

**KOMUNIKAČNÁ STRATÉGIA**  
**Operačného programu Integrovaný regionálny operačný program**  
**2014 - 2020**

**Bratislava, 16. júna 2015**

**Verzia 1.0**

## Obsah

<b>1</b>	<b>Úvod</b>	<b>3</b>
<b>2</b>	<b>Analýza východiskovej situácie</b>	<b>4</b>
2.1	<i>Informovanosť a publicita Operačného programu Regionálny operačný program 2007-2013</i>	4
2.2	<i>Informovanosť a publicita Operačného programu Bratislavský kraj 2007-2013</i>	5
2.3	<i>Analýza slovenského mediálneho trhu</i>	5
2.4	<i>SWOT analýza pre komunikačnú stratégiu IROP</i>	6
<b>3</b>	<b>Ciele</b>	<b>7</b>
3.1	<i>Globálny Cieľ</i>	7
3.2	<i>Špecifické ciele komunikačnej stratégie IROP</i>	7
<b>4</b>	<b>Cieľové skupiny</b>	<b>8</b>
<b>5</b>	<b>Komunikačná stratégia</b>	<b>9</b>
<b>6</b>	<b>Realizácia komunikačnej stratégie</b>	<b>11</b>
<b>7</b>	<b>Realizačný plán</b>	<b>14</b>
7.1	<i>Indikatívny časový harmonogram realizácie plánovaných komunikačných aktivít na roky 2014 - 2020</i>	14
7.2	<i>Celková finančná alokácia na informovanie a publicitu</i>	15
7.3	<i>Ročný komunikačný plán</i>	15
<b>8</b>	<b>Monitorovanie a hodnotenie</b>	<b>16</b>
	<b>V rámci monitorovania a hodnotenia budú jednotlivé kritériá, ktoré sú definované ukazovateľmi, zistené metódami uvedenými v nasledujúcej tabuľke.</b>	<b>16</b>
<b>9</b>	<b>Administratívne zabezpečenie</b>	<b>18</b>
<b>10</b>	<b>Kontaktné osoby</b>	<b>19</b>
<b>11</b>	<b>Použité skratky</b>	<b>19</b>

## Tabuľky

Tabuľka 1:	<i>SWOT analýza pre komunikačnú stratégiu IROP</i>	6
Tabuľka 2:	<i>Komunikácia OP IROP</i>	9
Tabuľka 3:	<i>Zameranie komunikačných aktivít IROP</i>	10
Tabuľka 4:	<i>Prehľad aplikácie komunikačných nástrojov pre cieľové skupiny podľa jednotlivých čiastkových cieľov</i>	12
Tabuľka 5:	<i>Indikatívny časový harmonogram realizácie plánovaných komunikačných aktivít na roky 2014 - 2020</i>	14
Tabuľka 6:	<i>Celková finančná alokácia na informovanie a publicitu IROP v programovom období 2014-2020</i>	15
Tabuľka 7:	<i>Monitorovanie a hodnotenie ukazovateľov IROP</i>	17

# 1 Úvod

Operačný program Integrovaný regionálny operačný program (ďalej tiež „IROP“) predstavuje programový dokument Slovenskej republiky pre čerpanie pomoci z Európskych štrukturálnych a investičných fondov (ďalej tiež „EŠIF“) v oblasti dosiahnutia udržateľného rozvoja SR, ktorý vytvára predpoklady pre rast kvality života na roky 2014 – 2020 (Kohézny fond, Európsky fond regionálneho rozvoja). Komunikácia je nevyhnutnou súčasťou transparentnej implementácie projektov v IROP. V Slovenskej republike je oblasť zverejňovania informácií upravená v zákone NR SR č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov, ktorý upravuje podmienky, postup a rozsah slobodného prístupu k informáciám. Spracovanie komunikačnej stratégie vychádza a je v súlade s Metodickým pokynom CKO č.16 pre informovanie a komunikáciu Európskych štrukturálnych a investičných fondov, vzorovou štruktúrou Komunikačnej stratégie, ktorá tvorí prílohou č. 1 Metodického pokynu CKO a s ustanoveniami Systému riadenia EŠIF v kapitole 5 týkajúcimi sa Komunikačnej stratégie.

Za vypracovanie komunikačnej stratégie IROP zodpovedá Riadiaci orgán (ďalej tiež „RO“) pre IROP, ktorým je Ministerstvo pôdohospodárstva a rozvoja vidieka Slovenskej republiky (ďalej tiež „MPRV SR“), a to v lehote 6 mesiacov od schválenia IROP. Komunikačnú stratégiu schvaľuje Monitorovací výbor IROP (ďalej tiež „MV IROP“).

Komunikačná stratégia bude ďalej priebežne rozpracovávaná v ročných komunikačných plánoch realizácie komunikačných a propagačných aktivít, ktoré budú obsahovať detailné informácie o plánovaných informačných a komunikačných aktivitách, vrátane indikatívnych finančných rozpočtov. Aktivity súvisiace s realizáciou komunikačnej stratégie sú financované z Prioritnej osi 6 – Technická pomoc, špecifický cieľ 6.2: Zabezpečenie publicity, informovania a podpory prijímateľov v procese implementácie.

