

**MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU
ČESKÉ REPUBLIKY**



**Národní komunikační strategie pro Národní plán obnovy
na období 2021–2026**

Verze 1.0

s účinností od 11. 5. 2022

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR
Odbor koordinace Národního plánu obnovy
Politických vězňů 20
112 49 Praha 1

E-mail: npo@mpo.cz

OBSAH

PŘEHLED VERZÍ	4
ÚVOD	5
1 CÍLE NÁRODNÍ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE	6
2 ZÁKLADNÍ ZÁSADY UPLATŇOVANÉ PRO NKS, VK I MPO-DU V OBLASTI PUBLICITY	7
3 CÍLOVÉ SKUPINY	8
4 DOPORUČENÉ KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJE	10
5 POVINNÉ KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJE A AKTIVITY	13
6 ROZPOČET	15
7 ROČNÍ KOMUNIKAČNÍ PLÁN (RKP).....	16
8 MONITOROVÁNÍ A HODNOCENÍ	17
9 ZKRATKY.....	17
10 SEZNAM PŘÍLOH	17

PŘEHLED VERZÍ

Verze	Datum účinnosti
1.0 – Národní komunikační strategie pro Národní plán obnovy na období 2021–2026	11. 5. 2022

ÚVOD

Národní komunikační strategie (dále jen „NKS“) Nástroje pro oživení a odolnost představuje rámcovou komunikační strategii pro MPO-DU, všechny VK a subjekty zapojené do implementace (dále jen „SI“) v souladu s Nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) 2021/241 ze dne 12. února 2021 (dále jen „Nařízení“), kterým se zřizuje Nástroj pro oživení a odolnost (dále jen „Nástroj“) a s článkem 10 Finanční dohody (Financing agreement) a definuje hlavní cíle informování, publicity, cílové skupiny, komunikační nástroje a pravidla pro monitoring a reportování v plnění stanovených komunikačních cílů. NKS navazuje na Metodický pokyn pro publicitu a komunikaci pro Národní plán obnovy na období 2021-2026. Za účelem lepšího porozumění jsou některé stěžejní informace z daného metodického pokynu opakovány v NKS.

Hlavním cílem NKS je nastavení a zajištění zvýšení povědomí, pochopení finančních příspěvků RRF, prezentace základních cílů a politik EU a také zajištění efektivní komunikace přínosů široké veřejnosti a dalším cílovým skupinám. NKS má zviditelnit financování jednotlivých reformních a investičních priorit ze strany EU a nastavit efektivní způsob komunikace při informování jednotlivých cílových skupin. NKS bude každoročně aktualizována a zpřesňována detailními plány, v návaznosti na aktuální stav plnění milníků a cílů napříč všemi aktivitami. Roční komunikační plány (dále jen „RKP“) pomohou naplňovat NKS konkrétními informacemi o plánovaných informačních a propagačních aktivitách MPO-DU a VK, a to včetně monitorování pokroku v daném roce, termínů realizací a alokací na dané aktivity (investice/reformy). Roční komunikační plány budou připraveny MPO-DU a VK v souladu s principy, zásadami a cíli NKS.

Každý příjemce, VK i SI je povinen dodržovat jednotná pravidla publicity stanovená EK pro operace podpořené z RRF dle článku 34 Nařízení. Příjemci podpory mají povinnost uvádět původ těchto prostředků a zajistit jejich viditelnost, případně i vyobrazením loga EU a uvedením vhodného prohlášení o financování ve znění „Financováno Evropskou unií – Next Generation EU“.

Koordinační funkci MPO – DU v oblasti komunikace RRF stejně jako popis Implementační struktury v oblasti publicity stanovuje Metodický pokyn pro publicitu a komunikaci pro Národní plán obnovy na období 2021–2026.

Roli informačního a komunikačního úředníka (dále jen „KÚ NPO“) pro koordinaci informační a komunikační činnosti týkající se RRF, VK, MPO-DU a plnění pokroku vykonává pracovník MPO, Odboru koordinace NPO (Ing. Jana Staněk Zelinková, Ph.D.; email: zelinkovaj@mpo.cz).

