



DOSTUPNÝ



MODERNÍ



AKTIVNÍ



ZDRAVÝ



ÚSPORNÝ



PERSPEKTIVNÍ



KULTURNÍ

Vyhodnocení Ročního komunikačního plánu IROP 2020

vypracovala:

Ing. Martina Juřicová, oddělení podpory OP

schválil:

Ing. Rostislav Mazal, ředitel ŘO IROP

vzato na vědomí Monitorovacím výborem IROP dne:



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. Indikátory	7
3. Seznam příloh.....	9





1. Manažerské shrnutí

Roční komunikační plán („RkoP“) IROP 2020 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.

Vyhodnocení se skládá z **manažerského shrnutí, indikátorů a tabulky 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.

Hlavní komunikační aktivitou pro rok 2020 byla stanovena **Roadshow IROP** zaměřená na poskytnutí informací o IROP 2021-2027 formou krajských setkání za účasti náměstka Sekce evropských a národních programů a zástupců ŘO IROP, Centra, vybrané MAS, a ITI z příslušného kraje. Akce se setkaly s velkým zájmem účastníků, kteří rovněž uvítali možnost osobních konzultací.

Do podstatné části aktivit zasáhla pandemie covid-19. V případě Roadshow bylo zrealizováno 9 ze 13 krajských setkání v obdobích březen a září-říjen. Zbývající 4 setkání byla odložena na rok 2021. Přeložena do dalšího roku byla rovněž **výroční konference**, která se měla zaměřovat na sociální infrastrukturu.

Další aktivita, kterou ovlivnila pandemická opatření, je **natáčení videoreportáží**. Aktivita byla zahájena v červnu 2020, nicméně vzhledem k nepříznivé pandemické situaci byla přerušena. Dosud bylo natočeno 17 reportáží v 5 krajích, zbývající reportáže byly přesunuty do roku 2021. V červnu 2020 byla také zahájena **putovní výstava IROP** zobrazující podpořené projekty IROP ve stavu před a po realizaci. Výstava během roku 2020 navštívila 7 lokalit a pokračuje dále v roce 2021. V říjnu byly spuštěny **redesignované stránky webu IROP**, jejichž cílem byla jednak vizuální inovace webu a dále příprava webu na období 2021-2027.

V souvislosti s aktivitami uvedenými v RkoP IROP 2020 bylo dále realizováno celkem **5 centrálních seminářů pro žadatele** k vyhlášeným výzvám. Jejich počet klesá vzhledem k fázi programového období. Bylo uveřejněno **16 tiskových zpráv**, jejichž témata byla zaměřena na dosažení významných milníků a představení úspěšných podpořených projektů. Významnou akcí byla **prezentace projektů IOP a IROP, jejichž výstupy napomohly v boji s covid-19** za účasti náměstka Sekce evropských a národních programů a náměstka generálního ředitele Hasičské záchranné služby





ČR na setkání s novináři v září v areálu Hasičské stanice v Modřanech. Pro tuto akci byl připraven leták s příklady projektů podpořených z IOP a IROP, jejichž výstupy (např. lůžka, technika) byly využity pro boj s covid-19.

V roce 2020 byla také připravena elektronická verze **publikace Projekty I(R)OP – Námí podpořené, jinými oceněné**, jejímž cílem je představit projekty, které získaly ceny a ocenění v různých soutěžích (např. architektura, eGovernment, společenská zodpovědnost) a tím ukázat kvalitu podpořených projektů. Tisk publikace bude zajištěn v roce 2021.

V souvislosti s konzultačním servisem bylo **zodpovězeno 275 dotazů** podaných přes emailovou schránku irop@mmr.cz. V průběhu roku 2020 byly pořízeny profesionální **fotografie 96 projektů** podpořených z IROP, jejichž cílem je atraktivně prezentovat přínosy IROP. **Facebook IROP** je provozován ve spolupráci s externím dodavatelem, který zajišťuje tvorbu, publikaci a případnou propagaci postů, realizaci jednoduchých soutěží na FB IROP za účelem zvýšení povědomí o IROP a zvýšení počtu sledujících. FB IROP je striktně cílen na veřejnost a tomu je uzpůsoben obsah.

Grafické služby jsou využívány pro široké portfolio vizuálních výstupů, např. **regionální brožury, pozvánky a programy** na pořádané akce, **šablony** pro dokumenty a prezentace v jednotném stylu, **koláže projektů ve smyčkách** pro prezentace – podle specifických cílů nebo podle krajů, **plakáty projektů** na putovní výstavu, **návrh publikace** oceněných projektů nebo **obsah pro mediální kampaň FN IROP**.

Průzkum povědomí z června 2020 ukázal, že IROP zná 25 % populace¹. Ve srovnání s rokem 2019 došlo k poklesu povědomí o IROP z 41, 1 % na 24, 9 %, tedy o 16, 2 p. b.² Nárůst povědomí v roce 2019 jednoznačně způsobila zrealizovaná massmediální kampaň Zateplování a Památky. 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 mediatypů – televize a internet. Lidé 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 (75 % populace), což pozitivně koreluje s přínosy EU fondů. Průzkum také ukázal, že pro udržení povědomí je nutná průběžná massmediální kampaň, což je velmi náročné na finanční prostředky. ŘO IROP proto volí alternativní způsoby propagace, zejména on-line komunikaci.