## 2 Analýza východiskovej situácie

Nastavenie komunikačnej stratégie IROP vychádza zo skúseností, ktoré MPRV SR nadobudlo ako Riadiaci orgán (ďalej tiež „RO“) pre Regionálny operačný program 2007-2013 (ďalej tiež „ROP“) a Operačný program Bratislavský kraj 2007-2013 (ďalej tiež „OPBK“).

**Cieľmi komunikačného plánu pre programové obdobie 2007-2013 boli:**

- informovať o úlohách EÚ, RO a SO/RO, o operačnom programe, jeho postavení a úlohe v rámci NSRR, ako aj o jeho cieľoch;
- zabezpečiť informovanie potenciálnych prijímateľov o stratégii operačného programu, cieľoch, prioritných osiach, opatrenia a o podmienkach oprávnenosti, ktoré majú splniť prijímatelia na to, aby sa kvalifikovali na financovanie aktivít alebo opatrení v rámci operačného programu;
- informovať o možnostiach a výhodách poskytovaných prostredníctvom štrukturálnych fondov v záujme zvyšovania pozitívneho imidžu štrukturálnych fondov a o úlohe, ktorú zohráva EÚ v spolupráci so SR v rámci štrukturálnej pomoci o kontaktoch na národnej, regionálnej alebo miestnej úrovni, ktoré môžu poskytnúť informácie o operačnom programe;
- informovať o možnostiach získania podpory v rámci operačných programov (aktuálne výzvy, často kladené otázky, poradenstvo pri príprave projektov a pod.);
- poskytnúť aktuálne, presné a zrozumiteľné informácie o už realizovaných operáciách, ich dopadoch a o aktuálnom stave implementácie podľa prioritných osí a opatrení a o aktuálnom stave čerpania finančných prostriedkov za operačný program;
- koordinovať všetky informačné aktivity RO a SO/RO;
- zabezpečiť dostupnosť informácií prostredníctvom rôznych komunikačných kanálov rôznym cieľovým skupinám.

### 2.1 Informovanosť a publicita Operačného programu Regionálny operačný program 2007-2013

Komunikačné aktivity pre informovanosť a publicitu OP ROP boli v predchádzajúcom období realizované najmä nasledovnými aktivitami:

- Výročné konferencie Regionálneho operačného programu;
- Mediálne kampane (Imidž, Hodnotenie) formou TV spotov (RTVS, TV Markíza Group, TV Joj Group, TA3, , regionálne TV) a rozhlasových spotov (Funradio, Sro1, Express, Europa2, Jemné melódie);
- Inzerciou jednotlivých výziev v printových médiách;
- Príkladmi dobrej praxe, ktoré boli uverejňované v časopise EUROKOMPAS;
- Prostredníctvom webového portálu [www.ropka.sk](http://www.ropka.sk) boli verejnosti predstavené úspešne zrealizované projekty;
- Potenciálnym žiadateľom boli komunikované všetky potrebné informácie cez webový portál [www.ropka.sk](http://www.ropka.sk) a informačné webové sídlo [inforop@land.gov.sk](mailto:inforop@land.gov.sk);
- Organizovaním odborných seminárov v gescii RO a SO/RO;

- Tvorbou a distribúciou odborných a informačných publikácií.

## 2.2 Informovanosť a publicita Operačného programu Bratislavský kraj 2007-2013

Komunikačné aktivity pre komunikačný plán OPBK boli v predchádzajúcom období realizované najmä nasledovnými aktivitami:

- Výročné konferencie Operačného programu Bratislavský kraj;
- Priamou komunikáciou s cieľovými skupinami pomocou kontaktných centier (hotline, email, osobné konzultácie v informačných a poradenských centrách);
- Prostredníctvom webového portálu [www.opbk.sk](http://www.opbk.sk) boli verejnosti predstavené úspešne zrealizované projekty;
- Cieľovým skupinám boli komunikované všetky potrebné informácie cez webový portál [www.opbk.sk](http://www.opbk.sk) a pomocou e-mailovej schránky [opbk@land.gov.sk](mailto:opbk@land.gov.sk);
- Inzerciou jednotlivých výziev v printových médiách;
- Tvorbou a distribúciou odborných a informačných publikácií;
- Organizovaním odborných seminárov v gescii RO a SO/RO.

## 2.3 Analýza slovenského mediálneho trhu

Použitie a opodstatnenosť jednotlivých komunikačných nástrojov v komunikácii IROP vychádza z analýzy slovenského mediálneho trhu vypracovanej z podnetu Centrálného koordinačného orgánu (ďalej tiež „CKO“). Odporúčania pre komunikáciu operačných programov v novom programovom období možno zhrnúť do nasledujúcich oblastí:

- Potreba zmeny v obsahu a formáte médií. Budú vznikať nové, hlavne internetové projekty, pričom najúspešnejšie projekty budú mať aj printovú verziu. Preto sa bude zvyšovať potreba neustáleho monitorovania obsahu a zamerania printových titulov najmä z hľadiska zmien v socio-demografickej charakteristike ich čitateľov.
- Nutnosť reflektovať zmeny v spôsobe vnímania a prijímania obsahu: rast trendu infografiky (čím viac slov v texte, tým menej ho bežný čitateľ vníma. Pri obrazovom posolstve – fotografia, graf, video je pochopenie posolstva takmer 100%).
- Efektívne komunikačné kampane budú tie, ktoré si zachovajú vysokú mieru obsahovej a grafickej identity a dokážu pôsobiť dlhodobo na cieľové publikum. Kampane s krátkodobým efektom nebudú efektívne vzhľadom na informačnú presýtenosť, apatiu a vysokú mieru rezistencie cieľových skupín.
- Okrem klasických cieľových skupín, segmentácie cieľového publika narastá význam komunit, ktoré sú charakterizované spoločným záujmom, médiami, diskusnou skupinou, životným štýlom, ideológiou, svetonázorom, profesiou.
- Význam PR ako komunikačného nástroja prudko rastie. Všetky formy a prostriedky PR od tlačových správ až po špeciálne eventy a road shows sú dnes veľmi obľúbené a často sú nosným motívom väčšiny úspešných kampaní.