Povinnosti spojené s osobou odpovědnou za komunikační aktivity u VK jsou definovány v Metodickém pokynu pro publicitu a komunikaci pro Národní plán obnovy na období 2021–2026.

Jednání pracovní skupiny pro publicitu NPO (dále jen „PS“) budou probíhat ad hoc, minimálně však 1x ročně. PS je svolávána a vedena KÚ NPO. Popis hlavních úkolů PS je podrobně specifikován v Metodickém pokynu pro publicitu a komunikaci pro Národní plán obnovy na období 2021–2026. Informace o naplňování NKS budou předávány ŘV NPO.

Tři základní stádia NKS jsou popsána v Metodickém pokynu pro publicitu a komunikaci pro Národní plán obnovy na období 2021–2026.

1 CÍLE NÁRODNÍ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE

Základními cíli komunikace v oblasti RRF je informovanost široké a odborné veřejnosti o NPO, jeho cílech, východiscích, alokacích, megatrendech a jejich implementaci do českého prostředí prostřednictvím 6 pilířů a seznámení s časovým harmonogramem NPO prostřednictvím vybraných komunikačních kanálů/ nástrojů (viz kpt. 4 NKS).

Pro účely naplnění tohoto záměru je třeba zaměřit se na tyto oblasti:

- **Zvýšení povědomí o NPO**

Informovat širokou veřejnost, potenciální žadatele a ostatní cílové skupiny o existenci NPO a vyvolat jejich zájem o problematiku

Téma: Existuje NPO financovaný z evropských prostředků

Hlavním komunikačním úkolem je zaujmout a zvýšit pozornost cílových skupin a vyvolat jejich zájem o danou problematiku. Cílem je informovat odbornou i širokou veřejnost o existenci NPO a finanční podpoře aktivit z evropského Nástroje pro oživení a odolnost, zároveň oslovit cílové skupiny, dosáhnout pozitivního vnímání NPO a rovněž EU a vyvolat zájem o podání žádosti o finanční příspěvek z unijních prostředků a úspěšnou realizaci projektu. Strategie je koncipována tak, aby došlo k rychlému zásahu cílových skupin a zároveň aby se informace o podpoře z evropských prostředků efektivně rozšířila mezi širokou veřejnost. Pro dosažení cíle bude naplánována komunikace zejména masovými médii, sociálními médii, outdoorovou a online reklamou a také prostřednictvím pořádání seminářů a webinářů k danému tématu.

- **Zajištění předávání dodatečných informací o financování aktivit z RRF**

Motivovat potenciální žadatele k tomu, aby se začali detailněji zabývat možností financování svých záměrů z evropských prostředků a podpořit jejich zájem o danou problematiku

Téma: NPO je cestou k získání prostředků pro realizaci investic a reforem

Komunikace má převážně informativní a motivační charakter. Informuje o zaměření jednotlivých cílů a pilířů a předkládání a zpracování žádosti o podporu. Jejím cílem je vyvolat zájem o získání dalších informací o NPO, motivovat cílovou skupinu k návštěvě webových stránek NPO a následně k podání žádosti o podporu. Protože je potřeba zasáhnout úzce specifikované cílové skupiny, byla jako nejvhodnější nástroj pro oslovení těchto cílových skupin zvolena sociální média, internet, tisk, PR aktivity a pořádání seminářů a webinářů k danému tématu.

- **Zajištění efektivní komunikace přínosů široké veřejnosti a dalším cílovým skupinám**

Představit úspěšně realizované projekty, informovat o výsledcích zrealizovaných projektů v rámci NPO (RRF) a motivovat potenciální žadatele k podání žádosti

Téma: Máme úspěšně realizované projekty podpořené prostředky z NPO (RRF)

Komunikace je založena na představení úspěšných příkladů z praxe. Obsahem reklamního sdělení by měly být z velké části úspěšné příklady z praxe. Z tohoto důvodu bylo naplánováno využití televize a sociálních médií, neboť nabízí dynamickou prezentaci obsahu a předávají tak cílové skupině větší množství vjemů než média statická. Kromě toho jsou schopna efektivně předávat emocionálně laděná sdělení. Dále bylo navrženo využití PR aktivit, eventů a částečně tištěné inzerce a outdoorové reklamy.

