



Roční komunikační plán IROP 2021

Verze 1.0

vypracovala: Ing. Martina Juřicová

schválil dne 30. 9. 2020: Ing. Rostislav Mazal, ředitel Řídicího orgánu IROP

schváleno dne 4. 11. 2020: Monitorovacím výborem IROP formou per rollam



EVROPSKÁ UNIE
Evropský fond pro regionální rozvoj
Integrovaný regionální operační program



MINISTERSTVO
PRO MÍSTNÍ
ROZVOJ ČR

Seznam zkratek:

CLLD	Komunitně vedený místní rozvoj
CMS	Content Management System (Systém pro správu obsahu)
Centrum/CRR	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	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	6
3. Komunikační cíle a cílové skupiny	7
3.1. Komunikační témata pro rok 2021	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. Přílohy	11

1. Manažerské shrnutí

Roční komunikační plán Integrovaného regionálního operačního programu pro rok 2021 (dále jen RKoP IROP 2021) 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 nebo CRR). RKoP IROP 2021 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 2021 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).

Z hlediska podpořené znalosti tematických operačních programů v období 2014–2020 program IROP zaujímá sedmé místo z deseti. Dle průzkumu Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy (MŠMT) si populace nejčastěji vybavuje Operační program Výzkum, vývoj a vzdělávání, což lze kladně spojovat s již realizovanou kampaní. Dále pak OP Životní prostředí a OP Doprava. Za pozitivní lze označit, že se ve znalosti IROP shoduje odborná veřejnost (23 %) se širokou veřejností (25 %).¹

Průzkum z června 2020 ukázal, že IROP zná 25 % populace². Ve srovnání s rokem 2019 došlo k poklesu povědomí o IROP z 41, 1 % na 24, 9 %, tedy o 16, 2 p. b.³ 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.

Pro plánování komunikačních aktivit jsou podstatné i výsledky **evaluace Vyhodnocení efektivity realizovaných komunikačních nástrojů ŘO IROP I.**, ze které vyplývá zejména nutnost **dalšího rozvoje webu IROP**, jakožto **hlavního komunikačního nástroje IROP**, nebo **přizpůsobení (zjednodušení) jazyka** pro cílové skupiny na všech komunikačních kanálech. K významné změně došlo i u jiných mediatypů. Tištěný Zpravodaj IROP byl nahrazen microsite s názvem „Regiony nás baví“. Jde o on-line katalog projektů podpořených z IROP, který spravuje Centrum, a který bude průběžně doplňován obsahem –

¹ SANEP s. r. o., Zhodnocení internetové mediální kampaně OP VVV II. Etapa, listopad–prosinec 2019

² Stemmark, Povědomí o Integrovaném regionálním operačním programu (IROP), červen 2020

³ Remark, Analýza dopadů komunikační kampaně IROP, únor–červen 2019

články, fotkami, videoreportážemi nebo soutěžemi, díky čemuž dojde k jejich lepšímu zacílení na cílovou skupinu veřejnost. K posunu rovněž došlo u webu IROP, který prošel redesignem pro další programové období.

RKoP IROP 2021 **navazuje a rozvíjí** ověřené komunikační aktivity, které byly realizovány v předchozím roce. **Stručný popis všech komunikačních aktivit** vč. rozpočtu, harmonogramu, cílových skupin a výstupů jak ŘO IROP, tak Centra je uveden ve zvláštní příloze.

Rok 2021 je prvním rokem příprav implementace navazujícího programu IROP, přičemž však stále pokračují projekty zahájené v programovém období 2014–2020 a aktivity technické pomoci vč. publicity jsou hrazeny z finančních prostředků programového období 2014–2020. Vzhledem k tomuto přechodovému období byly stanoveny **3 komunikační témata**, a to:

- **Úspěšné projekty IROP 2014-2020 zlepšují život v regionech**
- **Finanční nástroj IROP pro oblast zateplování**
- **IROP 2021–2027 a první výzvy**

První komunikační téma IROP, **Úspěšné projekty IROP zlepšují 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, aktuality, letáky, brožury a Facebook**. Novými aktivitami jsou **microsite Regiony nás baví** (realizuje Centrum), **soutěže** (znalostní kvíz aj.) a **outdoorová kampaň na regionálních akcích** (realizuje Centrum), neboť cílem ŘO IROP je rovněž směřovat komunikaci více do regionů. Celkově dochází k přesunu komunikačních aktivit do oblastí sociálních sítí a přímé komunikace, komunikační aktivity jsou cíleny ve velké míře na širokou veřejnost.