- Najúčinnější forma komunikácie je príbeh a osobný príklad. Vytvára to možnosť pre dlhodobý a dôveryhodný spôsob komunikácie. Takto odovzdané posolstvo vytvára silnú väzbu a má vysokú mieru zapamätateľnosti.
- Autenticita: ďalší atribút, ktorý dodá komunikovanému posolstvu hodnotu. Dnes už cieľové publikum očakáva viac ako dobrý slogan, alebo formálnu dokonalosť. Práve naopak aj mierna nedokonalosť autentického prejavu budí väčšiu dôveru, ako technicky a formálne prepracovaná kampaň.
- Výber prostriedkov, časovanie kampane, akcenty sú rozhodujúcimi faktormi pri úspechu kampane. Pre vytvorenie kvalitného obsahu je kľúčovým emócia a vízia.

## 2.4 SWOT analýza pre komunikačnú stratégiu IROP

Pre vytvorenie kvalitnej komunikačnej stratégie na nové obdobie je podstatné analyzovať atribúty predošlých komunikačných stratégií. V rámci analýzy východiskovej situácie a najlepšej praxe aplikujeme hlavné atribúty publicity a informovanosti ROP a OPBK do SWOT analýzy. Na základe SWOT analýzy sa identifikujú predpokladané silné a slabé stránky, príležitosti a ohrozenia, na základe ktorých budú spracované ďalšie kapitoly tohto dokumentu - komunikačnej stratégie IROP na programové obdobie 2014-2020.

**Tabuľka 1: SWOT analýza pre komunikačnú stratégiu IROP**

Silné stránky	Príležitosti
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Výška prostriedkov vyčlenených na realizáciu Komunikačnej stratégie IROP v programovom období 2014-2020</li> <li>• Jedinečnosť OP IROP - regionálny rozmer</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vytvorenie efektívnej spolupráce medzi RO a SO pri napĺňaní cieľov komunikačnej stratégie IROP</li> <li>• Zvýšenie imidžu MPRV SR ako RO pre IROP</li> <li>• Prehĺbenie dôvery verejnosti v EÚ nástroje financovania v rámci celého územia SR</li> </ul>
Slabé stránky	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nedostatočné administratívne zabezpečenie</li> <li>• Jedinečnosť OP IROP - SO budú vykonávať po prvý krát jednotlivé pridelené kompetencie</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Negatívne skúsenosti žiadateľov v programovom období 2007-2013 – administratívna náročnosť</li> <li>• Komunikačné šumy – organizácia a efektívne vykonávanie OP IROP bude veľmi náročné vzhľadom na veľmi vysoký počet zainteresovaných strán (18x SO)</li> </ul>

## 3 Ciele

### 3.1 Globálny Cieľ

**Globálny cieľ komunikácie IROP:** Prostredníctvom efektívneho využívania komunikačných nástrojov zvýšiť povedomie verejnosti o podpore EÚ pre projekty v oblasti regionálneho rozvoja v SR, a tým prispieť k zlepšeniu kvality života a zabezpečiť udržateľné poskytovanie verejných služieb s dopadom na vyvážený a udržateľný územný rozvoj, hospodársku, územnú a sociálnu súdržnosť regiónov, miest a obcí.

### 3.2 Špecifické ciele komunikačnej stratégie IROP

V rámci špecifického cieľa č. 6.2 má IROP za cieľ zvýšiť mieru informovanosti o možnostiach podpory z IROP a zvýšiť mieru publicity o dosiahnutých výsledkoch podpory z IROP prostredníctvom úspešne zrealizovaných projektov. Účelom opatrení realizovaných v rámci tohto špecifického cieľa je podpora prijímateľov prostredníctvom opatrení na zníženie administratívnej záťaže. Splnenie definovaného cieľa a dosiahnutie požadovaných výsledkov prispeje k efektívnejšiemu čerpaniu alokovaných prostriedkov v rámci IROP.

Ukazovatele špecifického cieľa 6.2 sú zadefinované nasledovne:

- Miera informovanosti o možnostiach podpory z OP;
- Miera úspešne zrealizovaných projektov.

Základným predpokladom na dosiahnutie globálneho a špecifických cieľov komunikácie je jednotný postup a koordinácia všetkých subjektov zapojených do procesu implementácie projektov IROP. Ide teda najmä o koordináciu komunikačných expertov RO pre IROP, SO a prijímateľov pomoci, ale tiež o spoluprácu s CKO, Orgánom auditu, atď.

