



Roční komunikační plán IROP 2019

Verze 1.0

vypracovala: Ing. Martina Juřicová, oddělení podpory OP
schválil dne 27. 9. 2018: Ing. Rostislav Mazal, ředitel Řídicího orgánu IROP
schváleno dne 27. 11. 2018: Monitorovacím výborem IROP



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
Integrovaný regionální operační program



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Seznam zkratk:

CLLD	Komunitně vedený místní rozvoj
CMS	Content Management System (Systém pro správu obsahu)
Centrum	Centrum pro regionální rozvoj České republiky
DMS	Document Management System (Správa souborů)
EEN	Enterprise Europe Network
ESI	Evropské strukturální a investiční fondy
EÚS	Evropská územní spolupráce
FAQ	Často kladené dotazy
FB	Facebook
FN IROP	Finanční nástroj IROP
IOP	Integrovaný operační program
IPRÚ	Integrované plány rozvoje území
IROP	Integrovaný regionální operační program
ITI	Integrované územní investice
KoP	Komunikační plán
MAS	Místní akční skupiny
MMR ČR	Ministerstvo pro místní rozvoj ČR
NOK	Národní orgán pro koordinaci
OM IROP	Operační manuál IROP
OOH	Out Of Home. Forma reklamy, které působí mimo domov cílové skupiny
RKoP	Roční komunikační plán
ŘO	Řídicí orgán
SKS	Společná komunikační strategie
TRPs	Target Rating Points (měrná jednotka sledovanosti TV)
ZS	Zprostředkující subjekt

Obsah

Seznam zkratk:	2
1. Manažerské shrnutí	4
2. Návrh komunikačních aktivit včetně harmonogramu a indikativních výdajů, cílových skupin a výstupů aktivit	7
3. Komunikační cíle a cílové skupiny	18
3.1. Komunikační témata pro rok 2018	18
3.2. Cílové skupiny	18
3.3. Rizika v souvislosti s plněním komunikačních plánů	20
4. Odpovědnost za plnění komunikačních aktivit	20
5. Evaluace a indikátory	21

1. Manažerské shrnutí

Roční komunikační plán Integrovaného regionálního operačního programu pro rok 2019 (dále jen RKO P IROP 2019) je **klíčovým dokumentem** shrnujícím strategii komunikačních a marketingových aktivit prováděných ŘO IROP a zprostředkujícím subjektem IROP – Centrem pro regionální rozvoj České republiky (dále jen Centrum). RKO P IROP 2019 vychází z povinnosti stanovené v článku 115 nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013, které ukládá řídicím orgánům **vypracovat komunikační strategii**, díky níž je **zajišťována publicita jednotlivých operačních programů**. RKO P IROP 2019 dále navazuje na Společnou komunikační strategii evropských strukturálních a investičních fondů v ČR v programovém období 2014-2020 (dále jen SKS ESIF) a zpřesňuje navržené postupy pro komunikaci a publicitu IROP v Komunikačním plánu IROP 2015–2023 (dále jen KoP IROP).

Obecně je míra povědomí široké veřejnosti o evropských fondech v České republice na velmi dobré úrovni, což je dáno velkým objemem finančních prostředků investovaných z evropských fondů. O existenci fondů ví 83 % obyvatel. Polovina z nich je považuje za přínosné, druhá polovina o existenci fondů neví nebo je vnímá negativně – má obavy zejména z korupce, zneužití prostředků a použití na nepotřebné účely, pochybují o přínosu pro občany a výhodnosti pro ČR. Pozitivní dopad na regiony vnímá 54 % obyvatel. 40 % obyvatel pak nepozoruje žádné dopady. Na základě zjištěných výsledků je potřeba v této fázi programového období vyzdvihnout pozitivní dopady EU fondů zejména prostřednictvím kvalitních, přínosných a smysluplných projektů. ¹ Schopnost rozlišovat mezi jednotlivými operačními programy je u široké veřejnosti poměrně nízká, a proto je potřeba propagovat výstupy IROP v prvním kroku jako podpořené z „evropských fondů“ a ve druhém kroku obeznámit veřejnost konkrétně s IROP. Toho lze dosáhnout zejména prostřednictvím masmediální kampaně v TV.

RKO P IROP 2019 **navazuje a rozvíjí** komunikační aktivity, které byly realizovány v předchozím roce. Struktura dokumentu prošla změnami za účelem zjednodušení a zkrácení obsahu při zachování stejné informační hodnoty. **Stručný popis jednotlivých aktivit** vč. rozpočtu, harmonogramu, cílových skupin a výstupů jak ŘO IROP, tak Centra je uveden v tabulce od str. 6. V době přípravy RKO P IROP 2019 procházela připomínkovým řízením na ŘO IROP Závěrečná zpráva externí **evaluace Vyhodnocení efektivity realizovaných komunikačních nástrojů ŘO IROP I**. Vzhledem k souběhu aktivit tedy nebylo zcela možné reflektovat výstupy z této evaluace do RKO P IROP 2019. Strategické změny komunikačních aktivit IROP, plynoucí z této evaluace, budou zapracovány do případné revize RKO P IROP 2019.