2 ZÁKLADNÍ ZÁSADY UPLATŇOVANÉ PRO NKS, VK I MPO-DU V OBLASTI PUBLICITY

- **Transparentnost a otevřenost**

S informacemi o podpoře z RRF je třeba nakládat odpovědně a transparentně. Podpora z RRF představuje hodnoty politiky soudržnosti Evropské unie a informace tak ovlivňují její celkové vnímání ze strany veřejnosti i médií. Všechny subjekty NPO by proto měly zveřejňovat pouze ověřené informace. MPO zajistí dostupnost informací zejména prostřednictvím webových stránek NPO, ale také prostřednictvím seminářů či konzultačních dnů. V rámci tohoto principu propojuje MPO tazatele rovněž s kontaktními osobami VK.

- **„Easy to read“ (srozumitelnost, jasnost, stručnost)**

Druhý princip je zakotvením nejdůležitějšího předpokladu úspěchu celé strategie publicity a komunikace, jenž má pro období jasně vymezené cíle. Ačkoli koordinace NPO a implementace jednotlivých cílů a pilířů představují komplexní procesy, cílem komunikace bude maximálně srozumitelné sdělení, které zajistí viditelnost a pozitivní vnímání NPO a které přiblíží problematiku široké veřejnosti.

- **Účelnost, účinnost, úspornost**

Pravidelné vyhodnocování použitých komunikačních nástrojů z hlediska hospodárnosti a reálného zásahu cílové skupiny. Jakékoliv komunikační aktivity realizované pro NPO musí být, zvláště jsou-li dodávány na zakázku třetí stranou, vždy dobře měřitelné s ohledem na nákladovou efektivitu a odůvodnitelné vůči stanoveným cílům.

- **Neutralita a zamezení politických vlivů**

Komunikační kampaň na podporu NPO se nesmí vymezovat vůči žádným skupinám obyvatel či zájmovým skupinám, které nesouhlasí s tímto nástrojem či obecně s principem EU. Komunikační nástroje NPO a prostředky na ně použité nesmí být použity v rámci volebních kampaní a nesmí sloužit k propagaci politických stran či jejich představitelů.

- **Spolupráce napříč celou implementační strukturou RRF**

NKS zahrnuje rovněž komunikační nástroje a aktivity, které cíleně pracují se zpětnou vazbou ze strany cílových skupin, a počítá s vyhodnocením podnětů k úspěšné implementaci NPO, rychlému čerpání alokace podpory a efektivnější komunikaci podpory z evropských prostředků. Samozřejmostí je rovněž vyhodnocení výstupů, výsledků a dopadů komunikace a viditelnosti NPO prostřednictvím průzkumů mínění a indikátorů k jednotlivým komunikačním nástrojům.

- **Odpovědnost a poctivost**

Za komunikační kampaň a přípravu a vyhodnocení RKP v rámci jednotlivých resortů je zodpovědný VK. Za přípravu NKS je odpovědná MPO-DU, připravuje ji KÚ NPO. RKP včetně informace o vyhodnocení komunikačních aktivit předkládají VK a MPO-DU vždy 1x ročně k 31. 1.¹

3 CÍLOVÉ SKUPINY

NKS vymezuje tyto základní okruhy cílových skupin:

- Odborná veřejnost
- Široká veřejnost
- Cílové skupiny jednotlivých komponent
- Média

Odborná veřejnost

¹ S výjimkou roku 2022, kdy vyhodnocení komunikačních aktivit předkládáno nebude, budou RKP budou předkládány až poté, co vstoupí Národní komunikační strategie pro Národní plán obnovy na období 2021–2026 v platnost.

Významnou cílovou skupinu NKS představuje odborná veřejnost, na kterou bude směřováno hlavní informační sdělení a detailnější informace k NPO. Partnery při implementaci, komunikaci a zajištění viditelnosti NPO jsou ostatní subjekty zapojené do implementace NPO, EK a Zastoupení EK, veřejná správa a územní samosprávné celky, profesní svazy a hospodářské kruhy, hospodářští, sociální a regionální partneři, vzdělávací a výzkumné instituce, výbory NPO a další. Vhodnými komunikačními nástroji zaměřenými na tuto cílovou skupinu budou webové stránky, sociální sítě, podcasty, ebook, tisková inzerce, články v tisku, konference, webináře, tištěné publikace a letáky.