Ukazovatele v rámci špecifického cieľa č. 6.2 budú dosiahnuté napĺňaním jednotlivých čiastkových cieľov, pričom, pre dosiahnutie špecifického cieľa „Miera informovanosti o možnostiach podpory z OP“ sú to nasledovné čiastkové ciele:

- 1) Maximalizácia kapacity čerpania pomoci EÚ;
- 2) Informovanie potenciálnych žiadateľov o možnosti čerpania EŠIF;
- 3) Informovanie a vzdelávanie žiadateľov o procese predkladania žiadostí o NFP.

Pre dosiahnutie špecifického cieľa „Miera úspešne zrealizovaných projektov“ sú zadefinované nasledovné čiastkové ciele:

- 4) Vzdelávanie a podpora prijímateľov s cieľom úspešnej implementácie projektov;
- 5) Poskytnutie dostatočných a kvalitných informácií o implementácii OP IROP;
- 6) Poskytnutie dostatočných a kvalitných informácií ohľadom prínosu OP IROP;
- 7) Zvýšenie povedomia verejnosti o možnosti čerpania EŠIF a o realizovaných projektoch OP IROP;
- 8) Zvýšenie záujmu verejnosti o regionálny rozvoj;
- 9) Zvýšenie imidžu OP IROP.

## 4 Cieľové skupiny

S ohľadom na naplnenie cieľov komunikácie IROP budú predmetné aktivity zamerané na nasledujúce cieľové skupiny:

- Potenciálni žiadatelia o NFP;
- Žiadatelia o NFP;
- Prijímatelia NFP;
- Verejnosť:
  - a) Široká verejnosť (obyvatelia Slovenskej republiky);
  - b) Odborná verejnosť a masmédiá.
- Subjekty zapojené do implementácie EŠIF:
  - a) Ekonomickí a sociálni partneri;
  - b) Regionálne a miestne samosprávy;
  - c) Orgány štátnej správy;
  - d) Podnikateľská sféra;
  - e) Európska komisia;
  - f) CKO;
  - g) Monitorovací výbor;

Podstatou komunikácie je poskytnúť relevantné informácie cieľovým skupinám prostredníctvom informačných a komunikačných opatrení. Pre uskutočnenie úspešného procesu komunikácie je nutné, aby jednotlivým cieľovým skupinám boli poskytnuté:

- adekvátne informácie (rozsah, obsah, aktuálnosť a pod.);
- adekvátnym spôsobom (forma informácie, zvolený komunikačný nástroj, časovanie, predpokladaná životnosť informácií, a pod.);
- efektívnym spôsobom (so zachovaním účelności a hospodárnosti použitia finančných prostriedkov);
- transparentným spôsobom (v správny čas a na správnom a všeobecne dostupnom mieste).



## 5 Komunikačná stratégia

Komunikácia je neoddeliteľnou súčasťou kohéznej politiky Európskej únie. Informovanie o pomoci z EŠIF podporuje zvyšovanie povedomia o realizovaných aktivitách a vytvára predpoklady pre transparentnú implementáciu jednotlivých projektov. Správne ciele a efektívna komunikácia pomáha šíriť znalosť obyvateľov členských štátov EÚ o opatreniach, ktoré prispievajú k rozvoju ekonomiky, odstraňovaniu regionálnych disparít, znižovaniu nezamestnanosti a naplňaniu stratégie pre rast.

**Základom stratégie** komunikácie IROP je dôraz na **prezentáciu pozitívnych prínosov**, ktoré sú dosahované realizáciou projektov v oblasti regionálneho rozvoja na území SR spolufinancovaného z EŠIF v rámci IROP. Komunikačná stratégia reflektuje a prispieva k naplneniu globálneho cieľa IROP, ktorým je prispieť k zlepšeniu kvality života a zabezpečiť udržateľné poskytovanie verejných služieb s dopadom na vyvážený a udržateľný územný rozvoj, hospodársku, územnú a sociálnu súdržnosť regiónov, miest a obcí.

**Tabuľka 2: Komunikácia OP IROP**

AKÁ BUDE KOMUNIKÁCIA OP IROP
✓ Otvorená
✓ Proaktívna
✓ Kontinuálna
✓ Vedená na národnej aj regionálnej úrovni
✓ Informačne bohatá
✓ Apolitická

Komunikačná stratégia IROP pri rešpektovaní všetkých legislatívnych požiadaviek vychádza zo všeobecných princípov komunikácie, nadväzuje na informovanosť a publicitu OP ROP a OPBK, a bude sa opierať o aplikáciu príkladov dobrej praxe z predchádzajúceho programového obdobia 2007-2013 spolu s využitím súčasných a trendových komunikačných nástrojov.