Rok 2019 je pátým rokem implementace programu. Pro tento rok jsou stanovena **3 komunikační témata**, a to:

- **Výzvy IROP**

¹ Stemmark; Pretest spotů pro IROP, červenec 2018

- Úspěšné projekty IROP v kontextu ESIF
- IROP pomáhá/zlepšuje život v regionech

První komunikační téma je určeno potenciálním žadatelům, žadatelům a zejména příjemcům, přičemž těžiště komunikačních aktivit bude, vzhledem k ukončeným výzvám, směřovat k příjemcům, kterým je nutné **poskytovat relevantní informace za účelem úspěšného dokončení projektů**. Toto téma bude prezentováno ověřenými komunikačními kanály, zejména přímou komunikací: **semináře, poskytování konzultačního servisu** prostřednictvím osobních konzultací a e-mailů, **letáky a brožury a nové webové stránky IROP**. V roce 2019 se také očekává spuštění **Finančního nástroje IROP (FN IROP)**. Značná část publicity a propagace bude zajištěna správcem FN IROP, nicméně bude nutné připravit zahajující informační kampaň do doby, než své aktivity zahájí vybraný správce FN IROP.

Druhé a třetí komunikační téma IROP, **Úspěšné projekty IROP v kontextu ESIF a IROP pomáhá/zlepšuje život v regionech**, jsou primárně zaměřeny na **širokou veřejnost** a budou komunikovány prostřednictvím **masmediální kampaně s využitím zejména mediatypu TV, internetu, tisku a rádia**. Kromě mediálních kampaní bude ŘO IROP pokračovat s realizací ověřených aktivit: **fotografie ukončených projektů, krátké videoreportáže (videa) s příjemci, Zpravodaj IROP, tiskové zprávy, brožury a Facebook**. **Novými aktivitami** v roce 2019 jsou **soutěže** (geocashingová soutěž, znalostní kvíz) a **outdoorová kampaň na regionálních akcích**, neboť cílem ŘO IROP je rovněž směřovat komunikaci více do regionů. Celkově je tedy patrný určitý posun komunikačních aktivit do oblasti sociálních sítí a přímé komunikace, komunikační aktivity jsou cíleny ve velké míře na širokou veřejnost.

Propagaci IROP realizuje i **zprostředkující subjekt IROP – Centrum**, které ve svých aktivitách **navazuje na předchozí roky** a zaměřuje se zejména na **poskytování informací žadatelům a příjemcům** prostřednictvím realizace **seminářů a individuálních konzultací**, vydáváním **vlastního periodika** v tištěné a elektronické podobě, dále vydáváním **elektronického newsletteru, tiskových zpráv**, přípravou **letáků** či účastí na **tematických veletrzích**. Centrum se nově soustředí na cílovou podskupinu široké veřejnosti – **děti a mládež** formou **distribuce propagačních předmětů ve školkách** a tvorbou **komixu**. Dále bude **pokračovat spolupráce s Národním památkovým ústavem** u památek, jejichž rekonstrukce bude podpořena z IROP. Novou aktivitou Centra v roce 2019 je pořízení **videoreportážních seriálů o IROP a využití železničních vozidel jako mediatypu pro obecnou propagaci IROP**.

ŘO IROP a jeho Zprostředkující subjekt Centrum pro regionální rozvoj České republiky realizují komunikační aktivity, jejichž **obsah navzájem koordinují**, aby se nepřekrýval, nicméně aktivity či nástroje, kterými jsou realizovány, mohou být stejné.

Jedná se zejména o:

- Fotografie – jedná se o fotografie projektů či akcí souvisejícími s projekty. Z IROP je podpořeno velké množství projektů, plánované focení si sdílejí subjekty navzájem stejně jako fotografické výstupy. Cílem je vytvořit sdílenou databázi fotografií.
- tiskové zprávy – o tématech plánovaných TZ se subjekty informují navzájem, nedochází tedy k dublování tématu. Díky spolupráci je možné propagovat větší množství témat a oslovit jiné subjekty (např. regionální periodika).

- propagační předměty – propagační předměty využívá každý ze subjektů pro své stanovené cíle. ŘO IROP se soustředí na veřejnost jako celek, Centrum využije propagační předměty cíleně pro školky a akce na kulturních památkách.
- tištěné periodikum – Tištěné periodiku Zpravodaj IROP je určeno primárně pro veřejnost s cílem prezentovat výstupy IROP. Newsletter Centra je obsahuje technické informace pro žadatele a příjemce.
- semináře – ŘO IROP organizuje vždy centrální seminář k vyhlášené výzvě a dále případně semináře či workshopy ad hoc dle potřeby. Centrum organizuje regionální semináře pro žadatele a příjemce. Díky tomuto rozdělení nemusí potenciální žadatelé na centrální semináře do Prahy.
- Audiovizuální výstupy – ŘO IROP se v audiovizuálních výstupech soustředí na prezentaci přínosů samotných projektů. Připravované audiovizuální výstupy se budou zaměřovat na specifické cíle IROP, představení IROP jako celku a práci Centra.

