



Roční komunikační plán IROP 2020

Verze 1.0

vypracovala: Ing. Martina Juřicová

schválil dne 30. 9. 2019: Ing. Rostislav Mazal, ředitel Řídicího orgánu IROP

schváleno dne 20. 11. 2019: Monitorovacím výborem IROP



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
Integrovaný regionální operační program



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR



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

ESIF

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

Komunitně vedený
místní rozvoj

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
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	6
3.	Komunikační cíle a cílové skupiny	7
3.1.	Komunikační témata pro rok 2020	7
3.2.	Cílové skupiny	7
3.3.	Rizika v souvislosti s plněním komunikačních plánů	9
4.	Odpovědnost za plnění komunikačních aktivit	9
5.	Evaluace a indikátory	10
6.	Rozpočet, harmonogram a popis komunikačních aktivit IROP na rok 2020	11

1. Manažerské shrnutí

Roční komunikační plán Integrovaného regionálního operačního programu pro rok 2020 (dále jen RKoP IROP 2020) 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). RKoP IROP 2020 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**. RKoP IROP 2020 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.

Díky massmediální kampani realizované od února do června 2019 vzrostlo **povědomí o IROP z 29,5 % na 41,1 %** cílové skupiny, tedy o 11,6 p.b. Kampaně zvýšily i povědomí o možnosti financování zateplování bytových domů a obnovy památek prostřednictvím IROP. Mediatypy oslovily s různou intenzitou jednotlivé sociodemografické skupiny, ale jako celek byla velmi silně oslovena celá široká veřejnost České republiky.

Pro plánování komunikačních aktivit jsou podstatné i výsledky **evaluace Vyhodnocení efektivity realizovaných komunikačních nástrojů ŘO IROP I.**, ze které vyplývá zejména **další rozvoj webu IROP**, jakožto **hlavního komunikačního nástroje IROP**, nebo **přizpůsobení (zjednodušení) jazyka** pro cílové skupiny na všech komunikačních kanálech. K významné změně dochází u tištěného Zpravodaje IROP, který bude nahrazen **elektronickými tematickými občasníky**, díky čemuž dojde k jejich lepšímu zacílení na cílové skupiny.

Rok 2020 je šestým rokem implementace programu.
Pro tento rok jsou stanovena **4 komunikační témata**, a to:

- Úspěšné projekty IROP v kontextu ESIF
- IROP pomáhá/zlepšuje život v regionech
- Finanční nástroj IROP pro oblast zateplování
- IROP pro období 2021-2027

První a druhé komunikační téma IROP, **Úspěšné projekty IROP v kontextu ESIF a IROP pomáhá/zlepšuje život v regionech**, jsou primárně zaměřeny na **širokou veřejnost**. ŘO IROP bude pokračovat s realizací ověřených aktivit: **fotografie ukončených projektů, krátké videoreportáže (video) s příjemci, tiskové zprávy, brožury a Facebook**. Aktivita, které byly přesunuty do roku 2020, **jsou soutěže** (znalostní kvíz aj.) **a outdoorová kampaň na regionálních akcích**, neboť cílem ŘO IROP je rovněž směřovat komunikaci více do regionů. Celkově dochází k přesunu komunikačních aktivit do oblasti sociálních sítí a přímé komunikace, komunikační aktivity jsou cíleny ve velké míře na širokou veřejnost.

Třetím tématem komunikace IROP je spuštění **Finančního nástroje IROP (FN IROP)**. Tato komunikace bude cílena na potenciální žadatele s cílem aktivizace k podání žádosti o podporu z FN IROP. Jedná se o specifickou cílovou skupinu, kterou tvoří majitelé bytových domů, sdružení vlastníků jednotek nebo obce vlastníci bytový fond. Této cílové skupině pak bude uzpůsobena komunikace spočívající zejména **v on-line a tiskové kampani a direct marketingu**. Souběžně s finančním nástrojem budou komunikovány případné vyhlášené výzvy, a to zejména na webu.

Posledním tématem komunikace je **propagace navazujícího programového období IROP 2021-2027**. Cílem je průběžně informovat potenciální žadatele o budoucích možnostech podpory a připravit tak dostatečnou absorpční kapacitu. V této fázi se jedná zejména o představení IROP 2021-2027 prostřednictvím regionálních seminářů v krajských městech – **Roadshow IROP** zástupcům místních samospráv a neziskovému sektoru, kteří tvoří největší skupinu příjemců podpory z IROP. Důležité informace budou uveřejňovány na webu IROP.