**Tabuľka 3: Zameranie komunikačných aktivít IROP**

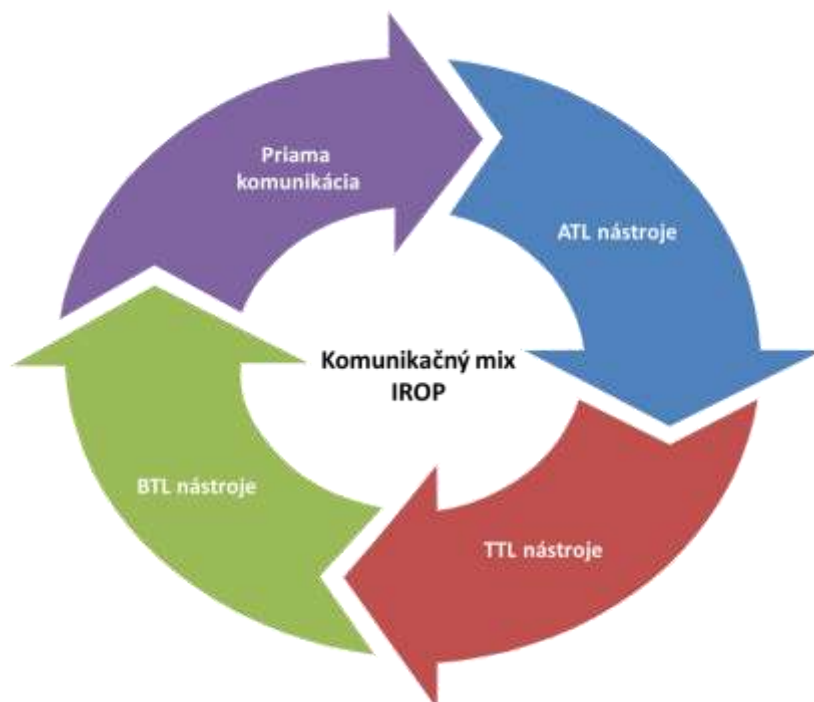
<b>ZAMERANIE KOMUNIKAČNÝCH AKTIVÍT IROP</b>
<p>1. <u>Implementácia konkrétnych projektov rámci jednotlivých prioritných osí IROP:</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Bezpečná a ekologická doprava v regiónoch;</li><li>• Ľahší prístup k efektívnym a kvalitnejším verejným službám;</li><li>• Mobilizácia kreatívneho potenciálu v regiónoch;</li><li>• Zlepšenie kvality života v regiónoch s dôrazom na životné prostredie;</li><li>• Miestny rozvoj vedený komunitou;</li></ul> <p>2. <u>Celý operačný program a aktivity RO a SO</u></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Pokrok v zazmluvnení, čerpaní, výsledky auditov, monitorovacie výbory;</li><li>• Úspešne zrealizované projekty;</li><li>• Dôležité míľniky vo vzťahu k Európskej komisii;</li><li>• Komunikácia prínosov IROP vo vzťahu k verejnosti;</li><li>• Komunikácia prínosov IROP v kontexte podpory rastu kvality života na SR.</li></ul> <p><b>Každou komunikačnou aktivitou bude zdôrazňovaná podpora projektov IROP Európskou úniou prostredníctvom spolufinancovania z Európskeho fondu regionálneho rozvoja.</b></p>

## 6 Realizácia komunikačnej stratégie

Za realizáciu komunikačnej stratégie IROP je zodpovedný RO pre IROP v spolupráci s jednotlivými SO. Detailný postup realizácie a implementácie komunikačnej stratégie bude upravený v ročných komunikačných plánoch. RO pre IROP je zodpovedný za koordináciu informačných a komunikačných aktivít s jednotlivými SO.

IROP ma najväčšiu regionálnu prepojenosť z pomedzi všetkých ostatných operačných programov na Slovensku v programovom období 2014-2020. Aj práve preto musí komunikačná stratégia IROP upriamiť pozornosť verejnosti na možnosti, ktoré so sebou prináša účelné vynakladanie fondov EÚ a to pomocou jednoznačného komunikačného mixu IROP.

**Obrázok 1: Komunikačný mix komunikačnej stratégie IROP**



Komunikačný nástroj je základný typ komunikačnej aktivity, ktorou sa vykonáva implementácia komunikačnej stratégie. Medzi komunikačné nástroje, ktoré budú používané na realizáciu komunikačnej stratégie IROP patria:

- **Priama komunikácia** – predstavuje priamy kontakt a komunikáciu s potenciálnymi žiadateľmi, žiadateľmi a prijímateľmi za využitia spätnej väzby
- **Nadlinkové nástroje** (tzv. ATL – „Above The Line“) – predstavujú predovšetkým veľké mediálne kampane, ktoré sa používajú prevažne prostredníctvom médií a slúžia primárne k budovaniu popularity a imidžu.
  - TV – reklama;
  - Rádio – reklama;
  - Internet - webový portál IROP;
  - Reklamné panely – billboardy, citylighty a pod.;

- Tlač – inzercia v tlačенých médiách;
- PR kampaň - PR články v tlačенých aj online médiách, rozhlasové a TV diskusie.
- **Cezlinkové nástroje** (tzv. TTL – „Through The Line“) – využívajú moderný prístup k osloveniu želaných cieľových skupín (nové technológie).
  - Sociálne média – facebook, twitter;
  - Web marketing.
- **Podlinkové nástroje** (tzv. BTL – „Below The Line“) – predstavujú sprievodné komunikačné aktivity zamerané na komunikáciu s cieľovou skupinou.
  - Event marketing – konferencie, workshopy, semináre a pod.;
  - PR komunikácia - tlačové konferencie, tlačové správy.;
  - Direct marketing – manuály, letáky, plagáty, brožúry, propagačné predmety a pod.

Zámerom efektívneho naplňania komunikačnej stratégie IROP je integrovaný prístup, t.j. používanie všetkých komunikačných nástrojov tak, aby vznikol ich správny komunikačný mix.