Široká veřejnost

Jedná se o sekundární a početně největší cílovou skupinu, na kterou budou směřovány informace obecnějšího charakteru k RRF a NPO, tj. širší smysl NPO/ RRF, s důrazem na jednoduchost a zřetelnost obsahu. Informace doručené této cílové skupině utváří všeobecné povědomí a postoje občanů ČR vůči podpoře z evropských prostředků a problematice EU obecně. Nejvyužívanějšími komunikačními nástroji budující povědomí široké veřejnosti budou zejména masmédiá, televizní a rozhlasové spoty, články v tisku, webové stránky, sociální sítě a outdoorová reklama.

Cílové skupiny jednotlivých komponent

Cílová skupina je reprezentována potenciálními žadateli a žadateli, které je třeba informovat o možnostech čerpání podpory z NPO, případně motivovat k získání potřebných informací a podání žádosti o podporu. Součástí jsou rovněž úspěšní žadatelé, tedy subjekty, které již podporu získaly. Za specifikaci cílové skupiny je odpovědný VK. VK je povinen na svém webu (či účelově zřízením webu) propagovat NPO (vč. loga EU a jednotného textu o financování z RRF) a uveřejňovat přehled výzev (aktivních i ukončených), které jsou financovány z RRF a jsou součástí NPO (více viz kpt. 5). VK může využívat i další komunikační nástroje dle vlastního uvážení. Vhodnými nástroji jsou také ty, které jsou doporučeny pro cílovou skupinu odborná veřejnost.

Média

Cílová skupina představuje především zástupce masových komunikačních médií, jejichž posláním je umožnit přenos sdělení k široké veřejnosti. Skupina je velmi náročná na kvalitu, jednoduchost, srozumitelnost a aktuálnost poskytovaných informací ve smyslu popisu konkrétních přínosů fondů EU na každodenní život občanů, úspěšně realizovaných projektů a konkrétních osobností spojených s implementací podpory. Vedle klasických nástrojů komunikace (např. tiskové zprávy a konference, PR) je důležité dlouhodobé budování informačních vazeb a proaktivní přístup ve spolupráci s tiskovými odbory.

4 DOPORUČENÉ KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJE

S cílem zajištění odpovídající informovanosti cílových skupin a naplnění stanovených cílů NKS jsou vybrány vhodné komunikační nástroje. Nejedná se však o jejich definitivní výčet. V závislosti na potřebách cílových skupin (s ohledem na jejich preferenci), výši finančních prostředků na komunikaci a viditelnost NPO či vývoji situace (např. i v souvislosti s epidemiologickou situací) je možné výčet flexibilně upravit. Zejména by měl být kladen důraz na možnosti realizace komunikačních a propagačních aktivit v online prostoru.

Využití konkrétních komunikačních nástrojů bude zpřesňováno v RKP. Veškeré nástroje mohou být používány průběžně, intenzita jejich využívání bude vázána na výsledky evaluací a zkušeností. V průběhu času se tak může měnit i výběr komunikačních nástrojů vhodných oslovení jednotlivých cílových skupin, a to v závislosti na tom, jaké komunikační nástroje cílové skupiny aktuálně využívají.

Dle uzavřené Finanční dohody udělil členský stát EK právo bezplatně používat komunikační nástroje týkající se NPO.

VK jsou povinni zajistit cílenou komunikaci NPO prostřednictvím vlastních komunikačních nástrojů vůči žadatelům, příjemcům a dodavatelům veřejných zakázek.

VK podpoří informovanost o NPO umístěním loga a dalších informací na vlastních (nebo nově vytvořených) webových stránkách, na kterých umístí přehled výzev, na jehož základě se mohou žadatelé ucházet o podporu z RRF.