Druhým tématem komunikace IROP je podpora absorpční kapacity **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**. Předpokládá se pokračování on-line kampaně, která byla zahájena na podzim 2020.

Třetím tématem komunikace je **propagace navazujícího programového období IROP 2021–2027 vč. prvních výzev**. Cílem je průběžně informovat potenciální žadatele o budoucích možnostech podpory a připravit tak dostatečnou absorpční kapacitu. Novinky k IROP 2021–2027 budou představeny v rámci aktivit Centra – např. výroční konference. **První vyhlášené výzvy** budou komunikovány zejména na webu IROP, ale též prostřednictvím kampaní, a **to on-line kampaní ŘO IROP a direct e-mailu Centra** cíleného na zástupce místní samosprávy.

Jako součást propagace IROP 2014-2020 i IROP 2021-2027 bude zahrnuta i publicita REACT-EU s využitím stávajících komunikačních nástrojů, neboť podpora REACT-EU je součástí IROP. Konkrétní komunikační aktivity zahrnující REACT-EU budou specifikovány podle stavu realizace programu a projektů.

Centrum 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 tištěného periodika** Regiony nás baví **elektronického newsletteru**. Novou aktivitou je **výroční konference k 25. letům fungování Centra** na jednotlivých regionálních pracovištích spojená s představením novinek v IROP 2021–2027. Významnou aktivitou Centra je udržování a doplňování obsahu **microsite Regiony nás baví**, dále **soutěže a outdoorové akce** pro veřejnost/stánky.

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. Aktivity se navzájem doplňují a jejich realizace je koordinována dle kapacit jednotlivých subjektů.

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 aktivit

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

Celkové náklady na komunikační aktivity ŘO	23 860 000 Kč
Celkové náklady na komunikační aktivity Centra	20 662 000 Kč
Celkové náklady na komunikační aktivity IROP	44 522 000 Kč

3. Komunikační cíle a cílové skupiny

3.1. Komunikační témata pro rok 2021

Propojení komunikačních témat stanovených na rok 2021 s Komunikačním plánem IROP a SKS je znázorněno v logickém rámci níže, který obsahuje rozklad 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

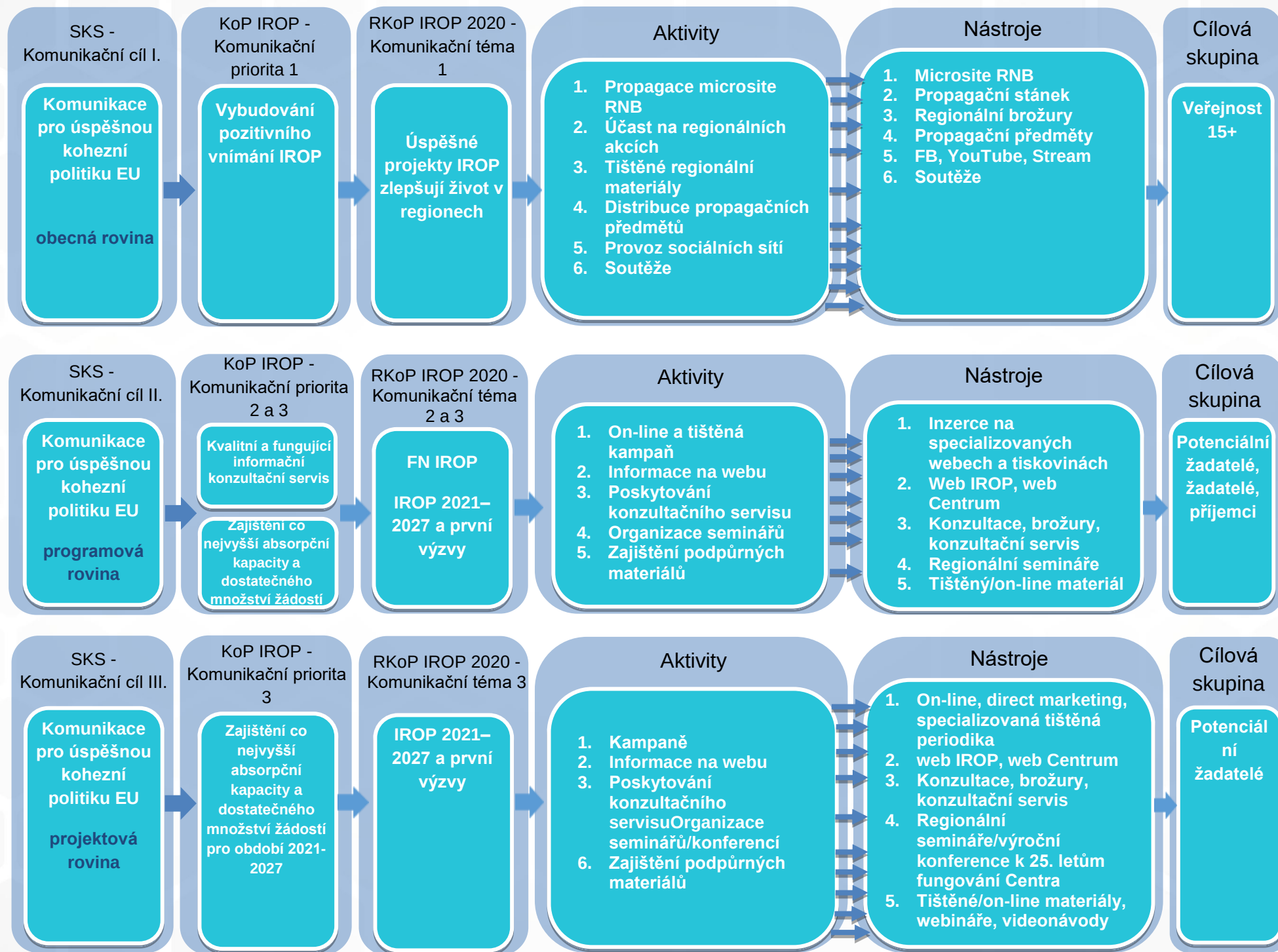
Výše uvedená komunikační témata budou směřována k následujícím cílovým skupinám:

- 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 MAS.



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 178 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.
Krizový stav způsobený extrémními vlivy (např. Covid-19)	Ztížené podmínky při realizaci regionálních seminářů/konferencí, popř. jejich nerealizace. Snížení počtu tiskových zpráv, aktualit, fb příspěvků atd. s obecnou tematikou.	Včasná příprava webinářů. Včasná příprava článků, tiskovin zaměřených na téma – jak IROP pomohl v době krizového stavu, jak IROP pomohl v boji s extrémními vlivy.

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 manažeři publicity IROP CRR. 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.

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	25	ŘO IROP: konference (1), soubor putovní výstava (1), SPOLEČNĚ: semináře a workshopy (20), CENTRUM: soubor výroční konference Centra (1), soubor spolupráce s NPÚ (1), soubor regionální akce – stánky (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	4	ŘO IROP: soubor videoreportáže (1), soubor stream (1), CENTRUM: soubor propagační videa (2)
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	17	ŘO IROP: soubor propagační předměty (1), CENTRUM: eNewsletter (12), časopis RNB (3), soubor propagační předměty (1)
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 inzerce apod. Jedná se o:	6	ŘO IROP: soubor soutěže (1), soubor mediální kampaň (2) CENTRUM: soubor soutěže (1) soubor mediální kampaň (2)

		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		
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	4 417 000	ŘO IROP: web IROP (1 182 000), soubor tištěných materiálů (500 000), soubor grafických výstupů (2 000 000), soubor fotografií (735 000), CENTRUM: seb Centrum (0)
60001	Celkový počet účastníků	Celkový počet účastníků	80	ŘO IROP: Výroční konference (1x80)

b. *Evaluace*

V roce 2021 ŘO IROP plánuje navazující evaluaci k vyhodnocení efektivity realizovaných komunikačních nástrojů a aktivit IROP. Evaluace svým obsahem bude navazovat na evaluaci **Vyhodnocení efektivity realizovaných komunikačních nástrojů ŘO IROP I.** provedenou v roce 2018 a bude doplněna o průzkum veřejného mínění zrealizovaný v roce 2020. Předpokládá se rovněž vyhodnocení uživatelské přívětivosti redesignu webu IROP.