Osobitnou skupinou sú komunikačné aktivity realizované prijímateľmi. Prijímatelia pomoci sú povinní dodržiavať pravidlá publicity projektov spolufinancovaných z IROP týkajúce sa formy, vzhľadu, veľkosti a umiestnenia (aktivity týkajúce sa minimálnych opatrení v oblasti informovania sú súčasťou Metodického pokynu CKO – Manuál pre informovanie a komunikáciu).

Účinnosť komunikačných aktivít bude vyhodnocovaná prostredníctvom marketingových prieskumov a prieskumov verejnej mienky, ktoré sa budú realizovať každé dva roky. Výsledky prieskumov poskytnú východiská pre potenciálnu úpravu zamerania a charakteru komunikačných aktivít, ako aj využívaných komunikačných nástrojov.

**Tabuľka 4: Prehľad aplikácie komunikačných nástrojov pre cieľové skupiny podľa jednotlivých čiastkových cieľov**

P.č.	Čiastkový cieľ	Zvolené komunikačné nástroje	Obsah poskytovaných informácií (príklady)	Cieľová skupina
1)	Maximalizácia kapacity čerpania pomoci EÚ	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Priama komunikácia</li> <li>● ATL nástroje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Oznámenie o vyhlásení výzvy</li> <li>● Poradenstvo k výzvam</li> <li>● Poradenstvo pri implementácií projektov</li> </ul>	Potenciálni žiadatelia o NFP, žiadatelia o NFP a prijímatelia
2)	Informovanie potenciálnych žiadateľov o možnosti čerpania EŠIF	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Priama komunikácia</li> <li>● ATL nástroje</li> <li>● BTL nástroje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Oznámenie o vyhlásení výzvy</li> <li>● Poradenstvo k výzvam</li> <li>● Poradenstvo k žiadosti o NFP</li> </ul>	Potenciálni žiadatelia o NFP
3)	Informovanie a vzdelávanie žiadateľov o procese predkladania Žiadostí o NFP	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Priama komunikácia</li> <li>● ATL nástroje</li> <li>● BTL nástroje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Poradenstvo k Žiadosti o NFP</li> </ul>	Žiadatelia o NFP
4)	Vzdelávanie a podpora prijímateľov s cieľom úspešnej implementácie projektov	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Priama komunikácia</li> <li>● ATL nástroje</li> <li>● BTL nástroje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Poradenstvo pri implementácií projektov</li> <li>● Informácie v oblasti VO, práva a pod.</li> </ul>	Prijímatelia NFP

5)	Poskytnutie dostatočných a kvalitných informácií o implementácii OP IROP	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Priama komunikácia</li> <li>• ATL nástroje</li> <li>• TTL nástroje</li> <li>• BTL nástroje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informácie o stave implementácie OP</li> <li>• Informácie o podporených projektoch</li> <li>• Informácie o dosiahnutých výsledkoch</li> </ul>	Subjekty zapojené do procesu implementácie EŠIF
6)	Poskytnutie dostatočných a kvalitných informácií ohľadom prínosu OP IROP	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Priama komunikácia</li> <li>• ATL nástroje</li> <li>• TTL nástroje</li> <li>• BTL nástroje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informácie o prínose realizovaných projektov</li> <li>• Dosahovanie merateľných ukazovateľov</li> <li>• Príklady dobrej praxe</li> </ul>	Verejnosť
7)	Zvýšenie povedomia verejnosti o možnosti čerpania EŠIF a o realizovaných projektoch OP IROP	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Priama komunikácia</li> <li>• ATL nástroje</li> <li>• TTL nástroje</li> <li>• BTL nástroje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informácie o existencii IROP</li> <li>• Informácie o zverejnení výzvy</li> </ul>	Verejnosť
8)	Zvýšenie záujmu verejnosti o regionálny rozvoj	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Priama komunikácia</li> <li>• ATL nástroje</li> <li>• TTL nástroje</li> <li>• BTL nástroje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informácie o príspevku OP IROP</li> </ul>	Verejnosť
9)	Zvýšenie imidžu OP IROP	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Priama komunikácia</li> <li>• ATL nástroje</li> <li>• TTL nástroje</li> <li>• BTL nástroje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Príklady dobrej praxe</li> </ul>	Verejnosť

## 7 Realizačný plán

### 7.1 Indikatívny časový harmonogram realizácie plánovaných komunikačných aktivít na roky 2014 - 2020

Komunikačná stratégia predstavuje rámcový dokument sumarizujúci ciele, skupiny, rozpočet a sadu aktivít a komunikačných nástrojov využívaných v priebehu implementácie IROP. Nasledujúca tabuľka sumarizuje komunikačné nástroje, ktoré plánuje RO pre IROP využívať v členení na jednotlivé roky implementácie.