Online komunikace	
Webové stránky NPO www.planobnovy.cz	Hlavní komunikační kanál se zaměřením obsahu na širokou i odbornou veřejnost
Webové stránky vlastníků komponent	Hlavní komunikační kanál zejména k potenciálním žadatelům a odborné veřejnosti s informacemi k jednotlivým komponentám a výzvám podpor.
Sociální sítě	Sociální sítě (LinkedIn, Twitter, Facebook apod.) pro komunikaci směrem k široké veřejnosti, tak pro komunikaci k potenciálním žadatelům a příjemcům.

PR a komunikace s médii	
Tisková konference /tiskový brífink	Představení aktuálních informací k NPO za osobní účasti zástupců médií.
Tiskové zprávy	Předání aktuálních informací k NPO zástupcům médií. V případě, že bude

	vydána tisková zpráva (např. u otevírání/zahajování projektů), je vhodné zmínit nejen zdroj financování, ale také zahrnutí oblasti projektu do jednoho z pilířů, na kterých RRF stojí.
Setkání s médii	Představení aktuálních informací k NPO při méně formálním setkání se zástupci médií.

Audiovizuální, online materiály a databáze

Spoty	<p>Propagační spoty v tematickém členění a počtu dle 6 pilířů NPO:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Digitální transformace 2. Fyzická infrastruktura a zelená tranzice 3. Vzdělávání a trh práce 4. Instituce a regulace a podpora podnikání v reakci na COVID-19 5. Výzkum, vývoj a inovace 6. Zdraví a odolnost obyvatel <p>+ spot na představení celého NPO</p> <p>Délka 1 spotu do 30 vteřin pro široké využití mj. v TV a rychlý zásah. Formát bude vyhovovat požadavkům např. celostátní televize, online pro co nejširší budoucí využití spotů (princip 3E).</p>
Podcasty	Série podcastů k představení 6 pilířů NPO a detailně jednotlivých komponent s čelními představiteli vlády, zástupci ministerstev a dalšími odbornými představiteli z řad vlastníků komponent. Délka podcastu do 60 min k pilíři a do 30 minut ke komponentě.
Rozhlasové spoty	Propagační spoty v tematickém členění a počtu dle 6 pilířů NPO + spot na představení celého NPO. Délka spotu 30 vteřin. Formát odpovídá požadavkům rozhlasu + MP3 pro využití na webu NPO (princip 3E).
ebook	Online verze propagačního materiálu k představení NPO, jeho pilířů a komponent. Vizualizace, copywriting a realizace grafikem při respektování prvků povinné publicity a log NextGeneration a NPO.

Reklama

Tisková inzerce	Ideálně vytvoření tematické přílohy, vkladů či regionální inzerce. Vizualizace, copywriting a nákup prostoru.
Televize	Zajištění vysílacího času v délce 1 měsíce a prioritizací prime time včetně návrhu na rozpis rozmístění reklamních spotů k maximální optimalizaci

	<p>výsledné ceny. Využití spotů k 6 pilířům NPO a obecnému představení účelu NPO.</p> <p>Rychlý zásah, audiovizuální složka umožňuje podpořit „naléhavost“ reklamního vzkazu.</p>
Rozhlas	Zajištění reklamního prostoru v délce 1 měsíce v centrálním rozhlasu (rozhlasová stanice s největším zásahem do cílové skupiny NPO) i regionálních stanicích.
Outdoor	Reklamní plochy city light, billboardy, bigboardy, smartboardy, rámečky v dopravních prostředcích a přestupních místech, polepy dopravních prostředků apod skladba s cílem zásahu široké části veřejnosti. Vizualizace a nákup prostoru v délce 1 měsíce.
Internet	Bannerová reklama umístěná na navštěvovaných webových stránkách – zejména rozcestníky, zpravodajské servery, zájmové weby dle tematického zaměření komponent, nebo PPC reklama s vhodně nastavenými výrazy v rámci tematického zaměření pilířů a komponent. Vizualizace a nákup reklamního prostoru v délce 1 měsíce. Vhodnou formou je i nativní reklama, PR články apod.

