

Roční komunikační plán

Operačního programu Doprava 2014-2020

na rok 2017

Praha – listopad 2017

Ministerstvo dopravy
www.opd.cz



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
Operační program Doprava

OBSAH

1.	Úvod.....	3
2.	Manažerské shrnutí.....	4
3.	Návaznost na společnou komunikační strategii.....	6
4.	Komunikační cíle.....	7
5.	Cílové skupiny.....	8
6.	Komunikační aktivity.....	11
7.	Indikátory a evaluace.....	16

1. ÚVOD

Roční komunikační plán pro Operační program Doprava 2014-2020 (dále jen „RkoP OPD“) je zpracováván v souladu se Společnou komunikační strategií ESI fondů v ČR v programovém období 2014-2020 (dále také „SKS“). SKS představuje pouze rámcovou komunikační strategii programu a obsahuje pouze obecné vymezení komunikačních nástrojů využitelných pro realizaci informačních a propagačních opatření. RkoP OPD oproti tomu již obsahuje konkretizaci plánovaných informačních a propagačních opatření v rámci Řídicího orgánu Operačního programu Doprava (dále jen „ŘO OPD“), u nichž se předpokládá, že budou v daném roce realizovány. RkoP OPD dále uvádí zejména předpokládaný rozpočet a harmonogram realizace jednotlivých informačních a propagačních opatření včetně vyčíslení příslušných monitorovacích ukazatelů. Tvorba RkoP OPD a provádění informačních a propagačních opatření spadá do zodpovědnosti ŘO OPD, konkrétně do gesce Komunikačního úředníka Odboru fondů EU Ministerstva dopravy České republiky.

2. MANAŽERSKÉ SHRNUTÍ

Aktivita	Komunikační nástroj	Cílová skupina	Stručný popis aktivity	Plánovaný termín realizace	Plánované náklady na aktivitu
Mediální komunikace					
Mediální kampaň OPD ve vybraných regionech	inzerce v periodických a na webu, outdoor reklama	koneční příjemci pomoci, široká veřejnost	kampaň bude zaměřena regionálně dle zvoleného komunikovaného projektu	3Q 2017	2 000 000 Kč
Shrnutí aktuálního stavu OPD/základní a průběžné informace o OPD	inzerce v celostátním deníku	cílové skupiny OP, široká veřejnost	shrnutí zajímavých milníků ve vývoji OPD v průběhu roku 2017	prosinec 2017	200 000 Kč
Případné zajištění uveřejnění vybraných výzev pro předkládání projektů v rámci OPD	inzerce ve vybraných odborných periodických	cílové skupiny OP	výběr uveřejněných výzev, které jsou určeny širší základně potenciálních žadatelů	průběžně po celý rok 2017	150 000 Kč
Zajištění odpovídající propagace OPD v prostředí internet	webové bannery	všechny CS	vytvoření bannerů a jejich umístění na tematicky spřízněné webové aplikace	průběžně	380 000 Kč
PR					
Tiskové zprávy	TZ	všechny CS	TZ o dosažených milnících v rámci realizace OPD	průběžně	0
Přímá komunikace					
semináře, školení		cílové skupiny OP	Konzultace, školení a semináře pro úspěšnou realizaci projektů	průběžně	250 000 Kč
návštěvy projektů, kulaté stoly		cílové skupiny OP, odborná veřejnost, média	akce určené zejména k prezentaci zvolených projektů a k neformálnímu setkání zvolených cílových skupin	průběžně	200 000 Kč
Průběžná individuální přímá komunikace		cílové skupiny OP, široká veřejnost	zodpovídání obecných i specifických dotazů	průběžně	0
workshop		odborná veřejnost	dvoudenní výjezdní setkání	říjen 2017	250 000 Kč
výroční setkání		cílové skupiny OP, odborná veřejnost		prosinec 2017	250 000 Kč
informační akce		cílové skupiny OP, široká veřejnost	účast zástupců ŘO OPD na vybraných informačních akcích ve spolupráci s vybranými subjekty	průběžně po celý rok 2017	300 000 Kč

