

Vyhodnocení Ročního komunikačního plánu IROP 2024

Rychlý přehled Publicita IROP v číslech

Roční komunikační plán („RKoP“) IROP 2024 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.

ŘO IROP

**98,5
tisíce**

uživatelů navštívilo web IROP

455

účastníků on-line seminářů

77 580

prokliků na on-line advertoriály

46

videí o projektech

6 400

účastníků FB soutěží

35

tiskových zpráv

4

factsheety

Centrum pro regionální rozvoj

10 mil.

zobrazení na sociálních sítích

4

čísla časopisu Regiony

30 000

zodpovězených dotazů v KS

1 048

účastníků konferencí VZ Tour

49

slavnostních otevření projektů

21

tiskových zpráv

13

nativních advertoriálů



Spolufinancováno
Evropskou unií



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR



1. Manažerské shrnutí	3
2. Vyhodnocení komunikačních aktivit	4
a. Komunikační aktivity ŘO IROP	4
b. Komunikační aktivity Centra	9
c. Komunikace strategických projektů, iniciativy New European Bauhaus a soutěže Regiostars Awards	12
3. Finanční shrnutí	14
4. Indikátory	15
5. Seznam zkratk	17
6. Seznam příloh	17

1. Manažerské shrnutí

Rok 2024 je čtvrtým rokem programu, třetím rokem, kdy byly vyhlašovány výzvy a prvním rokem, kdy byly komunikační aktivity hrazeny z Technické pomoci IROP 2021-2027. Stěžejním tématem v tomto roce byl **komunitně vedený místní rozvoj (CLLD)**, který byl propagován vícero komunikačními kanály, a to v **mediální kampani, výroční konferenci** a přípravou **tematických videí**.

Žadatelům a příjemcům slouží **web IROP**, který je průběžně upravován a rozšiřován o nový obsah, např. byla vytvořena **podstránka pro strategické projekty EU**. Pro žadatele jsou organizovány **semináře** k vyhlášeným výzvám, avšak vzhledem k pokročilé fázi programu se již jedná o menší počet. Mezi další ověřené komunikační aktivity, které pokračovaly i v roce 2024 spadají propagace na sociálních sítích **Facebook a YouTube**, **putovní výstava** a vydávání **tiskových zpráv**. K jejich realizaci jsou využívány **podpůrné aktivity** – pořizování fotografií, videí, grafické služby nebo tvorba textů. Nad rámec plánovaných aktivit byla realizována panelová **výstava fotografií v Národním technickém muzeu** zaměřená na podpořené projekty technických památek.

Pracovníci Centra se soustředili na propagaci úspěšných projektů prostřednictvím **PR aktivit**, komunikací na **sociálních sítích** a inzerci v regionálním tisku prostřednictvím **nativních inzerátů**. Došlo k posílení vlastního média – **časopisu Regiony nás baví**. Aktivitami cílenými na žadatele a příjemce jsou **konzultační servis, semináře** a **VZ Tour**.

Vlivem úspor u zakázek, zpoždění realizace aktivit či realizací aktivit vlastními zdroji došlo logicky k úsporám finančních prostředků oproti plánu, viz kap. 3. **Novinkou** tohoto Vyhodnocení je kapitola zaměřená na komunikaci a šíření informací o soutěžích **Regiostars, New European Bauhaus Awards** a **strategických projektů EU IROP**. Přibyla také příloha č. 2, ve které jsou **detailněji popsány vybrané komunikační aktivity**.

Rok 2024 lze označit za úspěšný a byla splněna většina aktivit. Mezi úspěšné aktivity ŘO IROP se řadí kampaně na sociálních sítích IROP a kampaň v tisku zaměřená na CLLD. Úspěšné aktivity Centra reprezentují časopis Regiony nás baví, PR aktivity a kampaně na sociálních sítích.

2. Vyhodnocení komunikačních aktivit

A. Komunikační aktivity ŘO IROP

Hlavní komunikační aktivitou roku 2024 byla **výroční konference IROP** tematicky zaměřena na **komunitně vedený místní rozvoj (CLLD)** v České republice, která se konala v **Třebívlicích**, kde **vznikla první místní akční skupina** v České republice. Součástí programu byla prohlídka polyfunkční učebny v Třebívlicích a hasičská technika v Kostomlatech. Konference se zúčastnilo 54 osob.