Komunikační aktivity IROP lze mezi ŘO IROP a Centrem částečně vymezit cílovými skupinami. ŘO IROP cílí primárně na širokou veřejnost a žadatele s geografickým zaměřením na celou ČR. Centrum se zaměřuje primárně na žadatele a příjemce a komunikaci v regionech a dále s důrazem na poskytnutí kvalitního informačního servisu, nicméně komunikační aktivity Centra mají potenciál zasáhnout i jiné cílové skupiny.

Aktivity jsou vzájemně konzultovány na pravidelných setkáních Platformy pro publicitu IROP. Díky vzájemné spolupráci a sdílení výstupů lze využít vzájemné synergie.

Dalšími aktéry v propagaci IROP jsou **zprostředkující subjekty integrovaných teritoriálních investic (ZS ITI)** a **místní akční skupiny (MAS)**. ŘO IROP bude jejich komunikační aktivity **monitorovat** a hledat možnosti pro vzájemný **synergický efekt** ze spolupráce s těmito subjekty.

2. Návrh komunikačních aktivit včetně harmonogramu a indikativních výdajů, cílových skupin a výstupů aktivit

Vzhledem k tomu, že programové období ESIF je již za polovinou, je nutné zintenzivnit komunikační aktivity a postupně přesunout hlavní těžiště komunikačních aktivit z mobilizace absorpční kapacity na příjemce, resp. na realizační fázi projektů a prezentaci přínosů projektů pro širokou veřejnost.

Komunikační aktivity ŘO IROP	Popis aktivity	Spolupracující subjekty	Plánované období realizace	Cílová skupina	Celkové výdaje v Kč vč. DPH 2019	Způsob stanovení ceny	Typ zakázky	Výstup	Zdroj financování	Kód NČI
Mediální kampaň - kreativa a mediální prostor, videoreportáže, image video, streamování akcí, rail kampaň, on-line pořad	Tvorba spotů a pořízení mediálního prostoru ve vybraných mediátech (např. TV, internet, tisk, rádio apod.). Aktivita obsahuje kreativní zajištění kampaně a pořízení mediálních prostor. Pořízení krátkých videí, délka max. do 10 minut, rozhovor s příjemci a uživateli výsledků projektu, záběry projektu. Videá budou uveřejňována na sociálních sítích, webu IROP a k vizuálním prezentacím na akcích. Realizace aktivity byla zahájena v roce 2018, bude se jednat o její pokračování s cílem vytvořit dostatečnou zásobu reportáží pro uveřejnění na sociálních sítích. Stream – vzhledem k stále větší oblíbenosti krátkých videí, což vychází také z evaluační zprávy k publicitě IROP, bychom chtěli navázat na videoreportáže a vytvořit krátká videa s nejrůznějším obsahem (videonávod, prezentace ŘO IROP, z nejrůznějších akcí – konference, dny otevřených dveří, od	ZS ITI, MAS, CRR	1. – 4. čtvrtletí 2019	veřejnost (občané ČR 15+)	44 200 000		2 DNS: Marketingové a kreativní služby, Nákup mediálního prostoru přes DNS	soubor videoreportáže (1), soubor mediální kampaň (1), soubor stream (1), soubor rail kampaň (1), soubor on-line pořad (1)	TP IROP	80103

	příjemců – např. slavnostní otevření památky, jejíž oprava byla financována z IROP apod.) a to jak jednorázově, tak formou on-line pořadu či seriálu s nejrůznější tematikou (architektura, památky, cyklo, IZS apod.). Pořízení prostor (railrámů) v regionálních vlacích za účelem prezentace projektů podpořených z IROP v daném regionu + soutěž (viz aktivita soutěže) - kooperace s CRR (1 200 000 rail, 1 200 000 video, 600 000 stream, on-line pořad 1 200 000, jarní mediální kampaň zateplování/památky 40 000 000 - rozpad: 38 720 000 prostor + 1 280 000 kreativa)									
Webové stránky IROP - další rozvoj webu IROP	Pokračující aktivita (návaznost na aktivitu z předchozího projektu *5420, kdy byl web vytvořen), jež zahrnuje provoz webových stránek včetně optimalizace redakčního prostředí, rozšíření funkcionalit, zlepšení uživatelského rozhraní apod. Celkové náklady zahrnují licenci CMS, programátorské a redakční práce, servisní služby, helpdesk apod. Náklady na programátorské a redakční práce, servisní služby a helpdesk se odvíjí od počtu odpracovaných hodin.	Odbor publicity EU MMR, Odbor komunikace MMR	1. – 4. 2019	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci, veřejnost (občané ČR 15+), média	600 000	na základě smlouvy a odhadu redakčních a programátorských prací na 1 rok	na základě uzavřené smlouvy: Vytvoření a servisní podpora webových prezentací Ministerstva pro místní rozvoj - realizováno	1 web IROP	TP IROP	82200
Semináře a workshopy (centrální)	Organizace centrálních seminářů pro žadatele a příjemce, případně	Centrum/Odbor publicity EU MMR	1. – 4. čtvrtletí 2019	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci	650 000	na základě průměrných výdajů za rok 2018 na 1 seminář + 10 % navýšení,	přímý nákup	26 seminářů/workshopů	TP IROP	82000