Přímá komunikace	
Konference	<p>Konference s kapacitou 150 osob dle členění 6 pilířů NPO. Cílovou skupinu představuje odborná veřejnost, zastoupená vlastníky komponent, potenciálními příjemci, žadateli a příjemci, hospodářskými, sociálními a regionálními partnery.</p> <p>V rámci přímé komunikace je pro zviditelňování RRF také možnost využívat regionální eurocentra.</p>
Semináře a workshopy	Menší akce s kapacitou 60 osob pro žadatele a příjemce s podrobnějšími informacemi.
Webináře	Online semináře s možností interakce s přednášenými, bez omezené kapacity.
Akce pro širokou veřejnost v regionech	Zejména roadshow v jednotlivých krajích ČR, přednáška zaměřena na představení NPO s kapacitou 150 osob.
Přednášková činnost zástupců MPO-DU,	Prezentace na odborných akcích hospodářských, sociálních a regionálních partnerů se zaměřením na oblasti podpory NPO a možností představení

VK a interních odborníků	RRF odborné a široké veřejnosti.
Soutěže	Projekt NPO, vyhlášení úspěšných projektů během slavnostního večera.
Tištěné komunikační nástroje	
Publikace	Tištěná podoba ebooku k NPO.
Letáky a plakáty	Stručné informace k představení jednotlivých pilířů podpory a způsobu implementace v ČR.

Propagační předměty	Doplňkový komunikační nástroj pro odbornou i širokou veřejnost s cílem dostat základní informace o NPO do podvědomí. Minimální náležitost dle velikosti propagačního předmětu je povinná publicita s logem NextGeneration, NPO a prohlášením o financování. .
Průzkumy mezi jednotlivými cílovými skupinami	Průzkumy budou zaměřeny na vyhodnocení úrovně informovanosti, kvality, dostupnosti a objemu poskytovaných informací.
Mapa projektů a reforem	Interaktivní rozhraní pro web NPO, které na základě sběru dat od jednotlivých VK informuje širokou veřejnost o realizované podpoře NPO.

Tabulka 1 Komunikační kanály a nástroje NKS

5 POVINNÉ KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJE A AKTIVITY

Nastavení funkčního prostředí pro oblast publicity a komunikace stanovuje Metodický pokyn pro publicitu a komunikaci pro Národní plán obnovy na období 2021-2026. Povinnosti v oblasti informování, komunikace a publicity NPO jsou specifikovány v Nařízení 2021/241.

Hlavní informační povinností členského státu (příjemce pomoci finančních prostředků EU) je uvádět původ těchto prostředků a zajistit jejich viditelnost, zejména při propagaci akcí a jejich výsledků.

VK je tak povinen v souladu s Nařízením 2021/241 zajistit cílenou komunikaci prostřednictvím vlastních komunikačních kanálů vůči žadatelům, příjemcům a dodavatelům veřejných zakázek. Především je vlastník komponenty povinen:

- **zveřejňovat v elektronické formě** přehled výzev, na jejichž základě se mohou žadatelé ucházet o podporu z RRF. VK také musí zajistit prolink provozované webové stránky na centrální webový portál www.planobnovy.cz. Pokud VK/ SI takovou webovou stránkou nedisponuje, budou tyto informace zveřejňovány na centrálním webovém portálu www.planobnovy.cz. O vyhlášení výzvy vždy VK informuje KÚ NPO emailem v dostatečném předstihu², tak aby mohl KÚ NPO zajistit zveřejnění této informace v den jejího vyhlášení na zastřešujícím portále NPO.
- **na svých webových stránkách uveřejnit příklady 2 až 6 úspěšně realizovaných operací**, pokud již tyto operace existují. V případě, že předmětné výzvy dosud nebyly vypsané, nebo operace dosud nebyly realizovány, je povinen na svých stránkách informovat o své úloze při implementaci NPO a představit komponenty včetně jejich popisu, za jejichž realizaci je odpovědný. Pokud VK/ SI takovou webovou stránkou nedisponuje, zašle tento podklad KÚ NPO emailem, který zajistí zveřejnění těchto informací na centrálním webovém portálu www.planobnovy.cz.
- **u každé komunikační aktivity s přímým vztahem k NPO zveřejnit znak EU a heslo:** „FINANCOVÁNO EVROPSKOU UNIÍ – NEXTGENERATIONEU“.
- **zajistit** (např. prostřednictvím textu výzvy, právního aktu apod.), že **příjemci podpory jsou informováni o původu finančních prostředků z RRF** a mají povinnost zajistit publicitu u podpořené operace.
- **kde je to relevantní, uvést prohlášení** ve znění: *„Financováno Evropskou unií – NextGenerationEU. Stanoviska a názory zde vyjádřená pocházejí pouze od autorů projektu a tito autoři za ně nesou odpovědnost a nutně nevyjadřují názory a stanoviska Evropské unie. Ani Evropské unii, ani Evropské komisi nelze přičítat za tato stanoviska a názory odpovědnost.“*