6. Přílohy

Příloha – Tabulka aktivit, rozpočet, harmonogram, indikátory

Příloha – Tabulka aktivit, rozpočet, harmonogram, indikátory										
Aktivita	Stručný popis	Garant	Spolupracující subjekt	Cílová skupina	Období realizace	Celkové výdaje v Kč vč. DPH 2020	Typ zakázky	Výstup	Indikátor	
Mediální kampaň - kreativita 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 mediatypech (např. TV, rozhlas, online, tisk apod.). Kampaň IROP – jedná se o prostředky na doplňkové aktivity např. ke kampaním NOK nebo vlastní aktivity ŘO IROP. Prostředky budou vynaloženy na vytvoření kreativního obsahu a nákup mediálního prostoru (online, sociální sítě) s ohledem na aktuální potřeby ŘO IROP. V roce 2021 se bude kampaň zaměřovat na zviditelnění vyhlášených výzev IROP 2021+ v on-line a tisku zaměřeném na potenciální žadatele (zástupci krajů, měst a obcí). Částka předpokládá nákup mediálního prostoru a tvorbu obsahu (on-line)	CRR/MMR IROP	IROP MMR, OPEFEU MMR, ZS ITI, MAS	Veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2021	5 000 000	Minitendr DNS	soubor mediální kampaň (1)	80001	
	Kampaň Centra na zvýšení absorpční kapacity mířená na starosty a vedení měst a obcí za účelem propagace IROP 2 a regionálních poboček CRR (direct mailing).	CRR	IROP MMR	Žadatelé, potenciální žadatelé, příjemci	1. - 4. čtvrtletí 2021	2 000 000	VZMR	soubor mediální kampaň (1)	80001	
	Kampaň Centra - půjde o navazující aktivitu ke kampani "Regiony nás baví" s možností rozšíření (průběžné plnění microsite obsahem, podpůrné kampaně, soutěže atd.).	CRR	IROP MMR	Veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2021	2 000 000	Nadlimitní VZ (smlouva na 4 roky, předpokládaná hodnota 8 mil. Kč)	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 dle potřeby, případně do dalších let. Částka zahrnuje tvorbu kreativního obsahu a nákup mediálního prostoru, hlavně specializovaný tisk a online	MMR IROP	CRR, SFPI	Potenciální žadatelé, žadatelé	1. – 4. čtvrtletí 2021	5 300 000	Minitendr DNS	soubor mediální kampaň (1)	80001	
	Propagační videa zprostředkující úspěšně realizované projekty široké veřejnosti.	CRR	-	Veřejnost (občané ČR 15+)	2. - 4. čtvrtletí 2021	1 500 000	Podlimitní VZ (smlouva na 2 roky, předpokládaná hodnota 3 mil. Kč)	soubor on-line pořad (1)	80103	
	Videa o roli Centra - edukační videa přibližující vhodnou formou žadatelům a příjemcům práci Centra (např. průvodce projektovým cyklem, rádce, Jak na dotace, průvodce systémem MS2021+ atd.)	CRR	-	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci	1. – 4. čtvrtletí 2021			soubor on-line pořad (1)	80103	
	Videoreportáže - pořízení krátkých videí o délce do 3 minut, rozhovor s příjemci dotace a uživateli výsledného projektu, záběry projektu. Realizace aktivity byla zahájena v roce 2020, bude se jednat o její pokračování s cílem vytvořit dostatečnou zásobu reportáží pro uveřejnění na sociálních sítích. Videa 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 2021	2 000 000	Minitendr DNS	soubor videoreportáže (1)	80103	
	Stream - krátká videa s nejruznějším obsahem (webináře, prezentace ŘO IROP, z nejruznějších akcí – konference, dny otevřených dveří, od příjemců – např. slavnostní otevření památky, jejíž oprava byla financována z IROP apod.) Videa se budou podle typu zaměření uveřejňovat na webech IROP a správcelských institucí (např. NS MAS, SFPI, ER stránka a YT kanál IROP)	MMR IROP	CRR	Veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2021	1 140 000	Minitendr DNS	soubor stream (1)	80103	
Webové stránky IROP - další rozvoj webů	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	OPEFEU MMR, OKM MMR	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, veřejnost (občané ČR 15+), média	1. – 4. čtvrtletí 2021	1 182 000	Smlouva	1 web IROP	82200	
	Web CRR - informační web pro žadatele a příjemce IROP. Hrazeno z prostředků CRR.	CRR	MMR IROP	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, veřejnost (občané ČR 15+), média	1. – 4. čtvrtletí 2021	0	0	0	82200	
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	OPEFEU MMR	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci	1. – 4. čtvrtletí 2021	400 000	ŘO IROP: Minitendr DNS, Centrum: vlastní zdroje	20	82000	
	Výroční konference - akce slouží k představení IROP a jeho výsledků a jako platforma 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 2021	400 000	Minitendr DNS	1 konference	82000	
	Výroční konference k 25. výročí CRR - regionální semináře zacílené na představení výsledků programového období 214-2020 a novinek nového programového období 2021-2027	CRR	MMR IROP	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci	1. – 4. čtvrtletí 2021	3 900 000	Minitendr DNS	soubor akcí (1)	82000	
	Spolupráce s NPÚ - cílem projektu je propagace IROP a Centra v objektech a na akcích Národního památkového ústavu (hrady, zámky, kláštery). Na základě smlouvy umožní NPÚ Centru v objektech, které byly podpořeny z IROP, umístění propagačních rámu, které budou součástí propagačních aktivit IROP CRR na sociálních sítích.	CRR	-	Veřejnost (občané ČR 15+)	2. – 4. čtvrtletí 2021	500 000	Smlouva	soubor akcí (1)	82000	
	Putovní výstava IROP - pokračování putovní výstavy zahájené v roce 2020. Výstava představuje podpořené projekty z IROP ve stavu před a po realizaci	MMR IROP	MAS	Veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2021	1 200 000	Minitendr DNS	soubor putovní výstava (1)	82000	
	Snídaně s novináři - příprava podkladů pro setkání paní ministryně s novináři	MMR IROP	OKM MMR	Média	1. – 4. čtvrtletí 2021	0	0	0	0	
	Soutěže - primárně půjde o soutěže spojené s kampaní "Regiony nás baví", tematizující spolupráci s NPÚ a další ad hoc	CRR	MMR IROP	Veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2021	2 000 000	VZMR	soubor soutěže (1)	80001	
	Soutěže - jak znáte naše regiony (FB, web, součást kampaně, a další ad hoc)	MMR IROP	CRR	Veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2021	331 800	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, OPEFEU MMR	Veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2021	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 2021	0	0	1 500 za CRR/ 240 zodpovězených e-mailů MMR IROP	0
Marketingové texty	Tiskové zprávy - osvědčený nástroj šíření informací o IROP, jedná se o tiskové zprávy vytvářené interně, pracovníky ŘO IROP a Centra	CRR/MMR IROP	OKM MMR	Média	1. – 4. čtvrtletí 2021	0	0	12 MMR IROP	0	