semináře pro žadatele a příjemce k vyhlášeným výzám IROP, tematické semináře dle potřeby).	jiných seminářů, workshopů nebo kulatých stolů dle potřeby.					zaokrouhлено na cele tis. nahoru				
Poskytování konzultačního servisu cílovým skupinám - pro dosažení optimální informovanosti cílových skupin o IROP.	Tato aktivita je realizována prostřednictvím osobních a e-mailových konzultací.	Centrum, ZS ITI, MAS	1. – 4. čtvrtletí 2019	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci	-	-	-	240 zodpovězený e-mailových dotazů/rok (20 dotazů/měsíc)	-	-
Zpravodaj IROP (čtvrtletník) - grafické zpracování, tvorba obsahu	V roce 2019 budou vydány 4 čísla Zpravodaje IROP. Jedná se o druhý rok realizace objednávky. Každé vydání Zpravodaje bude distribuováno elektronicky na zaregistrované emailové adresy na microsite IROP, dále SMO ČR, NS MAS, ZS ITI. Zároveň bude každé číslo zveřejněno na microsite IROP. K dispozici bude také tištěná verze Zpravodaje. Jedná se o změnu oproti původnímu plánu realizovat grafické služby vč. Zpravodaje IROP formou VZMR. Vzhledem k pořízení obsahu se bude jednat o odlišnou aktivitu.	-	1. – 4. čtvrtletí 2019	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci	480 000	průzkum trhu	přímý nákup, zajištění služby na 2 roky	4 čísla Zpravodaje IROP	TP IROP	80200
Marketingové texty - tiskové zprávy, PR články apod.	Tiskové zprávy (TZ) jsou tradiční nástrojem šíření informací o IROP. Je plánována příprava minimálně 12 tiskových zpráv (1 TZ měsíčně)	Odbor komunikace MMR	1. – 4. čtvrtletí 2019	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci, veřejnost (občané ČR 15+), média	-	-	-	12	-	-

<p>Produkční aktivity (grafické, tiskařské a fotografické služby)</p>	<p>Grafické služby - grafické zpracování dalších materiálů dle potřeb IROP (vyjma Zpravodaje IROP)</p> <p>grafické zpracování různých formátů na základě potřeb ŘO IROP, např. plakáty, letáky a brožury (k výzám, tematické brožury pro žadatele, příjemce, prezentace ukončených projektů, pozvánky na ad hoc události, soutěže, návrhy grafické inzerce pro kampaně v tištěných médiích a na internetu, bannery a případně další dle potřeb ŘO IROP). Cílem je zajištění jednotné linie grafické prezentace IROP a zefektivnění a plynulost dodávek grafických prací dle aktuálních potřeb ŘO IROP.</p> <p>Tiskařské služby</p> <p>Zajištění tisku dle aktuálních potřeb ŘO IROP, např. prezentace úspěšně realizovaných projektů, zhodnocení IROP po jednotlivých oblastech formou brožur, letáky na aktuální témata (např. zateplování, finanční nástroj, „desatera“ apod.), plakáty k venkovním akcím, pozvánky, samolepky, tištěné materiály k soutěžím, papírové složky/desky, obalový materiál apod.).</p> <p>Fotografické služby</p> <p>Předpokládá se nafočení 70</p>	<p>Centrum</p>	<p>1. – 4. čtvrtletí 2019</p>	<p>Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)</p>	<p>300 000</p>	<p>na základě výdajů za rok 2018 + 10 % navýšení</p>	<p>přímá objednávka do zavedení DNS</p>	<p>5 letáků, 1 brožura, 1 závěsný kalendář, 1 stolní kalendář, 3 pozvánky, 1 návrh titulních stránek, 5 drobnější grafika (banner, FB), 1 novoročenka</p>	<p>TP IROP</p>	<p>82200</p>
			<p>1. – 4. čtvrtletí 2019</p>	<p>veřejnost (občané ČR 15+)</p>	<p>850 000</p>	<p>na základě výdajů za rok 2018 + 10 % navýšení</p>	<p>přímá objednávka do 400 tis. do zavedení DNS + DNS</p>	<p>tištěné materiály</p>	<p>TP IROP</p>	<p>82200</p>
			<p>1. – 4. čtvrtletí 2019</p>	<p>veřejnost (občané ČR 15+), média</p>	<p>430 000</p>	<p>na základě výdajů za rok 2017 + rezerva</p>	<p>přímý nákup</p>	<p>1 soubor fotografií (70 projektů)</p>	<p>TP IROP</p>	<p>82200</p>

