INTEGROVANÝ REGIONÁLNÍ OPERAČNÍ PROGRAM



Roční komunikační plán IROP 2027

období 2021-2027

Schváleno dne: 12. 11. 2026 Monitorovacím výborem IROP



Spolufinancováno Evropskou unií



Ministerstvo pro místní rozvoj

Obsah

1. Manažerské shrnutí 3
2. Komunikační aktivity 4
3. Komunikační cíle a cílové skupiny 7
4. Rizika v souvislosti s plněním komunikačního plánu 8
5. Indikátory 9
7. Evaluace 12
8. Seznam zkratek 13
9. Seznam příloh 13

1. Manažerské shrnutí

Roční komunikační plán („RKoP“) IROP 2027 vznikl na základě povinnosti ŘO zajišťovat komunikaci a zviditelňování programu IROP v programovém období 2021–2027 stanovené v Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) 2021/1060 (tzv. „obecné nařízení) a rozpracované v kapitole 6.3 Metodického pokynu pro oblast indikátorů, evaluací a publicity programovém období 2021–2027.

Rok 2027 je sedmým rokem realizace IROP 2021-2027, což přináší větší počet dokončených projektů vhodných k propagaci. Komunikační aktivity však synergicky navazují na dosavadní komunikaci vč. komunikačních materiálů a nástrojů.

Komunikační aktivity pak pokračují ve třech komunikačních tématech:

- **Výzvy IROP 2021-2027**, cílem je informovat potenciální žadatele o možnostech podpory a připravit tak dostatečnou absorpční kapacitu a následně poskytovat příjemcům podporu pro zdárnou realizaci projektů.
- **Projekty IROP,** cílem je informovat veřejnost o kvalitních projektech, které zlepšují život v regionech, a to primárně projekty období 2021-2027.
- **Strategické projekty EU**, cílem je informovat veřejnost o průběhu realizace vybraných projektů a společně s nimi vysvětlovat hodnoty EU a principy kohezní politiky.



2. Komunikační aktivity

Roční komunikační plán IROP 2027

Roční komunikační plán IROP 2027 navazuje na osvědčené komunikační aktivity realizované v předchozích letech a dále je rozvíjí s ohledem na poznatky získané z průzkumů a evaluací. Důraz je kladen zejména na regionální cílení komunikace, tedy na představování projektů obyvatelům v regionech, kde jsou realizovány. Nadále bude posilováno využívání sociálních sítí jako hlavního komunikačního kanálu směrem k veřejnosti a také systematičtější stanovování a vyhodnocování komunikačních cílů.

Výzvy IROP 2021–2027

Cílem komunikačního tématu **Výzvy IROP 2021–2027** je informovat potenciální žadatele o možnostech podpory a současně podpořit dostatečnou absorpční kapacitu zejména u výzev s nižším čerpáním. Toto téma je komunikováno průběžně prostřednictvím webových stránek IROP a Centra pro regionální rozvoj České republiky, kde jsou pravidelně zveřejňovány aktuální informace.

Důležitou součástí podpory žadatelů je **Konzultační servis Centra**, který zajišťuje evidenci všech dotazů a odpovědí a tím podporuje rovný přístup k informacím napříč regiony. Prostřednictvím této služby je každoročně zodpovězeno přibližně **3 000 dotazů**.

S ohledem na aktuální fázi programu se v roce 2027 předpokládá pouze omezený počet centrálních i regionálních seminářů zaměřených na jednotlivé výzvy. Centrální semináře pořádané ŘO IROP budou realizovány převážně v online formě. Významnou roli však i nadále sehrávají **regionální konference Centra**, které podporují přímý dialog se žadateli, příjemci i odbornou veřejností. Tyto akce vytvářejí prostor pro sdílení zkušeností, vzájemnou inspiraci a posilování důvěry v proces čerpání evropských fondů.

Součástí komunikačního plánu pro rok 2027 bude také pokračování odborné série seminářů **VZ Tour**, zaměřené na problematiku veřejných zakázek. Jejím cílem je dále posilovat informovanost a poskytovat podporu odborné veřejnosti i příjemcům.

Projekty IROP

Komunikační téma **Projekty IROP** je primárně určeno široké veřejnosti. Jeho cílem je atraktivní a srozumitelnou formou představovat výsledky programu IROP prostřednictvím konkrétních realizovaných projektů.

ŘO IROP i Centrum budou i nadále realizovat osvědčené komunikační aktivity, mezi které patří komunikace na sociálních sítích, mediální a online kampaně, pořizování fotografií dokončených projektů, příprava videoreportáží s příjemci podpory a vydávání tiskových zpráv.

V roce 2027 bude Centrum ve své komunikaci nadále spojovat informační podporu žadatelů a příjemců s publicitou projektů IROP. Veřejnosti bude ukazovat konkrétní přínosy dokončených projektů v regionech; žadatelům a příjemcům bude poskytovat aktuální informace prostřednictvím webu, newsletteru, konzultačního servisu a regionálních seminářů. Smyslem propojení kanálů je dostat příběhy projektů k lidem, kterých se týkají, a současně zachovat dostupný odborný servis pro ty, kdo projekty připravují a realizují.