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 a tiskových zpráv**. Bude **pokračovat spolupráce s Národním památkovým ústavem** u památek, jejichž rekonstrukce bude podpořena z IROP, a tvorba videí o projektech v pořadu Výleták.

ŘO IROP a jeho zprostředkující subjekt Centrum realizují komunikační aktivity, jejichž **obsah navzájem koordinují**, aby se nepřekrýval, a navzájem si poskytují výstupy aktivit k další propagaci. Komunikační aktivity IROP lze mezi ŘO IROP a Centrem **vymežit 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 s důrazem na poskytnutí kvalitního informačního servisu. 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 **průběžně monitoruje** jejich komunikační aktivity a hledá možnosti pro vzájemný **synergický efekt** ze spolupráce s těmito subjekty.

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

Společná tabulka pro ŘO IROP a Centrum je ve zvláštní příloze.

Celkové náklady na komunikační aktivity ŘO	50 182 000 Kč
Celkové náklady na komunikační aktivity Centra	7 980 000 Kč
Celkové náklady na komunikační aktivity IROP	58 162 000 Kč

3. Komunikační cíle a cílové skupiny

3.1. Komunikační témata pro rok 2020

Propojení komunikačních témat stanovených na rok 2020 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.

SKS KOMUNIKAČNÍ CÍL I. Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku EU obecná rovina	KoP IROP KOMUNIKAČNÍ PRIORITA 1 Vybudování pozitivního vnímání IROP	RKoP IROP 2020 KOMUNIKAČNÍ TÉMATA 1 A 2 IROP pomáhá/zlepšuje život v regionech Úspěšné projekty IROP v kontextu ESIF	AKTIVITY 1. provoz webu 2. účast na regionálních akcích 3. tištěné regionální materiály 4. distribuce propagačních předmětů 5. provoz sociálních sítí 6. soutěže	NÁSTROJE 1. web IROP 2. stánek IROP 3. regionální brožury 4. propagační předměty 5. FB, Youtube, Stream 6. soutěže	CÍLOVÁ SKUPINA Veřejnost 15 +
SKS KOMUNIKAČNÍ CÍL II. Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku EU programová rovina	KoP IROP KOMUNIKAČNÍ PRIORITY 2 a 3 Kvalitní a fungující informační konzultační servis Zajištění co nejvyšší absorpční kapacity a dostatečného množství žádostí	RKoP IROP 2020 KOMUNIKAČNÍ TÉMA 3 FN IROP	AKTIVITY 1. on-line a tištěná kampaň 2. informace na webu 3. poskytování konzultačního servisu 4. organizace seminářů 5. provoz sociálních sítí 6. zajištění podpůrných materiálů	NÁSTROJE 1. inzerce na specializovaných webech a tiskovinách 2. web IROP 3. přímá komunikace, e-mail 4. regionální semináře 5. tištěný/on-line materiál pro potenciální žadatele	CÍLOVÁ SKUPINA Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci
SKS KOMUNIKAČNÍ CÍL III. Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku EU projektová rovina	KoP IROP KOMUNIKAČNÍ PRIORITA 3 Zajištění co nejvyšší absorpční kapacity a dostatečného množství žádostí pro období 2021–2027	RKoP IROP 2020 KOMUNIKAČNÍ TÉMA 4 IROP 2021–2027	AKTIVITY 1. Roadshow IROP 2. Informace o na 4. poskytování informačního servisu	AKTIVITY 1. Regionální semináře 2. Web IROP 3. Konzultace, brožury	CÍLOVÁ SKUPINA Potenciální žadatelé

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 Centra 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.

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

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
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 rozslání pozvánky alespoň úzkému okruhu účastníků (přednášející, lektori, panelisté, VIP hosté atd.) /evidence ŘO IROP	25	ŘO IROP: konference (1), soubor Roadshow (1), Soubor putovní výstava (1), SPOLEČNĚ: semináře a workshopy (20), soubor OOH akcí (1) CENTRUM: Soubor akcí s NPÚ (1)
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	5	ŘO IROP: soubor videoreportáže (1), soubor stream (1), soubor soc. sítí (1), CENTRUM: soubor on-line pořad (2)
80200	Počet vytvořených informačních materiálů	Počet vytvořených tištěných, elektronických, propagačních a technických materiálů či podobných dokumentů určených pro všechny cílové skupiny. Indikátor počítá počet unikátních materiálů, nikoli počet kusů ani aktualizací/verzí již existujících materiálů/evidence ŘO IROP	16	ŘO IROP: soubor propagační předměty(1), CENTRUM: Newsletter (3), eNewsletter (12)
80001	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 inzercie 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 2. Samostatné či jednorázové aktivity, které nejsou součástí takovéto ucelené kampaně	14	ŘO IROP: Soubor soutěže (1), soubor mediální kampaň (2) CENTRUM: PR články (10) soubor mediální kampaň (1)
82200	Nákup materiálu, zboží a služeb potřebných k zajištění implementace programu	Nákup materiálu a zboží, které nespádá 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	3 770 000	ŘO IROP: Web IROP (1 182 000), Soubor tištěných materiálů (1 785 000), Soubor grafických výstupů (330 000), Soubor fotografií (473 000), CENTRUM: Web Centrum (0)
60001	Celkový počet účastníků	Celkový počet účastníků	1 380	ŘO IROP: Výroční konference (1x80) Roadshow (13x100) CENTRUM: 0