	ukončených projektů či akcí souvisejících se slavnostním ukončením projektů. Fotografický materiál bude využit do dalších propagačních materiálů IROP (brožury, letáky, Zpravodaj). Výběr projektů k nafození bude koordinován s Centrem, aby nedošlo k pořízení duplicitních snímků.									
Výroční konference	Jedná se o každoroční akci, která slouží k představení IROP a jeho výsledků a jako platforma pro sdílení zkušeností v oblasti implementace projektů ve vybrané oblasti IROP. V roce 2019 bude pravděpodobně doplněno o outdoorovou akci - Den s IZS (možná 2-denní)	-	3. – 4. čtvrtletí 2019	Žadatelé, příjemci	240 000	na základě zkušeností a výdajů z předchozích let	přímý nákup	1 konference	TP IROP	82000
Propagační předměty a ceny do soutěží	Slouží jako drobný dárek a zároveň slouží ke zvyšování povědomí o IROP a budování pozitivního vnímání IROP. Bude přihlíženo k praktičnosti takovýchto předmětů/tiskovin a také vhodnosti vzhledem k zaměření IROP. Aktivita je včetně brandingů.	-	3. – 4. čtvrtletí 2019	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	960 000	na základě výdajů za rok 2018 a odhadu plánovaného počtu pořizovaných předmětů	DNS "Propagační předměty pro IROP"	26 druhů	TP IROP	80200
Provoz sociálních sítí - FB + Instagram, YouTube	V roce 2019 budou FB stránky v realizaci již třetím rokem a postupně si budují fanouškovskou základnu. Jsou uveřejňovány hlavně informace o realizovaných projektech z IROP, úspěšné projekty	Odbor komunikace MMR	1. – 4. čtvrtletí 2019	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	700 000	na základě výdajů za rok 2018 (FB) + 10 % navýšení	DNS: Marketingové a kreativní služby	1 soubor soc. sítí (FB + Instagram)	TP IROP	80103

	z IOP, nabídky práce nebo informace a aktuality o EU. V červnu roku 2017 byla spuštěna cílená inzertní stránka IROP na FB po dobu jednoho roku. Vzhledem k úspěšným výsledkům bude aktivita prostřednictvím placené inzertce nejen pokračovat, ale bude dále rozšířena na Instagram a YouTube, popř. další soc. sítě.									
Stánek konference ISSS	Účast na ISSS konferenci je prestižní záležitostí, na které je propagován IROP s důrazem na SC 3.2 za účasti odborné veřejnosti v oblasti eGovernmentu. Stánek IROP bude prezentován 3. rokem.	-	2. čtvrtletí 2019	Potenciální žadatelé/žadatelé/příjemci/média/občané ČR 15+	180 000	na základě zkušeností z předchozích let a maximálního limitu způsobilých výdajů dle Specifických pravidel + rezerva	přímý nákup	1 stánek na konferenci ISSS	TP IROP	82200
Ad hoc komunikační aktivity IROP. Jedná se o aktivity, které nebylo možné při přípravě RKoP v roce 2018 předpokládat.		-	1. – 4. čtvrtletí 2019	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	500 000	na základě výdajů za rok 2019 a odhadu možných aktivit	přímý nákup	6 výstupů	TP IROP	82 200
Snídaně s novináři	Aktivita zahrnuje přípravu podkladů pro setkání paní ministrů s novináři. Setkání je organizováno dle jednotlivých SC IROP. Podklady obsahují informace o aktuálním stavu čerpání SC a zajímavých podpořených projektech.	Odbor komunikace MMR	1. – 4. čtvrtletí 2019	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci, veřejnost (občané ČR 15+), média	0	-	-	-	-	-
Ad hoc komunikační aktivity Oddělení publicity EU MMR		Odbor publicity EU MMR	1. – 4. čtvrtletí 2019	veřejnost (občané ČR 15+), média	-	-	-	-	-	-

Regionální akce - outdoorová kampaň	Prezentace IROP formou stánku na alespoň10-ti reg. akcích, soutěž, znalostní kvíz o daném regionu (nebo o regionálních specialitách po celém regionu). Ceny regionální gastronomické speciality nebo předměty místné spojené s daným regionem. Stánek může být doplněn o fotokoutek s vesnickou tematikou (pozadí vesnice Josefa Lady, propriety k nafocení např. kousky z kroje, zabíjačka). Veškeré produkční zajištění vč. výroby 2 stánků, obsazení stánku, transport, ceny by měla na starosti firma. A další...putovní výstava, ad hoc venkovní akce, apod.		2. – 4. čtvrtletí 2019	veřejnost (občané ČR 15+)	2 420 000	na základě zkušeností a mkt. průzkumu	VZMR do zavedení DNS	1 soubor OOH reg. akcí	TP IROP	82000
Soutěže - Jak znáte naše regiony (FB, web), "vlaková" a další ad hoc	Geografické otázky + místní gastronomické speciality, místní nářečí. Každé 3 týdny výherce balíčku regionálních specialit. Tématicky zaměřené soutěže (např. vánoční, velikonoční), vztahující se k určité události (např. Světový den mobility) a další. Kompletní zajištění vč. pořízení a rozesílání/předávání cen výhercům bude mít na starosti externí dodavatel služby.		2. – 4. čtvrtletí 2019	veřejnost (občané ČR 15+)	1 100 000	na základě zkušeností a mkt. průzkumu	VZMR do zavedení DNS	1 soubor soutěží	TP IROP	80001
	soutěž "vlaková" - pouze produkční zajištění, prostory DNS - synergické propojení "mediální kampaň" ve vlacích, která bude představovat další		2. - 4. čtvrtletí 2019	veřejnost (občané ČR 15+)	480 000					

	úspěšně dokončené projekty a zároveň odkazovat na soutěž									
celkem		-		-	54 090 000	-	-	-	-	