Hlavním zdrojem informací pro žadatele a příjemce o podmínkách výzev je **web IROP**, který v roce 2024 navštívilo více než 98,5 tis. uživatelů s celkovým počtem návštěv 350,3 tis. Jeden návštěvník tedy navštívil web IROP průměrně třikrát. Nejnavštěvovanější sekce webu byly sekce z období 2021-2027: výzvy 2021-2027, domovská stránka, IROP 2021-2027, Dokumenty k IROP 2021-2027 a vyhledávání na webu IROP. Statistiky webu tak korespondují s aktuálními dotačními příležitostmi v IROP. K vyhlášeným výzvám zorganizoval ŘO IROP **7 on-line seminářů pro žadatele**, kterých se celkem účastnilo **455 osob**.

Mediální kampaň se v roce 2024 zaměřovala na komunikaci tématu CLLD. Pro každý kraj byla vytvořena zvláštní stránka – advertorial představující projekty CLLD podpořené z IROP v daném kraji vč. Prahy (14 advertorialů). Advertorialy byly postupně uveřejňovány **v regionálních mutacích tištěného Deníku a on-line verzi**. Každý advertorial byl uveřejněn minimálně 2x. Souběžně byly články uveřejňovány v on-line regionálních mutacích na webu idnes.cz. On-line verze článků byla následně přeneseny na web IROP a sdíleny na Facebooku (FB).[*]

Příklad kampaně pro Ústecký kraj ze dne 22. 11. 2024.

Tištěná inzerce (advertoriál) v Deníku a on-line verzi

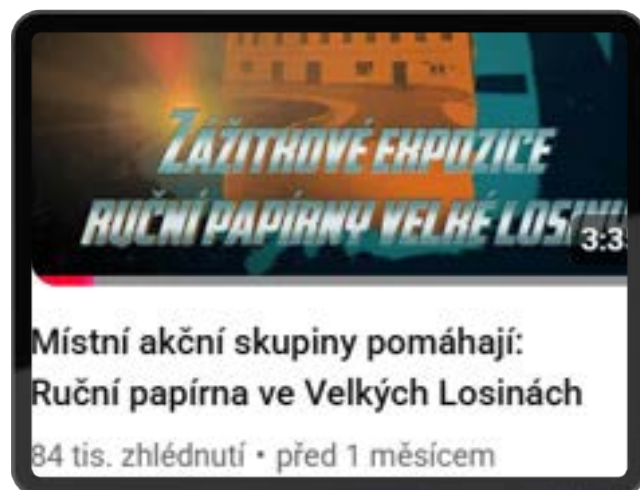


Přenesený advertoriál na web a FB IROP



[*]Podrobnější informace jsou uvedeny v Příloze č. 2 Vyhodnocení RKoP IROP 2024.

V návaznosti na téma CLLD bylo vytvořeno **pět speciálních videí** s vlastním vizuálním stylem, jejichž cílem bylo představit **práci místních akčních skupin (MAS)** a jejich přínos pro vznik a realizaci projektů podpořených z IROP. Video byla dokončena na začátku roku 2025 a budou postupně uveřejňována na YouTube kanále IROP s podporou placené propagace. Dále bylo natočeno **41 videí** o projektech. V rámci dodatku ke smlouvě bylo dodáno **6 YT a 15 FB sestřihů s názvem „IROP očima příjemců“**, v nichž sami příjemci prezentují, co pro ně znamená IROP.



Aktivita na **sociálních sítích FB a Youtube IROP** byly v období leden – srpen realizovány vlastními **kapacitami ŘO IROP**. Byly zveřejňovány příspěvky, které nebyly finančně podpořené, tj. byly zobrazovány nízkému počtu uživatelů jednotlivých sítí. V měsících září – prosinec byla realizována propagace prostřednictvím externího dodavatele, která přinesla mnohonásobně lepší výsledky na obou sítích. [*]

Součástí propagace na FB jsou také **soutěže**, do kterých se zapojilo přes 6 400 soutěžících. Soutěže se ukázaly jako efektivní nástroj při oslovování nových uživatelů a dokázaly udržet jejich pozornost po celou dobu (10 měsíců) trvání soutěží. [*] V roce 2024 probíhala také příprava na **spuštění instagramového profilu IROP**.