6. Rozpočet, harmonogram a popis komunikačních aktivit IROP na rok 2020

1/2

AKTIVITA	STRUČNÝ POPIS	GARANT	SPOLUPRACUJÍCÍ SUBJEKT	CÍLOVÁ SKUPINA	OBDOBÍ REALIZACE	CELKOVÉ VÝDAJE V Kč VČ. DPH 2020	TYP ZAKÁZKY	VÝSTUP	INDIKÁTOR
Mediální kampaň - kreativa a mediální prostor, videoreportáže, image video, streamování akcí, on-line pořad, nestandard	Mediální kampaň - aktivita obsahuje kreativní zajištění kampaně a pořízení mediálního prostoru ve vybraných mediálních typech (např. TV, rozhlas, online, tisk apod.) Kampaň Centra - bude se jednat o PR kampaň cílenou regionálně. Jedná se o propojení IROP - projekty - pobočky (kontaktní místa). Cílem je budování povědomí o pobočkách Centra, jako kontaktního místa IROP, prostřednictvím prezentace zrealizovaných projektů, již s přesahem pro další programové období a příprava k vytvoření konzultačního servisu pro IROP 2021-2027. Kampaň IROP - jedná se o prostředky k doplnkové aktivitě např. ke kampaním NOK nebo vlastní aktivity ŘO IROP. Prostředky budou vynaloženy na vytvoření kreativního obsahu a nákup mediálního prostoru (online, sociální sítě).	CRR/MMR IROP	IROP MMR, Odbor publicity EU MMR, ZS ITI, MAS	Veřejnost (občané ČR 15+)	1. - 4. čtvrtletí 2020	2 688 000	Minitendr DNS	soubor mediální kampaň (1)	80001
		CRR	IROP MMR	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	1. - 4. čtvrtletí 2020	5 000 000	nadlimitní	soubor mediální kampaň (1)	80001
	Mediální kampaň - budování absorpční kapacity k Finančnímu nástroji IROP, z finančních prostředků určených na budování absorpční kapacity. Kampaň bude rozložena do celého roku. V případě zpoždění bude kampaň pokračovat v roce 2021. Částka zahrnuje tvorbu kreativního obsahu a nákup mediálního prostoru, hlavně specializovaný tisk a online.	MMR IROP	CRR, SFRB	Potenciální žadatelé, žadatelé	1. - 4. čtvrtletí 2020	22 460 000	Minitendr DNS	soubor mediální kampaň (1)	80001
	On-line video - krátká reportážní videa propagující úspěšné projekty realizované z programu IROP, která mají formu tipů na výlet v on-line pořadu Výleták; pokračující aktivita z roku 2019	CRR	IROP MMR	Veřejnost (občané ČR 15+)	2. - 4. čtvrtletí 2020	400 000	objednávka	soubor on-line pořad (1)	80103
	Videoreportáže - pořízení krátkých videí o délce do 10 minut, rozhovor s příjemci dotace a uživateli výsledného projektu, záběry projektu. Realizace aktivity byla zahájena v roce 2018, bude se jednat o její pokračování s cílem vytvořit dostatečnou zásobu reportáží pro uveřejnění na sociálních sítích. Video budou uveřejňována na sociálních sítích MMR IROP a CRR IROP, webu MMR IROP/ web CRR IROP a budou využita k vizuálním prezentacím na akcích.	MMR IROP	CRR	Veřejnost (občané ČR 15+)	1. - 4. čtvrtletí 2020	1 320 000	Minitendr DNS	soubor videoreportáže (1)	80103