Návrh komunikačních aktivit včetně harmonogramu a indikativních výdajů, cílových skupin a výstupů aktivit Centra pro regionální rozvoj ČR pro rok 2019

Aktivita/stručný popis	Popis aktivity	Cílová skupina	Spolupracující subjekty	Období realizace	Počet	Zdroj financ.	Celkové výdaje v Kč včetně DPH	Kód NČI
Tiskové zprávy	Vydávání souhrnných tiskových zpráv k aktuálnímu vývoji	Média		1. – 4. čtvrtletí 2019	4	-	0	-
PR články v tištěných odborných, všeobecných a zájmových médiích	Deset PR článků směřovaných pro laickou i profesně zaměřenou veřejnost	Veřejnost (široká veřejnost), žadatelé (potenciální žadatelé)	ŘO IROP	1. – 4. čtvrtletí 2019	10	TP	210 000	80001
E-newsletter	12 e-newsletterů o aktualitách z IROP a činnosti Centra	Veřejnost (široká veřejnost), žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci		1. – 4. čtvrtletí 2019	12	TP	0	-
Vlastní periodikum „Včera, dnes a zítra – Newsletter Centra pro regionální rozvoj České republiky“	Tři čísla občasníku Centra „Včera, dnes a zítra“	Příjemci, žadatelé	ŘO IROP	1. – 4. čtvrtletí 2019	3	TP	120 000	80200
Letáky, plakáty	Letáky reagující na aktuální situace např. veletrhy	Příjemci, žadatelé		1. – 4. čtvrtletí 2019	6	TP	90 000	80200
Akce pro veřejnost	Účast na několika veletrzích tematicky odpovídajících vyhlášeným výzvam, akce pro veřejnost	Příjemci, žadatelé, veřejnost (široká veřejnost)	ŘO IROP	1. – 4. čtvrtletí 2019	7	TP	160 000	80001
Fotografické materiály I (dokumentační) – pokračování z roku 2018	Fotografie pro kalendáře, brožury, letáky apod.	Příjemci, žadatelé, veřejnost (široká veřejnost)	ŘO IROP	1. – 2. čtvrtletí 2019	1 soubor	TP	54 450	82200
Fotografické materiály II (designové) – pokračování z roku 2018	Fotografie pro kalendáře, brožury, letáky apod.	Příjemci, žadatelé, veřejnost (široká veřejnost)	ŘO IROP	1.– 4. čtvrtletí 2019	1 soubor	TP	114 950	82200
Propagační předměty	Budou využity na veletrzích, eventech, seminářích, jednáních apod.	Příjemci, žadatelé, veřejnost (široká veřejnost)		1. – 4. čtvrtletí 2019	20	TP	1 200 000	80200



Komiksový speciál IROP	Přiblížení problematiky evropských fondů nejmladší generaci, kombinace komiksových prvků, textu a hravých prvků	Veřejnost (široká veřejnost)		1. – 4. čtvrtletí 2019	1	TP	300 000	80103
Videoseriál IROP (infotainment)	Zábavné reportáže o vybraných oblastech podpory, krátké navzájem provázané reportáže	Veřejnost (široká veřejnost), žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci		1.– 4. čtvrtletí 2019	1 soubor	TP	1 597 200	80103
Videoseriál IROP (reportážní)	profilové reportáže jednotlivých oblastí, představení činnosti Centra pro podporované oblasti	Veřejnost (široká veřejnost), žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci		1.– 4. čtvrtletí 2019	1 soubor	TP	427 735	80103
Video o roli Centra v IROP	Prezentace centra a jeho úlohy v programu IROP	Žadatelé (potenciální žadatelé), příjemci, odborná veřejnost		1.– 4. čtvrtletí 2019	1	TP	72 600	80103
Doplňkové aktivity k videoseriálu	Např. regionální podpora v médiích, infostránka apod.	Veřejnost (široká veřejnost), žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci		1. – 4. čtvrtletí 2019	1	TP	151 250	–
Vlak „IROP EXPRES“	Mobilní plošná outdoorová reklama na vlakových soupravách o existenci IROP a jeho dopadu na rozvoj regionů	Veřejnost (široká veřejnost), žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci		1. – 4. čtvrtletí 2019	1	TP	2 500 000	80103
Podpora projektů pro předškolní vzdělávání (výzvy č. 14 a 15)	Vybrané projekty budou obdarovány sadou dětských reflexních vest	Příjemci, veřejnost (široká veřejnost)		1. – 4. čtvrtletí 2019	1	TP	0	–
Spolupráce s NPÚ (pokračování)	Propagace IROP a Centra v objektech a na akcích NPÚ	Veřejnost (široká veřejnost)		1. – 4. čtvrtletí 2019	1	TP	0	–
Centrální a regionální semináře pro žadatele a příjemce	Ke každé vyhlášené výzvě, celorepublikový informační seminář	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci		1. – 4. čtvrtletí 2019	50 regionálních, 20 centrálních	-	0	–
Výroční setkání	14 setkání během ledna –	Veřejnost (široká veřejnost),		1. čtvrtletí 2019	14	TP	560 000	82000

	března, diskuze s partnery daných pracovišť ÚO IROP/OCAP	příjemci, žadatelé (potencionální žadatelé)						
Individuální konzultace	Budou probíhat v souladu s Přílohou B.8-4 Operačního manuálu IROP – Konzultační servis IROP	Žadatelé (potenciální žadatelé, žadatelé), příjemci		1. – 4. čtvrtletí 2019	-	-	0	-
Celkem Kč včetně DPH							7 558 185	