Náhledy na profily IROP na Facebooku a YouTube vč. počtu sledujících/odběratelů.

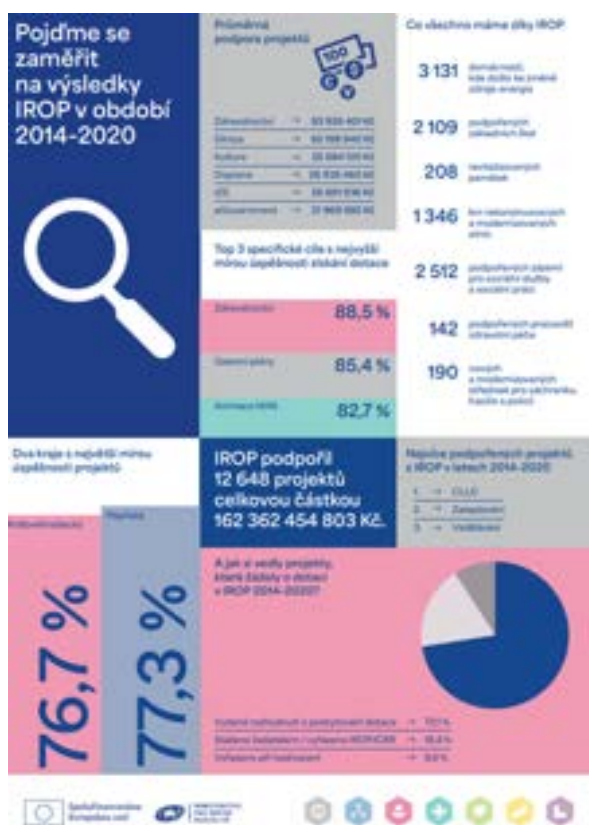


[*] Podrobnější informace jsou uvedeny v Příloze č. 2 Vyhodnocení RKoP IROP 2024.

Putovní výstava IROP je jedinou venkovní, celoroční aktivitou, která je realizována po celé České republice. Obsahuje 2 kolekce označované jako „před a po“ a „ocenění“. Každá kolekce čítá 8 stojanů s trojúhelníkovou základnou, tj. 24 výstavních panelů (21 projektů + 3 info panely o IROP), které s přibližně měsíční frekvencí putují po městech ČR a jsou umístěny na frekventovaných, veřejně dostupných místech, jako jsou např. náměstí, parky apod. V roce 2024 byla obměněna kolekce ocenění (stojany byly pořízeny v předchozích letech, mění se pouze plakáty na nich), odprezentováno tak bylo 63 projektů celkem ve 23 městech.



Foto: putovní výstava v Kroměříži



Ve spolupráci s OKP bylo vydáno **35 tiskových zpráv**, které byly uveřejněny také na webu IROP. Obsahově se TZ zaměřují na široké spektrum témat – aktuální informace a milníky (vyhlášené výzvy, rozdělené a proplacené finanční prostředky), rekapitulace výsledků minulých let v IROP a REACT-EU, projekty, které získaly ocenění v soutěžích, akce na projektech (Vánoce, pivovary), ve spojitosti s aktuálním děním (povodně a IZS). Kromě TZ bylo na webu IROP zveřejněno **97 aktualit**, především k revizím výzev. K vybraným tématům byly zpracovány on-line factsheety publikované na webu IROP. V roce 2024 to byly **4 factsheety** k rekapitulaci loňského roku, období 2014-2020, REACT-EU a integrovaným nástrojům.

Aktivitou, která nebyla v roce 2024 naplánována v rámci RKoP je panelová **výstava fotografií v Národním technickém muzeu** (NTM) zaměřená na **projekty technických památek** podpořených z IROP. Výstava byla zahájena 12. prosince 2024 vernisáží a v průběhu roku 2025 se postupně přesune do Centra stavitelského dědictví NTM v Plasích a Železničního depozitáře NTM v Chomutově.



B. Komunikační aktivity Centra pro regionální rozvoj

Komunikační aktivity Centra kladou důraz na **efektivní využití rozpočtu, kombinaci tradičních i digitálních** komunikačních kanálů a přizpůsobení obsahu cílovým skupinám.