**Tabuľka 5: Indikatívny časový harmonogram realizácie plánovaných komunikačných aktivít na roky 2014 - 2020**

Komunikačné aktivity	Rok implementácie IROP									
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Web IROP		x	x	x	x	x	x	x	x	x
Jednotná vizuálna identita		x	x	x	x	x	x	x	x	x
Nadlinková komunikácia		x	x	x	x	x	x	x	x	x
Cezlinková komunikácia			x	x	x	x	x	x	x	x
Podlinková komunikácia			x	x	x	x	x	x	x	x
Zaobstaranie mobilných reklamných panelov IROP a EÚ			x	x	x	x	x	x	x	x
Tlačové konferencie, tlačové správy		x	x	x	x	x	x	x	x	x
Konferencie, semináre, výstavy a eventy			x	x	x	x	x	x	x	x
Informačné tabule na projektoch IROP			x	x	x	x	x	x	x	x
Vyvesenie vlajky EÚ	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Školenia pre žiadateľov prijímateľov, odborné semináre		x	x	x	x	x	x	x	x	x

Konkrétne využitie základných komunikačných nástrojov bude závisieť od napĺňania indikovaných ukazovateľov počas celého programového obdobia a bude adaptabilné jeho vývoju a potrebám. Komunikačné aktivity v roku 2015 budú zamerané najmä na informovanie o ponuke nového operačného programu IROP ako „pokračovateľa ROP a OPBK“ s využitím a odkazom na dosiahnuté výsledky týchto operačných programov, vytvorenie loga a webovej stránky IROP. Kontinuálne počnúc rokom 2016 budú komunikačné nástroje zamerané najmä na informovanie o možnostiach podpory z IROP (výzvy) a výsledkoch a prínosoch konkrétnych projektov realizovaných z IROP.

## 7.2 Celková finančná alokácia na informovanie a publicitu

Opatrenia súvisiace s komunikáciou IROP sú financované z rozpočtu prioritnej osi č. 6 (Technická pomoc). Na zabezpečenie cieľov realizácie komunikačnej stratégie je v rámci IROP vyčlenená čiastka 11 205 405 EUR.

**Tabuľka 6: Celková finančná alokácia na informovanie a publicitu IROP v programovom období 2014-2020**

Celková finančná alokácia (v EUR)									
Zdroje (ERDF)		Verejné zdroje			Súkromné zdroje			Spolu	
9 300 000,00		1 905 405,88			n/a			11 205 405,88	
Priemerná finančná alokácia na jednotlivé roky (EUR)									
2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
0	900 000	2 455 000	5 600 000				2 250 000		

## 7.3 Ročný komunikačný plán

Implementácia komunikačnej stratégie IROP bude prebiehať prostredníctvom každoročne pripravovaných ročných komunikačných plánov, ktoré predstavujú jeho realizačný rámec. Tieto budú slúžiť na detailné stanovenie mixu komunikačných nástrojov a ich zameranie na cieľové skupiny tak, aby boli približne napĺňané stanovené ciele tejto stratégie.

Ročné komunikačné plány obsahujú najmä analýzu východiskovej situácie v oblasti informovania a komunikácie, konkrétne informácie o plánovaných informačných a propagačných aktivitách, harmonogram ich realizácie v mesačnom alebo štvrtročnom členení, finančné krytie, ako aj stanovenie relevantných monitorovacích ukazovateľov v danom roku.

RO v spolupráci s SO vypracováva ročný komunikačný plán na príslušný kalendárny rok najneskôr do 31. marca daného roka, ktorý je následne predkladaný na vedomie CKO do 7 pracovných dní od jeho schválenia zo strany RO.

## 8 Monitorovanie a hodnotenie

Základom pre úspešnú realizáciu komunikačnej stratégie je priebežné monitorovanie a hodnotenie realizovaných komunikačných aktivít. Aktivity monitoringu a hodnotenia komunikačnej stratégie sú realizované v gescii RO pre IROP v interakcii s SO.

Monitorovanie komunikačných aktivít predstavuje pravidelnú činnosť, ktorá sa zaoberá systematickým zberom, triedením, agregovaním a ukladaním relevantných informácií o sledovaných projektoch a prezentáciou výsledkov ich monitorovania pre potreby vykonávania hodnotenia riadených procesov na projektovej a programovej úrovni. Na úrovni projektu je hlavným cieľom monitorovania preverovanie súladu implementácie projektu s uzatvorenou zmluvou o poskytnutí NFP. Na úrovni programu sa monitoruje pokrok v realizácii priorít a cieľov stanovených v OP, čo zabezpečuje RO pre IROP a monitorovací výbor OP.

Hodnotenie komunikačných aktivít je kvalitatívnym nástrojom riadenia a prostriedkom prispievajúcim k zvýšeniu kvality, efektívnosti a účinnosti implementácie EŠIF. Hodnotenie komunikačnej stratégie vykonáva RO pre IROP v spolupráci s SO na úrovni ročných komunikačných plánov, výročnej a záverečnej správy o vykonávaní OP IROP, alebo v rámci samostatných ad hoc hodnotení zameraných na túto oblasť. Predmetom hodnotenia musia byť vždy minimálne ciele v rámci špecifického cieľa č. 6.2 IROP.

Východisková hodnota ukazovateľa „Miera informovanosti o možnostiach podpory z OP“ bude stanovená CKO v rámci realizácie Hodnotenia, informovanosti a publicity v programovom období 2007-2013. Nakoľko IROP je nasledovníkom dvoch operačných programov (ROP, OPBK), východiskové hodnoty budú zložené z výsledných hodnôt miery informovanosti podľa pomeru alokácií OP medzi príslušnými OP.

V rámci monitorovania a hodnotenia budú jednotlivé kritériá, ktoré sú definované ukazovateľmi, zistené metódami uvedenými v nasledujúcej tabuľke.