Centrum pro regionální rozvoj České republiky („Centrum“) realizovalo v minulém roce **regionální online kampaň** s názvem Regiony nás baví. V rámci dané aktivity

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

² Remark, Analýza dopadů komunikační kampaně IROP, únor–červen 2019





byla vytvořena nová webová stránka www.regionynasbavi.cz, 26 videí a 39 článků. Celkem bylo tedy prezentováno 65 úspěšně realizovaných projektů podpořených z IROP. Cílem kampaně bylo ukázat, že projekty financované z IROP jsou nedílnou součástí naší každodenní zkušenosti a přispívají ke zlepšení kvality života obyvatel ve všech regionech ČR. Dále Centrum zadalo **inzerce v regionálním tisku**, konkrétně v Deníku vydavatelství Vltava Labe Media a to v rámci příloh ke 20 letům od vzniku krajů. V období březen až listopad 2020 bylo uveřejněno celkem 14 regionálních příloh ve všech 70 mutacích Deníku. Jednotlivé přílohy prezentovaly úspěšně realizované projekty IROP v daném kraji. Jedna příloha byla věnována i Hlavnímu městu Praha, kde Centrum ve spolupráci s Ministerstvem vnitra ČR prezentovalo projekt Portál občana. Čtenost na 1 vydání byla 476 000 čtenářů a kumulovaný dosah byl přes 2 miliony čtenářů (tedy cca 25 % populace starší 15 let).

Centrum také vytvořilo **propagační video Sekce administrace programů**, které je určené pro žadatele a příjemce a prezentuje činnost a roli Centra jako administrátora Integrovaného regionálního operačního programu.

V minulém roce byly Centrem zorganizovány pouze **2 semináře pro žadatele** k vyhlášeným výzvám. Jak již bylo řečeno, je to především z důvodu konce programového období, nicméně částečně to bylo zapříčiněno i pandemií covid-19, která ovlivnila i další publicitní aktivity. Z důvodu epidemiologických opatření a zavedení nouzového stavu na jaře 2020 byla zrušena realizace **krátkých reportážních videí**, která měla mít formu tipů na výlet a měla být prezentována v pořadu Výleták. Ze stejného důvodu nemohla být realizovaná ani **spolupráce s Národním památkovým ústavem**, jelikož po většinu roku byly kulturní památky uzavřené pro veřejnost.

V roce 2020 byla věnována větší pozornost webu Centra, a to i s ohledem na omezení kontaktů s žadateli a příjemci a přesunu komunikace do online prostoru. V souvislosti s přípravou na nové programové období zahájilo Centrum práce na **novém konzultačním servisu**, což je nástroj určený žadatelům a pro zjednodušení komunikace při konzultacích dotazů před podáním žádosti o podporu v rámci IROP.

V roce 2020 došlo k **redesignu a změně názvu tištěného časopisu Centra**. Nový název „Regiony nás baví“ je pojítkem na nové webové stránky určené pro širokou veřejnost. V minulém roce vyšla 3 tematická vydání časopisu. Již zavedenou aktivitou je pravidelný měsíční **e-newsletter**, který přináší souhrn nejdůležitějších informací za uplynulý měsíc.





Celkové finanční náklady na komunikační aktivity ŘO IROP a Centra v roce 2020 byly ve výši **13 605 085 Kč včetně DPH**. Tabulka níže uvádí porovnání plánovaných a skutečně vyčerpaných finančních prostředků na komunikačních aktivitách ŘO IROP a Centra v roce 2021.

Subjekt	Celková plánovaná částka	Skutečně vyčerpané fin. prostředky
ŘO IROP	50 182 000	10 200 505,31
Centrum	7 980 000	3 425 165,15
Celkem	58 162 000	13 625 670,46

Rozdíl v nevyčerpaných prostředcích je způsoben nerealizací finančně nákladných aktivit. Nezrealizovaly se například regionální stánky, soutěže IROP, stream videa, spolupráce s NPÚ a nebyla využita rezerva na ad hoc aktivity. V případě kampaně na FN IROP se předpokládala massmediální kampaň vč. využití TV. Následně bylo rozhodnuto o přesnějším zacílení formou on-line kampaně, přičemž plánovaná částka kampaně klesla z 22,5 mil. Kč na 1,5 mil. Kč, kampaň byla zahájena na konci roku 2020 a bude vyúčtována k proplacení v roce 2021. V tabulce aktivit je vyznačena jako zrealizovaná, neboť část kampaně proběhla v roce 2020.

Rok 2020 za částečně úspěšný, i přes omezení spojená s pandemií covid-19 byla splněna či rozpracována většina aktivit. Za nejúspěšnější ze splněných aktivit lze považovat Roadshow IROP, Putovní výstavu, microsite Regiony nás baví a redesign webu IROP. S aktivitami, které nebyly zrealizovány v roce 2020, se počítá v roce 2021. Nezrealizované aktivity jsou vyznačeny v tabulce šedou barvou.





2. 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 (0), soubor Roadshow (1), Soubor putovní výstava (1), SPOLEČNĚ: semináře a workshopy (5), soubor OOH akcí (0)
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	3	ŘO IROP: soubor videoreportáže (1), soubor stream (0), soubor soc. sítí (1) CENTRUM: soubor on-line video (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	49	ŘO IROP: unikátní propagační materiály (34) CENTRUM: Časopis Včera, dnes, zítra (3), eNewsletter (12),



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 	16	<p>ŘO IROP: Soubor soutěže (0), soubor mediální kampaň (1)</p> <p>CENTRUM: PR články (14) soubor mediální kampaň (1), soubor akcí s NPÚ (0)</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	3 787 114	ŘO IROP: Web IROP (998 613 Kč), tiskařské služby (51 140 Kč), grafické služby (1 924 241 Kč), fotografické služby (813 120 Kč),
60001	Celkový počet účastníků	Celkový počet účastníků	1 300	ŘO IROP: Výroční konference (0) Roadshow (13x100)



3. Seznam příloh

Součástí tohoto Vyhodnocení je:

1. Tabulka Vyhodnocení RKO P IROP 2020