Celkové náklady na komunikační aktivity ŘO	54 090 000 Kč
Celkové náklady na komunikační aktivity Centra	7 558 185 Kč
Celkové náklady na komunikační aktivity IROP	61 648 185 Kč



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
Integrovaný regionální operační program



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

3. Komunikační cíle a cílové skupiny

3.1. Komunikační témata pro rok 2018

Rozpracovány v tabulce na str. 18

Propojení komunikačních témat stanovených na rok 2019 s Komunikačním plánem IROP a SKS je znázorněno v logickém rámci níže, který obsahuje rozpad na jednotlivé aktivity a jejich nástroje. Jednotlivé aktivity jsou očíslovány a seřazeny podle důležitosti. K jednotlivým aktivitám je pak pod stejným číslem přiřazen nástroj/nosič aktivity a také cílová skupina. Je nutné však podotknout, že komunikační nástroj nesoucí specifické téma, zaměřené na vymezenou cílovou skupinu, může zasáhnout i další cílové skupiny. Mezi oběma komunikačními tématy tak vzniká synergický efekt, kdy se jednotlivé komunikační aktivity navzájem podporují.

3.2. Cílové skupiny

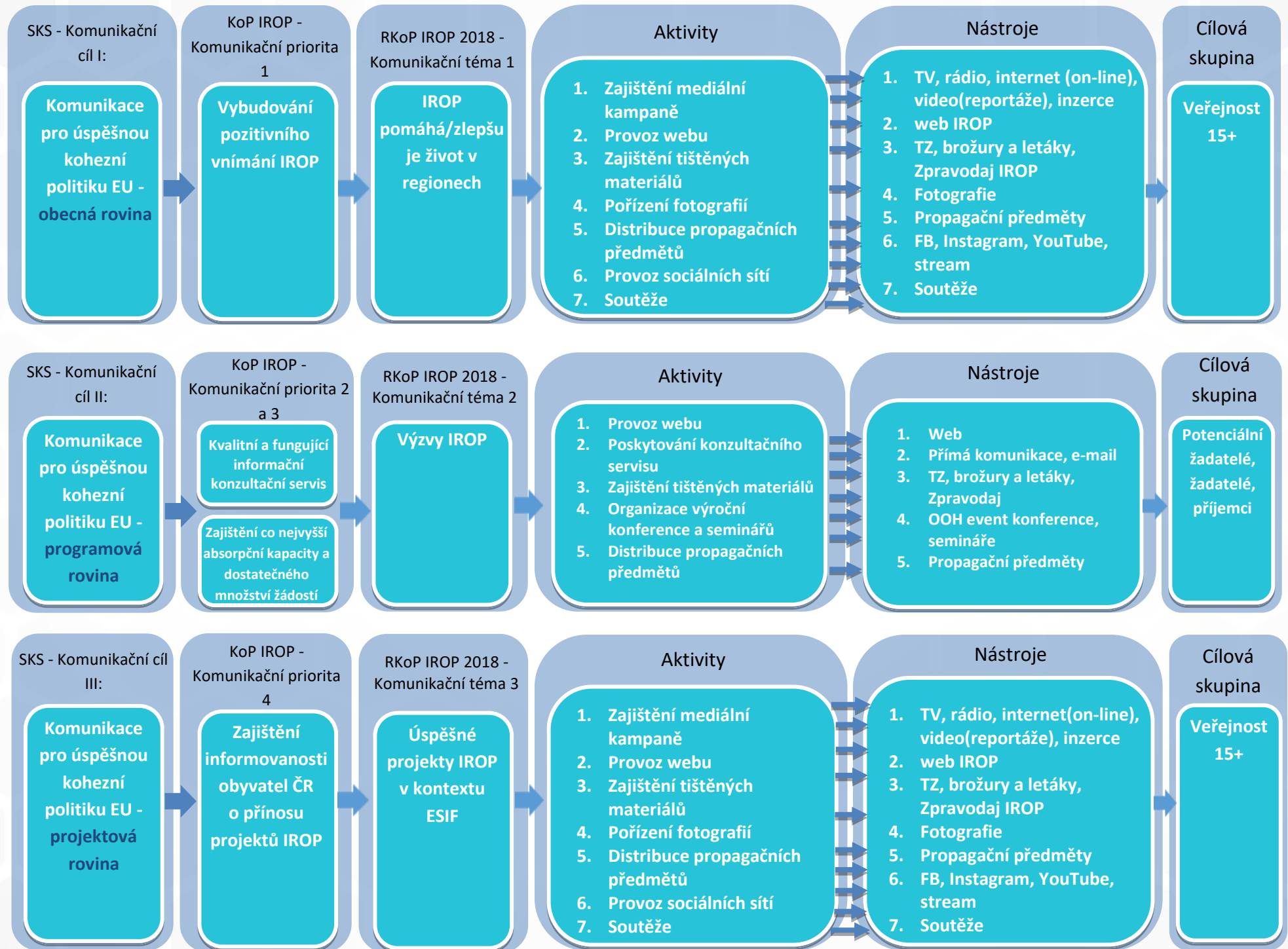
Výše uvedená komunikační témata budou směřována k následujícím cílovým skupinám:

- potenciální žadatelé,
- žadatelé,
- příjemci,
- média,
- občané ČR 15+ (široká veřejnost).