	Video o roli Centra - edukační videa přibližující vhodnou formou žadatelům a příjemcům práci Centra (např. průvodce projektovým cyklem, radce Jak na dotace, průvodce systémem MS2014+ atd.)	CRR		Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci	1. - 4. čtvrtletí 2020	400 000	objednávka	soubor on-line pořad (1)	80103
	Stream - krátká videa s nejrůznějším obsahem (videonávody, prezentace ŘO IROP, z nejrůznějších akcí - konference, dny otevřených dveří, od příjemců - např. slavnostní otevření památky, jejíž oprava byla financována z IROP apod.) Video se budou podle typu zaměřování uveřejňovat na webech IROP a správcených institucí (např. NS MAS, SFRB), FB stránce a YT kanálu IROP.	MMR IROP	CRR	Veřejnost (občané ČR 15+)	1. - 4. čtvrtletí 2020	1 140 000	Minitendr DNS	soubor stream (1)	80103
	Nestandard - pouze v případě úspor	MMR IROP		Veřejnost (občané ČR 15+)	1. - 4. čtvrtletí 2020	1 320 000	0	0	80103
Webové stránky IROP - další rozvoj webů	Pokračující aktivita (návrhová aktivita 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.	MMR IROP	Odbor publicity EU MMR Odbor komunikace MMR CRR	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, veřejnost (občané ČR 15+), média	1. - 4. čtvrtletí 2020	1 182 000	Smlouva	1 web IROP	82200
	Web CRR - navazující aktivita (v říjnu 2019 spuštěn nový web), jež zahrnuje provoz webových stránek, optimalizaci obsahové stránky webu a jeho provázanost na web IROP MMR	CRR	MMR IROP	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, veřejnost (občané ČR 15+), média	1. - 4. čtvrtletí 2020	0	0	0	82200
Marketingové texty	Tiskové zprávy - osvědčený nástroj šíření informací o IROP	CRR/MMR IROP	Odbor komunikace MMR	Média	1. - 4. čtvrtletí 2020	0	0	4 CRR/12 MMR IROP	0
	Elektronický občasník IROP - nahrazuje tištěný Zpravodaj IROP; občasník bude menšího rozsahu, určen pro on-line šíření, tematicky zaměřen podle aktuálně řešených témat. Vzhledem k omezeným tématům bude lépe cílit na cílové skupiny. Náklady na výrobu spočívají v grafickém zpracování, tj. podporné služby propagace - grafické služby.	MMR IROP		Veřejnost (občané ČR 15+)	1. - 4. čtvrtletí 2020	0	0	6 vydání	0
	PR články	CRR		Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	1. - 4. čtvrtletí 2020	1 500 000	Zakázka	10	
	E-newsletter Centra - určen pro žadatele a příjemce dotace, kterým rychle a efektivně zpřístupňuje nejnovější informace týkající se programu IROP	CRR		Žadatelé, potenciální žadatelé, příjemci	1. - 4. čtvrtletí 2020	40 000	Smlouva	12	
	Časopis "Včera, dnes a zítra" - vlastní tištěné periodikum; občasník Centra představuje zavedený komunikační kanál, který je flexibilně využívaný pro různá sdělení spojená s administrací programu IROP, prezentací úspěšných projektů, uveřejňování rad Jak na to, sdělení tzv. osvědčené praxe atd.	CRR		Žadatelé, potenciální žadatelé, příjemci	1. - 4. čtvrtletí 2020	140 000	Smlouva	3	