VK nad rámec povinných aktivit realizuje další komunikační aktivity dle svého uvážení. O významných aktivitách vždy v dostatečném předstihu informuje emailem KÚ NPO, který zajistí zveřejnění informace o jejich konání/ realizaci také na zastřešujícím webovém portálu NPO.

EK je doporučeno, aby bylo veřejnosti systematicky vysvětlovány důvody financování z finančních zdrojů EU. Při informování o realizovaném opatření by měli jak VK, tak příjemci popsat řešenou

² viz Příloha č. 1 – Informace k připravované výzvě NPO

oblast, ale měli by i krátce popsat cíle a politiky EU v dané oblasti (případně i vložit odkaz na webové stránky EK).

Koordinační orgán MPO-DU je odpovědný za propagaci a poskytování souhrnných informací o průběhu celkové implementace NPO, včetně hlavních úspěchů při implementaci NPO. Tyto informace jsou určeny zejména pro širokou a odbornou veřejnost. V případě realizace informačních materiálů/ podkladů (např. letáky, informační brožury) bude komunikovat s KÚ dotčených VK. KÚ NPO také poskytuje nezbytnou součinnost EK při provádění komunikační činnosti. MPO-DU zpracovává NKS a také svůj RKP.

Používání log a dalších prvků povinné publicity

Povinnosti příjemců a požadavky na užití loga jsou upravené v Metodickém pokynu pro publicitu a komunikaci pro Národní plán obnovy na období 2021-2016. Platí zásada, že při kombinaci log (např. při vícezdrojovém financování) musí být dodržena jejich shodná velikost.

Synergie s komunikací v oblasti kohezní politiky

V České republice se podpora z fondů EU v pojetí široké veřejnosti často ztotožňuje s podporou poskytovanou z ESI fondů v rámci implementace EU politiky hospodářské a sociální soudržnosti. Podpora poskytovaná z RRF je z tomto ohledu podporou novou. S cílem dosáhnout co největší efektivity při realizaci komunikačních nástrojů je žádoucí využívat již funkční komunikační kanály/ nástroje. Jedná se především o zastřešující webový portál www.dotaceEU.cz, popř. webové stránky vlastníků komponent, kteří současně vykonávají úlohu Řídícího orgánu či zprostředkujícího subjektu. Dotčeným VK je doporučeno, aby informace o podpoře z NPO vhodně přiřídili k těmto poskytovaným informacím s cílem, aby potenciální žadatelé, ale i odborná či široká veřejnost, měli možnost dohledat celé spektrum finanční podpory poskytované z EU.

S ohledem na výše uvedené je možné využívat při vyhodnocování výsledků komunikačních a propagačních opatření NKS také údaje získané MMR-NOK z průzkumů veřejného mínění prováděných v pravidelných intervalech zaměřených na oblast implementace ESI fondů v ČR.

6 ROZPOČET

Pro zajištění informačních a propagačních opatření NKS bude z důvodu absence technické pomoci pro NPO využito finančních prostředků státního rozpočtu, které si pro tento účel VK a MPO-DU

narozpočtují do svých kapitol. VK a MPO-DU také mohou pro tento účel využívat další externí zdroje (např. finanční prostředky EU programu „Nástroje pro technickou podporu“ (Technical Support Instrument; dále jen „TSI“), a to v návaznosti na vyhlašované výzvy (zpravidla 2x ročně), popř. rozpočet EU.