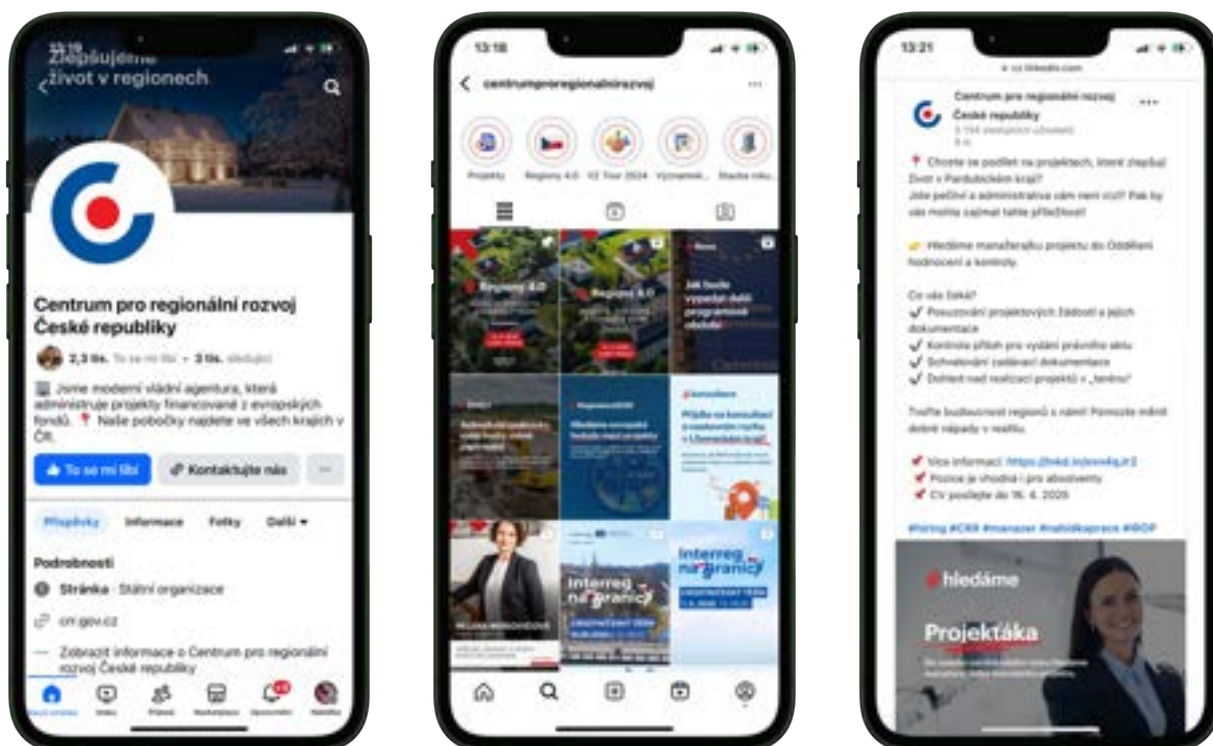
Úspory byly dosaženy zejména díky efektivnímu využívání interních zdrojů, optimalizaci nákladů a revizi plánovaných aktivit na základě aktuálních potřeb cílových skupin. V případech, kde došlo k navýšení rozpočtu, šlo o reakci na zvýšenou poptávku po informacích (např. fotografie z akcí a tiskoviny) nebo rozšíření rozsahu plánovaných aktivit (např. rozvoj sociálních sítí).

Výraznou proměnou prošel **časopis Regiony nás baví**. Namísto plošné inzerce bylo rozhodnuto cíleně **posílit vlastní médium**, které má vysoký potenciál oslovit **starosty a představitele samospráv**.

Časopis získal novou podobu – prošel **obsahovou i grafickou úpravou**, byl **navýšen počet vydání a rozšířena distribuce na všechny obce v ČR**. Tím se zvýšil jeho dosah i atraktivita a posílilo se povědomí o přínosech evropských fondů.



Sociální sítě hrají klíčovou roli v digitální komunikaci – na **Facebooku**, **Instagramu** a **LinkedInu** bylo dosaženo **téměř 2 milionů unikátních uživatelů** a více než **10 milionů zobrazení**.



Obrázky: náhledy na sociální sítě CRR - Facebook, Instagram a LinkedIn.