	PR texty pro IROP - služby externího dodavatele zaměřené na PR texty a reportáže dle zadání RO IROP. Texty budou zaměřené na propagaci a představení jednotlivých projektů v jednoduchém a atraktivním jazyce pro veřejnost. Texty budou využity na webu IROP či tištěné inzerci. Dále se bude jednat o kratší texty typu aktualita/tisková zpráva dle zadání a podkladů RO IROP.	MMR IROP	CRR	Veřejnost (občané ČR 15+)	1. - 4. čtvrtletí 2021	250 000	objednávka	24 textů/aktualit/TZ	82200			
	Inzerce v regionálním tisku s propojením v online - propagace realizovaných projektů IROP v jednotlivých regionech ČR, texty budou psané jednoduchým a srozumitelným jazykem určeným pro širokou veřejnost	CRR	-	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2021	1 500 000	VZMR	10	80200			
	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 2021	40 000	Smlouva	12	80200			
	Časopis "Regiony nás baví" - vlastní tištěné periodikum; občasník Centra představuje zavedený komunikační kanál, který je flexibilně využívaný pro různá sdělení spojená s administrací programu IROP, prezentaci úspěšných projektů, uveřejňování rad Jak na to, sdělení tzv. osvědčené praxe atd.	CRR	-	Žadatelé, potenciální žadatelé, příjemci	1. – 4. čtvrtletí 2021	140 000	Smlouva	3	80200			
Podpůrné služby propagace	Tiskářské služby - zajištění tisku dle aktuálních potřeb RO IROP a CRR, např. prezentace úspěšně realizovaných projektů, zhodnocení IROP po jednotlivých oblastech 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 2021	500 000	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 propagačních 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 2021	2 000 000	Otevřená nadlimitní VZ	soubor grafických výstupů (1)	82200			
	Fotografické služby - předpokládá se nafocení 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 nafocení bude realizován ve spolupráci s Centrem	MMR IROP	CRR	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2021	735 000	VZMR	soubor fotografií (1)	82200			
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.	MMR IROP	-	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2021	2 000 000	Minitendr DNS	soubor propagačních předmětů (1)	80200			
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	-	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	Potenciální žadatelé, žadatelé, příjemci, veřejnost (občané ČR 15+)	2 000 000	Minitendr DNS	soubor propagačních předmětů (1)	80200			
Sociální sítě	Provoz sociálních sítí Facebook, YouTube	MMR IROP	CRR	veřejnost (občané ČR 15+)	1. – 4. čtvrtletí 2021	871 200	Minitendr DNS	soubor sociálních sítí (1)	80103			
Ad hoc komunikační aktivity IROP, které se nedaly během přípravy RKoP 2021 předvídat	-	MMR IROP	-	-	-	550 000	0	0	0			
Ad hoc komunikační aktivity IROP, které se nedaly během přípravy RKoP 2021 předvídat	-	CRR	-	-	-	550 000	0	0	0			
Celkem za RO IROP						23 860 000						
Celkem za Centrum						20 662 000						
Celkem						44 522 000						