Plán navazuje na směr roku 2026, větší důraz však klade na cílenou digitální distribuci obsahu a měření reakce publika. Počítáme také s vyšším počtem komunikovaných projektů IROP vzhledem ke končícímu programovému období, nově je mezi aktivity zahrnut také Newsletter Co hýbe regiony, který bude zasílán pomocí systému Ecomail na více než 3700 emailových adres.

Základem komunikace zůstane časopis Regiony nás baví a jeho propojení s webem. Články, fotografie a videa z projektů budou využívány také na sociálních sítích, v online inzerci a při vyjednávání publicity v médiích. Vedle Facebooku, Instagramu a LinkedInu plán nově počítá s intenzivnější propagací videí na YouTube a rozvoj další spolupráce s influencery. Online inzerce představí úspěšné projekty a práci CRR srozumitelnou a atraktivní formou. Nadále je počítáno s aktivní podporou příjemců při medializaci úspěšných projektů.

Účinnost aktivit se bude posuzovat podle konkrétních výstupů i reakcí cílových skupin: dosahu a zapojení na sociálních sítích, návštěvnosti webu, odběrů časopisu, čtenosti článků, mediálního zásahu a zpětné vazby z akcí.

Strategické projekty EU (Operations of Strategic Importance)

Třetím komunikačním tématem jsou **Strategické projekty EU (Operations of Strategic Importance, OSI)**. Jedná se o projekty, které významně přispívají k naplňování cílů programu a současně reprezentují hodnoty Evropské unie a principy politiky soudržnosti.

Tyto projekty jsou pravidelně monitorovány a zvláštní důraz je kladen také na informování veřejnosti o jejich realizaci. Vzhledem k jejich významu bylo pro OSI stanoveno samostatné komunikační téma.

Strategické projekty budou komunikovány prostřednictvím stejných komunikačních kanálů jako ostatní projekty IROP, avšak se zvýšeným důrazem na průběžný postup realizace a dosažené milníky. S ohledem na aktuální fázi jednotlivých projektů bude v roce 2027 komunikace zaměřena především na průběh realizace a na práce, které na projektech probíhají. Informace o strategických projektech budou průběžně doplňovány na webových stránkách IROP, na závěrečné komunikační akce těchto projektů jsou vždy zváni také zástupci EK v České republice.

Koordinace komunikačních aktivit

ŘO IROP a jeho zprostředkující subjekt, Centrum pro regionální rozvoj České republiky, realizují komunikační aktivity ve vzájemné koordinaci. Obsah jednotlivých aktivit je koordinován tak, aby se aktivity obou subjektů vzájemně doplňovaly a efektivně využívaly dostupné kapacity.

Rozdělení aktivit vychází především z cílových skupin a územního zaměření komunikace. Centrum se zaměřuje zejména na komunikaci se žadateli a příjemci v jednotlivých regionech a dále s regionálními partnery. ŘO IROP komunikuje výzvy na celostátní úrovni a současně prezentuje přínosy podpořených projektů na úrovni regionů.

Podrobný přehled všech komunikačních aktivit ŘO IROP i Centra, včetně rozpočtu, harmonogramu, cílových skupin a plánovaných výstupů, je uveden v **Příloze č. 1**.

Předpokládané souhrnné výdaje na komunikační aktivity ŘO IROP a Centra na rok 2027:

Subjekt	Celková plánovaná částka
ŘO IROP	13 187 560 Kč
Centrum	8 450 000 Kč
Celkem	**21 637 560 Kč**

3. Komunikační cíle a cílové skupiny

Pro rozlišení jednotlivých komunikačních témat, cílových skupin, programových období a zdrojů financování byla zpracována komunikační matice:

	Výzvy IROP 2021-2027	Projekty IROP	Strategické projekty EU
Cílová skupina	potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci	primární: veřejnost (občané 15+) sekundární: potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci	primární: veřejnost (občané 15+) sekundární: potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci
Sdělení	Podívejte se, o jaké dotace můžete zažádat.	IROP – pro lepší život v regionech.	Tyto projekty stojí za Vaši pozornost.
Komunikační cíl	Budovat absorpční kapacitu výzev. Poskytovat kvalitní informační servis.	Zvyšovat povědomí o IROP/EU fondech. Zvyšovat pozitivní vnímání IROP/EU fondů.	Informovat a budovat povědomí o strat. projektech EU z IROP.
Komunikační nástroje	- web IROP a Centra, - časopis RNB - semináře, - konzultační servis, - doplňkové materiály (letáky, brožury)	- web RNB - časopis RNB - sociální sítě + kampaně, - mediální kampaně, - tiskové zprávy → přenos do tištěných médií	- web IROP - sociální sítě, - mediální kampaně, - tiskové zprávy → přenos do tištěných médií
Doba realizace	2022-2029	2022-2029	2025-2029
Zdroj financování	TP IROP 2021-2027	TP IROP 2021-2027	TP IROP 2021-2027

4. Rizika v souvislosti s plněním komunikačního plánu

Riziko	Popis	Opatření
Krizový stav způsobený externími vlivy	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 a v boji s externími vlivy.
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.