Modernizovaný **web Regiony nás baví** se soustředil na kampaň k 20 letům v EU. Bylo publikováno **62 nových článků**, **6 videoreportáží** a návštěvnost vzrostla o 855 % a celkový počet zobrazení webu dosáhl 4 722 200. **Web CRR** nadále slouží jako základní informační zdroj pro žadatele a příjemce dotací.



Obrázky: náhledy na web CRR a web Regiony nás baví .

Díky **PR službám** se posílilo pozitivní vnímání evropských fondů. Podpořili jsme společnou komunikaci s příjemci, účastnili se **49 slavnostních otevření projektů** a připravili **21 tiskových zpráv** k významným milníkům. To vedlo k zvýšení mediálních výstupů oproti roku 2023 o 61,8% na 752 (mediální dopad 321,51 GRP).

Inzerce v regionálním tisku byla zaměřena na konkrétní příklady projektů v jednotlivých krajích. **Třináct nativních článků** doplněných o vizuální a interaktivní prvky pomohlo představit veřejnosti konkrétní dopady IROP na každodenní život v regionech. Kampaň oslovila téměř 178 000 čtenářů.

Série konferencí **VZ Tour** nahradila tradiční výroční konferenci a poskytla příjemcům praktické informace ke zlepšení zadávání veřejných zakázek a sdílení dobré praxe.



Foto: slavnostní otevření obnovených prostor v Klášteře Želiv, VZ Tour.

C. Komunikace strategických projektů, iniciativy New European Bauhaus a soutěže Regiostars Awards

Uvedená témata jsou jedny ze stěžejních komunikačních zájmů EK a proto jsou zpracovány do zvláštní kapitoly.

Strategické projekty EU IROP

Pro žadatele, budoucí příjemce a příjemce realizující strategické projekty byl na začátku roku zorganizován **on-line seminář** s představením publicitních náležitostí u strategických projektů, především organizace komunikační akce/aktivity a navázání bližší komunikace se zástupci projektů. Účastníkům byla nabídnuta spolupráce ze strany ŘO IROP – nafocení projektů ve stavu před/průběh/po, natočení videoreportáže, sdílení informací o projektu na sociálních sítích, pomoc s organizací akce/aktivity. Seminář byl **přínosný**, z 6 projektů a 1 integrovaného řešení (které tvoří 4 projekty) v realizaci v roce 2024, je většina **v aktivním kontaktu s komunikačním úředníkem IROP**, informuje o aktuálním dění a konzultuje ad hoc potřeby.

Podpůrným nástrojem pro příjemce strategických projektů je **webová stránka na webu IROP**, kde naleznou **prezentaci ze semináře, brožuru Evropské komise** ke komunikaci strategických projektů a zvláště zpracovaný **leták IROP k realizaci komunikačních aktivit/akcí**. Projekty byly **nafoceny** ve stavu před realizací, kromě 2 projektů zaměřených na informační systémy a kybernetickou bezpečnost, u kterých není možné zaznamenat fyzickou proměnu.



Regiostars Awards

Pro soutěž Regiostars Awards byla v roce 2024 vytvořena vlastní **podstránka webu IROP** obsahující **základní informace o soutěži**, odkazy na příslušnou **dokumentaci na webu EK** a vlastní **tipy účastníků** z minulých ročníků soutěže.

Při vyhlášení soutěže je zveřejněna **aktualita na webu IROP**, informace o soutěži je dále šířena prostřednictvím **projektových manažerů Centra**, kteří **vytipují nebo oslovují** vhodné kandidáty k účasti. Komunikační pracovník IROP je k dispozici ohledně dotazů spojených s účastí a vydání Endorsement Letter.



V roce 2024 se do soutěže přihlásilo **pět projektů z IROP** (což je maximální možný počet za jeden program), z nichž se do **finále** probíjela projekt Vzdělávacího centra Sféra v Automatických mlýnech v kategorii Evropa bližší občanům. ŘO IROP se pak dále snažil projekt podpořit aktivizací pracovníků MMR a Centra k hlasování v Ceně veřejnosti.

Zájem o účast ovlivňuje **náročnost soutěže** – anglický jazyk, časové kapacity, živá prezentace a obhajoba, přičemž hodnota ocenění není motivačním faktorem k účasti.