**Tabuľka 7: Monitorovanie a hodnotenie ukazovateľov IROP**

Ukazovateľ	Hodnotiace kritérium	Východiskový rok	Východisková hodnota	Cieľová hodnota (2023)	Zdroj údajov	Frekvencia vykazovania
<b>I. Úroveň programu a opatrení (ukazovatele výsledku)</b>						
Miera informovanosti o možnostiach podpory z OP	%	2015	N/A	N/A	Prieskum verejnej mienky	k 31.12.2018 a k 31.12.2023
Miera úspešne zrealizovaných projektov	%	2013	90	95	ITMS	ročne
<b>II. Úroveň aktivít Komunikačných plánov (ukazovatele výstupu)</b>						
Počet zrealizovaných vzdelávacích aktivít	počet	N/A	N/A	160	RO, SO	ročne
Počet zrealizovaných informačných aktivít o IROP	počet	N/A	N/A	800	Výročná správa	ročne
Návštevnosť webového sídla IROP	počet	N/A	N/A	N/A	RO	ročne
Počet uskutočnených seminárov, konferencií a iných podujatí	počet	N/A	N/A	N/A	RO, SO	ročne
Počet vydaných odborných a informačných publikácií	počet	N/A	N/A	N/A	RO, SO	ročne
Počet zverejnených správ, rozhovorov, príspevkov, inzerátov vo všetkých druhoch médií	počet	N/A	N/A	N/A	RO, SO	ročne

## 9 Administratívne zabezpečenie

Za prípravu a realizáciu komunikačnej stratégie je zodpovedný RO pre IROP. V rámci realizácie komunikačnej stratégie je potrebné zdefinovať ľudské zdroje na úrovni RO pre IROP a SO. Oblasť informovania a komunikácie je zastrešovaná zodpovednými osobami za informovanie a komunikáciu. V prípade potreby navýšenia administratívnych kapacít, RO pre IROP a SO prijme nevyhnutné opatrenia, aby došlo k efektívnemu napĺňaniu cieľov komunikačnej stratégie. RO pre IROP v zmysle všeobecného nariadenia, článku 117, ods. 3 určí jednu osobu, ktorá bude zodpovedať za informovanie a komunikáciu na úrovni operačného programu, a ktorú oznámi EK.

Medzi základné úlohy zodpovednej osoby pre informovanosť a komunikáciu na úrovni RO pre IROP patrí:

- Vypracovanie komunikačnej stratégie OP IROP a jej implementácia;
- Vypracovanie rozpočtu a výdavkov na informovanie a komunikáciu OP IROP;
- Zabezpečenie konzultácií s EK a jej informovanie o prijatých iniciatívach vo vzťahu k opatreniam informovanosti a komunikácie OP IROP;
- Zvyšovanie povedomia a prehľadu o aktivitách OP IROP;
- Zabezpečenie a kontrolu web stránky [www.irop.sk](http://www.irop.sk) a jej aktualizácie;
- Spolupráca a koordinácia implementácie komunikačnej stratégie OP IROP so SO;
- Vypracovanie návrhov a realizáciu informačnej a publikačnej činnosti komunikačnej stratégie OP IROP;
- Spolupráca pri informačnej činnosti s CKO na úrovni Partnerskej dohody;
- Vypracovanie výročných správ o informovanosti a komunikácii, ktoré budú uvedené ako časti výročných správ a záverečnej správy o realizácii pomoci EŠIF v rámci OP IROP a PD;
- Zapracovanie odporúčaní EK a Monitorovacieho výboru do komunikačnej stratégie OP IROP.

Medzi základné úlohy zodpovednej osoby pre informovanosť a komunikáciu na úrovni SO patrí:

- Zabezpečenie prezentácie, publicity a informovanosti k OP IROP;
- Zabezpečenie vypracovania podkladov do výročných správ o implementácii OP IROP;
- Vykonávanie monitorovania na úrovni OP IROP;
- Predkladanie materiálov o výsledkoch následných finančných kontrol sprostredkovateľského orgánu týkajúcich sa informovania a komunikácie;
- Predkladanie správ o výsledku vnútorného auditu SO a správ o výsledku externého auditu SO certifikačnému orgánu týkajúce sa informovania a komunikácie.

## 10 Kontaktné osoby

Kontaktnými osobami zodpovednými za informovanie a komunikáciu IROP sú:

1. Meno: Mg. Zuzana Lukáčová  
Tel.: 02 – 58317 152  
E-mail: zuzana.lukacova@land.gov.sk
2. Meno: Mgr. Stanislav Háber  
Tel.: 02 – 58317 437  
E-mail: stanislav.haber@land.gov.sk

## 11 Použité skratky

CKO	Centrálny koordinačný orgán
EK	Európska komisia
EŠIF	Európske štrukturálne a investičné fondy
EÚ	Európska únia
IROP	Integrovaný regionálny operačný program
ITMS 2014+	IT monitorovací systém pre programové obdobie 2014 -2020
MV	Monitorovací výbor
NFP	Nenávratný finančný príspevok
OP	Operačný program
OPBK	Operačný program Bratislavský kraj
OP IROP	Operačný program Integrovaný regionálny operačný program
PR	Public relations
RO	Riadiaci orgán
RO pre IROP	Riadiaci orgán pre Integrovaný regionálny operačný program
SO	Sprostredkovateľský orgán
SR	Slovenská republika