6. Rozpočet, harmonogram a popis komunikačních aktivit IROP na rok 2020

2/2

AKTIVITA	STRUČNÝ POPIS	GARANT	SPOLUPRACUJÍCÍ SUBJEKT	CÍLOVÁ SKUPINA	OBDOBÍ REALIZACE	CELKOVÉ VÝDAJE V KČ VČ. DPH 2020	TYP ZAKÁZKY	VÝSTUP	INDIKÁTOR
Propagační předměty a ceny do soutěží	Slouží jako dárek pro výherce soutěží a ke zvyšování povědomí o IROP a budování pozitivního vnímání značky IROP a evropských dotací jako celku.	CRR/MMR IROP		Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2020	2 000 000	Minitendr DNS	soubor propagačních předmětů (1)	80200
Akce	Semináře a workshopy - centrální a regionální semináře pro žadatele, potenciální příjemce a příjemce k vyhlášeným výzvám IROP, tematické workshopy dle potřeby	CRR/MMR IROP	Odbor publicity EU MMR	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci	1. – 4. čtvrtletí 2020	400 000	přímý nákup	20	82000
	Výroční konference - akce slouží k představení IROP a jeho výsledků a jako platforma k pro sdílení zkušeností v oblasti realizace projektů - každoročně tematicky zaměřeno na jednu vybranou oblast IROP	MMR IROP	CRR	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci	3. – 4. čtvrtletí 2020	264 000	Minitendr DNS	1 konference	82000
	Roadshow - regionální semináře zacílené na představení nového programového období 2021-2027	MMR IROP	CRR	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci	1. – 4. čtvrtletí 2020	3 900 000	Minitendr DNS	soubor Roadshow (1)	82000
	Spolupráce s NPÚ - cílem projektu je propagace IROP a Centra v objektech a na akcích Národního památkového ústavu (hrady, zámky, kláštery). Pro vlastní propagaci používá NPÚ projekt „Klíč k památkám“, který v minulém období podporovalo MMR (IOP). Na tuto spolupráci chce Centrum navázat a využít tak funkční a pozitivně vnímané komunikační kanály NPÚ směrem k nejšířší veřejnosti (mobilní aplikace, webový portál, tištěné infomateriály). Spoluprací odpadnou náklady na vybudování vlastních informačních toků.	CRR	MMR IROP	Veřejnost (občané ČR 15+)	2. – 4. čtvrtletí 2020	500 000	Smlouva	soubor akcí (1)	82000
	Putovní výstava - Má vlast cestami proměn - příběhy domova	MMR IROP	MAS	Veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2020	500 000	bude upřesněno	soubor putovní výstava (1)	82000
	Snídaně s novináři - příprava podkladů pro setkání paní ministryně s novináři	MMR IROP	Odbor komunikace MMR	Média	1. – 4. čtvrtletí 2020	0	0	0	0
	Soutěže - jak znáte naše regiony (FB, web, součást kampaně, v rámci spolupráce s NPÚ a další ad hoc)	MMR IROP	CRR	Veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2020	3 318 000	Minitendr DNS	soubor soutěže (1)	80001
	Regionální akce (stánky) - prezentace IROP v regionech; alespoň 1 akce na kraj (znalostní kvíz o daném regionu/soutěž/fotokoutek s motivem vesnice Josefa Lady atd.); ceny - regionální kulinařské speciality/výrobky spojené s regionem (od místních výrobců). Produkční zajištění vč. výroby 2 stánků, obsazení stánku, transport, ceny bude zajištěno eventovou firmou. Další outdoor akce.	CRR/MMR IROP	MMR IROP, Odbor publicity EU MMR	Veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2020	5 082 000	Minitendr DNS	Soubor OOH akcí (1)	82000
Konzultační servis	Aktivita má za cíl maximální informovanost cílových skupin o jednotlivých výzvách IROP; je realizována prostřednictvím osobních konzultací, via e-mail, formulář na webu CRR a systém MS2014+	CRR/MMR IROP	ZS ITI, MAS	Žadatelé, potenciální žadatelé, příjemci	1. – 4. čtvrtletí 2020	0	0	1 500 za CRR/ 240 zodpovězených e-mailů MMR IROP	0
Podpůrné služby propagace	Tiskařské služby - zajištění tisku dle aktuálních potřeb ŘO IROP a CRR, např. prezentace úspěšně realizovaných projektů, zhodnocení IROP formou brožur; letáky na aktuální témata (např. zateplování, „desatera“, častá pochybení ve VZ apod.), plakáty k venkovním akcím, pozvánky, samolepky, tištěné materiály k soutěžím, papírové složky/desky, obalový materiál atd.	MMR IROP	CRR	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2020	1 785 000	Minitendr DNS	soubor tištěných materiálů (1)	82200
	Grafické služby - grafické zpracování materiálů dle potřeb IROP; různé formáty, např. plakáty, letáky, infografiky, brožury (k výzvám, 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 IROP). Cílem je zajištění jednotné linie grafické prezentace IROP, kontinuita při tvorbě propaganích materiálů IROP a zefektivnění a plynulost dodávek grafických prací dle aktuálních potřeb IROP.	MMR IROP	CRR	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2020	330 000	Smlouva VZMR	soubor grafických výstupů (1)	82200
	Fotografické služby - předpokládá se nafočení 100 ukončených projektů či akcí souvisejících se slavnostním ukončením projektů. Fotografický materiál bude využit do dalších propagačních materiálů IROP (brožury, letáky, webové stránky propagující úspěšné projekty, FB, Newsletter). Výběr projektů k nafočení bude realizován ve spolupráci s Centrem.	MMR IROP	CRR	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2020	473 000	Smlouva VZMR	soubor fotografií (1)	82200
Sociální síť	Provoz sociálních sítí Facebook, YouTube	MMR IROP	CRR	veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2020	1 470 000	Minitendr DNS	soubor sociálních sítí (1)	80103
Ad hoc komunikační aktivity IROP, které se nedaly během přípravy RKoP 2020 předvídat.		MMR IROP				550 000	0	0	0