New European Bauhaus (NEB)

Také pro NEB a soutěž NEB Prizes byla v roce 2024 vytvořena **podstránka na webu IROP** obsahující základní informace a aktuality o iniciativě NEB a soutěži. Vzhledem k tomu, že většina projektů IROP 2021-2027 je v realizaci, nebylo zatím možné představit a propagovat projekty IROP reprezentující hodnoty NEB, nicméně byla vyvíjena aktivita k **vytipování vhodných projektů**, které bude možné v následujících letech představit v souvislosti s NEB.

Do soutěže NEB Awards se v roce 2024 přihlásil z IROP jeden projekt, který neuspěl. Faktor, který ovlivňuje účast v soutěži ze strany příjemců IROP, je čas, kdy jeden měsíc je vnímán jako nedostatečný ke zpracování přihlášky a prodloužení soutěže o týden dva dny před koncem soutěže postrádá význam. Časové hledisko je rovněž nutné zohlednit při přidání nových soutěžních kategorií nebo oprávněných účastníků oproti předchozím ročníkům.

3. Finanční shrnutí

Celkové finanční náklady na komunikační aktivity ŘO IROP a Centra v roce 2024 byly ve výši 16 862 738,48 Kč včetně DPH. Tabulka níže uvádí porovnání plánovaných a skutečně vyčerpaných finančních prostředků na komunikační aktivity ŘO IROP a Centra v roce 2024.

Subjekt	Celková plánovaná částka (Kč)	Skutečně vyčerpané fin. prostředky (Kč)
ŘO IROP	17 686 000	12 047 967,87
Centrum	8 460 000	4 814 770,61
Celkem	26 146 000	16 862 738,48

Úspory byly dosaženy zejména díky efektivnímu využívání interních zdrojů, optimalizaci nákladů a revizi plánovaných aktivit, konkrétně:

- Nerealizace aktivity – soutěž z důvodu změny komunikační strategie a na základě výsledků evaluace komunikačních aktivit.
- Úspory při realizaci – propagační předměty (dočerpávání PP z předchozích let), menší objem čerpání grafických služeb, menší objem realizovaných nadstandardních videí.

4. Indikátory

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

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	52	ŘO IROP: semináře a workshopy (7), výroční konference (1), setkání (0) CENTRUM: semináře (31), výroční konference (13)
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: web IROP (1) CRR: web Regiony nás baví (1), web CRR (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	16	ŘO IROP: soubor fotografie (1), soubor tiskařské služby (0), soubor videa (2), soubor grafické služby (1), unikátní propagační materiály (6) CRR: soubor fotografie (1), soubor tiskařské služby (1), soubor grafické služby (1), unikátní propagační materiály (3)
80001	Počet uspořádaných informačních a propagačních aktivit	Ukazatel sleduje počet uskutečněných kom. aktivit typu: TV nebo rozhlasový spot, soutěže, sponzoring, product placement, informační panely a výstavy, PR články, tiskové zprávy, tištěná, on-line inzerce apod. Jedná se o: 1.Ucelené kampaně na určité téma skládající se z více typů kom. aktivit, přičemž každý nástroj (tj. druh/typ nástroje) či aktivita bude počítána zvlášť; 2.Samostatné či jednorázové aktivity, které nejsou součástí takového ucelené kampaně.	10	ŘO IROP: kampaň na sociálních sítích (2), kampaň v tisku a on-line (1), soubor soutěž (0), soubor putovní výstava (1), soubor TZ a PR textů (1), soubor putovní výstava (1) CRR: soubor kampaň na sociálních sítích (2), kampaň v tisku (1), soubor služby, PR texty, TZ (1)

5. Seznam zkratek

Centrum/CRR	Centrum pro regionální rozvoj České republiky
CLLD	Komunitně vedený místní rozvoj
DNS	Dynamický nákupní systém
ESIF	Evropské strukturální a investiční fondy
EK	Evropská komise
FB	Facebook
IROP	Integrovaný regionální operační program
MAS	Místní akční skupiny
NEB	Nový evropský Bauhaus/New <u>European Bauhaus</u>
NOK	Národní orgán pro koordinaci
NTM	Národní technické muzeum
PP	Propagační předměty
RKoP	Roční komunikační plán
RNB	<u>Web</u> Centra Regiony nás baví
ŘO IROP	Řídicí orgán
YT	YouTube

6. Seznam příloh

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

Příloha č. 2 – Podrobnější popis vybraných komunikačních aktivit



Spolufinancováno
Evropskou unií



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