7 ROČNÍ KOMUNIKAČNÍ PLÁN (RKP)

Metodický pokyn pro publicitu a komunikaci pro Národní plán obnovy na období 2021-2026 ukládá VK i MPO-DU **povinnost předkládání RKP**, které nastíní rozvržení komunikačních aktivit na následující rok dle aktuální situace.

RKP bude obsahovat:

- Shrnutí komunikace pro daný rok, tzv. manažerské shrnutí
- Komunikační témata a cíle
- Soulad s NKS
- Indikativní harmonogram
- Popis komunikačních aktivit/nástrojů
- Vymezení cílových skupin
- Indikativní rozpočet
- Vykazování plnění výstupů a výsledků v rozsahu dle kapitoly 8 NKS

Komunikační aktivity budou v RKP zpracovány do tabulky s informacemi v členění: termín plnění, aktivita, komunikační nástroj, stručný popis aktivity, cílová skupina, plánované náklady, zdroj financování.

RKP VK a MPO-DU bude po uplynutí sledovaného období vyhodnocován dotčeným KÚ/ KÚ NPO ve formě Informace o plnění RKP. Informace o plnění RKP bude zpracována ve formě tabulky³ s informacemi k realizovaným aktivitám/nástrojům v členění: termín realizace, komunikační nástroj, název a popis aktivity/nástroje, cílová skupina, rozpočet včetně zdroje financování, a dále souhrnné informace k výstupu a výsledku v oblasti komunikace za daný rok (počet nástrojů, materiálů, účastníků apod.) v členění dle kapitoly 8 NKS. Vyhodnocení za uplynulý kalendářní rok a RKP pro daný kalendářní rok budou MPO-DU vypracovány nejpozději do 31. 1. daného kalendářního roku; VK oba dokumenty zašle emailem KÚ NPO také nejpozději do 31.1. daného kalendářního roku⁴.

³ viz Příloha č.2

⁴ S výjimkou roku 2022, kdy vyhodnocení zpracovávána nebudou, budou RKP zpracovány/ předkládány až poté, co vstoupí Národní komunikační strategie pro Národní plán obnovy na období 2021–2026 v platnost.

8 MONITOROVÁNÍ A HODNOCENÍ

Monitorování a hodnocení zajištění realizace komunikační aktivit a viditelnosti NPO je sledováno prostřednictvím ukazatelů na úrovni **výstupů, výsledků a dopadů** realizovaných opatření informovanosti a publicity. Každý VK/ SI si může dále nadefinovat sadu vlastních interních ukazatelů ke sledování, např. počet návštěv webových stránek programu; tyto interní ukazatele jim mohou sloužit pro lepší plánování a vyhodnocování komunikační aktivit.

Data pro vyhodnocování **výstupů a výsledků** komunikačních a propagačních opatření na cílové skupiny budou sledována prostřednictvím indikátorů v Informacích o plnění RKP. Hlavními indikátory pro vyhodnocování výstupů a výsledků jsou stanoveny:

Název indikátoru	Měrná jednotka
Počet vytvořených komunikačních nástrojů	nástroje
Počet vytvořených informačních materiálů	unikátní materiály
Počet uskutečněných školení, seminářů, workshopů a konferencí	aktivity/účastníci
Nákup materiálu, zboží a služeb potřebných k zajištění implementace programu	Kč

Tabulka 2: Indikátory pro vyhodnocení výstupů a výsledků

Pro zajištění podkladů pro vyhodnocení **dopadů** komunikačních a propagačních opatření na cílové skupiny zajistí MPO-DU sociologické průzkumy mezi jednotlivými cílovými skupinami, zejména pak mezi potenciálními žadateli a příjemci podpory. Průzkumy budou zaměřeny na vyhodnocení úrovně informovanosti, kvality, dostupnosti a objemu poskytovaných informací.

9 ZKRATKY

Zkratky použité v NKS jsou uvedeny v samostatném dokumentu s názvem Seznam zkratk.

10 SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 – Informace o připravované výzvě NPO

Příloha č. 2 – Informace o plnění RKP