5. 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
820 000	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, lektoři, panelisté, VIP hosté atd.) /evidence ŘO IROP	59	ŘO IROP: semináře a workshopy (3), výroční konference (1) CENTRUM: semináře a workshopy (40), výroční akce (15)
801 030	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	0	Hodnoty byly jednorázově započteny v předchozích letech.
802 000	Počet vytvořených informačních materiálů	Počet vytvořených tištěných, elektronických, propagačních a technických materiálů či podobných dokumentů určených pro všechny cílové skupiny. Indikátor sčítá počet unikátních	37	ŘO IROP: soubor fotografie (1), soubor tiskařské služby (1), soubor videa (1), soubor



		materiálů, nikoli počet kusů ani aktualizací/verzí již existujících materiálů/evidence ŘO IROP		grafické služby (1), unikátní propagační materiály (15) CRR: tištěný časopis (10) soubor fotografie (1), soubor tiskařské služby (1), soubor videa (1), soubor grafické služby (1), unikátní propagační materiály (4)
800010	Počet uspořádaných informačních a propagačních aktivit	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: 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;	64	ŘO IROP: propagace na sociálních sítích (2), kampaň v tisku a on-line (1), soubor putovní výstava (1), soubor TZ a PR textů (1) CRR: propagace na sociálních sítích (4), kampaň na webu (10), články (3), vydané newslettery (12), mediální výstupy (30)

2. Samostatné či jednorázové aktivity, které nejsou součástí takovéto ucelené kampaně.



7. Evaluace

Evaluace komunikačních aktivit programového období 2021–2027 budou realizovány v souladu s Evaluačním plánem pro toto období. Na rok 2027 je plánovaná evaluace mediální kampaně, na kterou je již vysoutěžen dodavatel. Zahájení se očekává v dubnu 2027.

Za účelem systematičtějšího vyhodnocování efektivity komunikačních aktivit byla od RKoP schváleného pro rok 2026 **Příloha č. 1** rozšířena o nové sloupce (L–P), které umožňují sledovat tři klíčové oblasti hodnocení komunikace:

- **Výstupy (Outputs)** – konkrétní komunikační produkty a realizované aktivity, například počet publikovaných článků, příspěvků nebo tiskových zpráv.
- **Reakce cílových skupin (Outtakes)** – způsob, jakým cílové skupiny na komunikaci reagovaly, například prostřednictvím míry zapojení, počtu sdílení, komentářů nebo návštěvnosti.
- **Dopady (Outcomes)** – skutečný efekt komunikačních aktivit, například změna vnímání programu, zvýšení povědomí nebo změna chování cílových skupin.

Tato struktura vychází z mezinárodně uznávaného rámce **AMEC** (International Association for Measurement and Evaluation of Communication), který představuje standard pro plánování, měření a hodnocení komunikačních kampaní.

Na základě analýzy realizovaných komunikačních aktivit rozhodl ŘO IROP nesledovat samostatně podpůrné aktivity, jako jsou **fotografie a videa**, které samy o sobě nenaplňují komunikační cíle, ale slouží jako podklad pro realizaci dalších komunikačních aktivit.

V případě **mediálních kampaní** budou příslušné hodnoty sledovány a vyhodnocovány dodavateli v rámci realizace jednotlivých kampaní. Z tohoto důvodu nejsou v současné době součástí Přílohy č. 1. Jejich výsledky však budou uvedeny v rámci **Vyhodnocení RKoP**, a to v Příloze č. 2, která byla zpracována poprvé letos při Vyhodnocení RKoP za rok 2025.

Obdobný přístup je uplatňován také u **sociálních sítí**, kde jsou cíle stanovovány průběžně v rámci měsíčních plánů pro jednotlivé příspěvky. Z tohoto důvodu není možné stanovovat tyto cíle již na úrovni ročního komunikačního plánu. Porovnání plánovaných a skutečně dosažených hodnot jednotlivých příspěvků, případně závěrečná zpráva dodavatele, budou rovněž součástí **Vyhodnocení RKoP**.

8. Seznam zkratek

AMEC	International Association for Measurement and Evaluation of Communication
Centrum/CRR	Centrum pro regionální rozvoj České republiky
DNS	Dynamický nákupní systém
EK	Evropská komise
ESIF	Evropské strukturální a investiční fondy
FB	Facebook
IROP	Integrovaný regionální operační program
MAS	Místní akční skupiny
NOK	Národní orgán pro koordinaci
RKoP	Roční komunikační plán
RNB	Web Centra Regiony nás baví
ŘO	Řídicí orgán
TZ	Tisková zpráva
YT	YouTube

9. Seznam příloh

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