradou aktivit v následujícím roce či rozložení aktivity do let: kampaň v Denících, propagační předměty Centra a IROP, kampaň Centra Regiony nás baví





4. Indikátory

Kód NČI	Hlavní indikátor	Definice/zdroj dat	Dosažená 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	7	ŘO IROP: konference (1), soubor Roadshow (1), Soubor putovní výstava (1), semináře a workshopy (3), CENTRUM: soubor akcí – výroční konference (1), soubor regionální akce stánky (0)
80103	Počet vytvořených komunikačních nástrojů	Ukazatel sleduje počet nově vytvořených komunikačních nástrojů napomáhajících ke 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 stream (0), soubor soc. sítí (1) CENTRUM: soubor on-line video (0)
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	53	ŘO IROP: unikátní propagační materiály (30), CENTRUM: Časopis Regiony nás baví (3), eNewsletter (12), unikátní propagační materiály (8)



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 	4	<p>ŘO IROP: Soubor soutěže (1), soubor mediální kampaň (0), soubor mediální kampaň FN IROP(1)</p> <p>CENTRUM: PR články (0) soubor mediální kampaň RNB (0), soubor akcí s NPÚ (1), Soubor soutěže (1)</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	1 970 243,50	<p>ŘO IROP: Web IROP (746 388,50 Kč), tiskařské služby (65 280 Kč), grafické služby (387 805 Kč), fotografické služby (770 770 Kč), Centrum: Web IROP (0 Kč)</p>



5. Seznam příloh

Součástí tohoto Vyhodnocení je:

1. Tabulka Vyhodnocení RKoP IROP 2021
2. Příklady zrealizovaných komunikačních aktivit IROP v roce 2021