Definice viz Společná komunikační strategie ESIF v ČR (kapitola 5.7, str. 29).

Ostatní cílové skupiny:

- Evropská komise,
- Monitorovací výbor IROP,
- regionální a místní orgány státní správy a samosprávy (partneři v území),
- hospodářští a sociální partneři (partneři v území),
- profesně zaměřená široká veřejnost (např. památkáři, urbanisté, stavební technici, odborníci ve školství, dopravě, zdravotnictví apod.),
- politická reprezentace,
- nositelé strategií ITI, IPRÚ a Místní akční skupiny.



3.3. Rizika v souvislosti s plněním komunikačních plánů

riziko	popis	opatření
negativní mediální prostředí	Veřejné mínění je utvářeno na základě mediálních informací, které s sebou většinou nesou negativní sdělení - viz některé projekty z minulého programového období (např. podezření z korupce, předražené veřejné zakázky, netransparentní proces hodnocení)	budování pozitivních vazeb s novináři, produkce pravidelných, kvalitních a pozitivně zaměřených tiskových zpráv
zvýšený počet aktérů	kromě ŘO a Centra je do implementace IROP rovněž zapojeno i 7 ZS ITI a 177 MAS	správné nastavení informačních toků mezi jednotlivými aktéry a funkční Platforma pro komunikaci IROP
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
široké tematické zaměření	nízký počet předložených projektových žádostí či jejich nízká kvalita	funkční konzultační servis a aktivita pracovníků CRR v regionech při komunikaci s žadateli a příjemci
	vysoké množství konzultací	funkční konzultační servis, zveřejňování často se opakujících dotazů, rad a tipů na webu a ve Zpravodaji IROP, přípravou tematických brožur aj.

4. Odpovědnost za plnění komunikačních aktivit

Za koordinaci publicity a komunikace IROP je odpovědný ŘO IROP. Odpovědnost za přípravu a organizaci komunikačních aktivit mají komunikační úředníci ŘO IROP, kteří spolupracují s dalšími odděleními při realizaci jednotlivých aktivit, a dále pracovníci Oddělení kanceláře generálního ředitele Centra pro regionální rozvoj.

Platforma pro komunikaci IROP (dále jen PS pro komunikaci IROP) je řízená a vedena ŘO IROP za účasti zástupců Centra a případně zástupců ZS ITI a MAS a dalších hostů.

Úkoly Platformy pro komunikaci IROP

- připomínkování SKS, návrhy úprav SKS;
- připomínkování návrhů RKoP ŘO IROP i Centra;
- spolupráce při přípravě a sledování průběhu jednotlivých komunikačních aktivit, jejich průběžná evaluace a návrhy na úpravu (včetně aktivit Centra);
- koordinace jednotlivých komunikačních aktivit, sledování jejich výstupů a vyhodnocování (včetně aktivit Centra);
- koordinace jednotlivých aktivit s NOK.

5. Evaluace a indikátory

V roce 2018 byla realizována externí evaluace komunikačních aktivit s názvem „Vyhodnocování efektivity realizovaných komunikačních nástrojů ŘO IROP I.“. Jedná se o průběžnou externí evaluaci, jejímž cílem je průběžné vyhodnocování efektivity realizovaných komunikačních aktivit z let 2015 -2017 a částečně roku 2018. Evaluace byla hrazena z Technické pomoci IROP. V době přípravy RKoP IROP 2019 byla připomínkována závěrečná zpráva z této evaluace. Nebylo tedy možné zpracovat výsledky z této evaluace do připravovaného RKoP IROP 2019. Případné koncepčně-strategické změny budou předmětem revize RKoP IROP 2019.

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

a. Hlavní indikátory

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	4112	ŘO IROP: konference (1), semináře a workshopy (26) soubor OOH reg. akcí (1) CENTRUM: výroční setkání (14)
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	11	ŘO IROP: soubor videoreportáže (1), soubor mediální kampaň (1), soubor stream (1), soubor rail kampaň (1), soubor on-line pořad (1), soubor soc. sítí (1) CENTRUM: soubor videomateriálů (3), komiksový speciál (1), polep vlaku IROP EXPRES (1)

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	59	ŘO IROP: Zpravodaj IROP (4), propagační předměty (26) CENTRUM: Newsletter (3), informační leták (6), propagační předměty (20)
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 	18	ŘO IROP: Soubor soutěží (1), CENTRUM: PR články (10), akce pro veřejnost (7)
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	2 922 900	ŘO IROP: Web IROP(600 000), služby grafické (300 000), tiskařské (850 000), fotografické (333 000), stánek konference ISSS(170 500), ad hoc aktivity (500 000) CENTRUM: fotografické služby (169 400)