akce na ZŠ		široká veřejnost	program pro žáky a studenty	průběžně po celý rok 2017	100 000 Kč
Webové stránky					
Internetové stránky www.OPD.cz		všechny CS	správa a další rozvoj webu, optimalizace obsahu	průběžně	43 270 Kč
Uveřejnění výzev pro předkládání projektů v rámci OPD		cílové skupiny OP	uveřejňování výzev ve webovém prostředí OPD.cz	průběžně	0
Vizuální zpracování designu OPD 2014-2020					
Návrh vizuálního designu		všechny CS	veřejná zakázka na vytvoření jednotné vizuální identity, která bude využívána celé programové období	2-3Q 2017	1 000 000 Kč
Propagační předměty a tištěné materiály					
Propagační předměty OPD		všechny CS	doplňková aktivita při všech realizovaných informačních a propagačních aktivitách týkajících se OPD	3Q 2017	800 000 Kč
Informační materiály OPD		všechny CS	doplňková aktivita při všech realizovaných informačních a propagačních aktivitách týkajících se OPD	průběžně	800 000 Kč
Monitorovací výbor OPD					
Strategický realizační plán, Výroční zpráva		odborná veřejnost	Informování o realizaci RKoP	dle termínů konání MV - 2x ročně	0
Dotazníkové šetření					
Dotazníkové šetření OPD		široká veřejnost	dotazníky se specifickými otázkami ohledně OPD včetně obecných otázek, distribuovány na veřejných akcích	průběžně	0
Celkem					6 723 270 Kč

3. NÁVAZNOST NA SPOLEČNOU KOMUNIKAČNÍ STRATEGII

Dle Společné komunikační strategie má ŘO OPD povinnost informovat o možnostech financování v rámci OPD i o výsledcích OPD. Hlavními cílovými skupinami externí komunikace jsou zejména cílová skupina OPD (žadatelé, příjemci, potenciální žadatelé a potenciální a koneční uživatelé pomoci) a rovněž odborná veřejnost. Aktivity zaměřené na širokou veřejnost a média bude zajišťovat primárně Národní orgán pro koordinaci, Ministerstvo pro místní rozvoj (dále jen „NOK MMR“), pro ŘO OPD je tato cílová skupina sekundární.

Hlavní důraz externích komunikačních aktivit ŘO OPD bude kladen na využití efektivnějších nástrojů komunikace – jde především o zajištění odpovídající propagace OPD v internetovém prostředí skrze umístění bannerů na stránky s dopravní tematikou a využití celostátních deníků pro uveřejnění informací o aktuálním stavu OPD (základní a průběžné informace o OPD) či uveřejnění výzev pro předkládání projektů v rámci OPD. Dále se bude jednat o informační kampaň v rámci vhodně zvolených regionů. Nemalou roli rovněž sehráje přímá komunikace prostřednictvím seminářů, školení či workshopů pro potenciální žadatele, žadatele a příjemce. Jedním z hlavních komunikačních nástrojů pak zůstávají, stejně jako v roce 2016, webové stránky OPD.cz.

Interní komunikace ŘO OPD v rámci vlastní struktury a mezi partnery zapojenými do implementace evropských prostředků pak bude zajištěna především metodickou a informační činností napříč ŘO. Do této oblasti bude spadat zejména komunikace vůči subjektům implementační struktury ESI fondů, NOK MMR, Monitorovacímu výboru OPD (MV OPD) a Evropské komisi (EK).

Komunikační aktivity ŘO OPD budou sledovat společné komunikační cíle ESI fondů a naplňovat na ně navázané indikátory, které rovněž stanovuje SKS. Komunikace ŘO OPD se rovněž s ohledem na společné komunikační cíle bude řídit základními principy komunikace SKS, kterými jsou transparentnost a otevřenost, srozumitelnost a jasné a jednoduché postupy, 3E tedy účelnost, účinnost a úspornost, neutralita a omezování politických vlivů, vzájemná spolupráce a respekt a odpovědnost a poctivost.

4. KOMUNIKAČNÍ CÍLE

V rámci návaznosti komunikačních aktivit by mělo dojít ke kontinuálnímu navázání na aktivity z předchozích let 2015 a 2016, které si kladly za cíl informovat cílové skupiny o novém programovém období a o jeho novinkách v jeho fungování. Komunikace bude následně zaměřená na prezentaci schválených projektů, případně o předávání informací o úspěšné implementaci OPD.

1. Rovina projektová

Komunikační cíle roku 2017 budou navázány na faktické započetí realizace projektů OPD a na jejich dokončený schvalovací proces (který se v roce 2016 teprve rozbíhal a tudíž nebyla možná naplno využít potenciál jednotlivých schválených a zároveň realizovaných projektů a dostatečně komunikovat jejich pozitivní dopady jak bylo předpokládáno v RKoP 2016). V roce 2017 tedy bude možné již využít informací spojených s přínosy OPD a na pozitivní dopady těchto realizovaných projektů na cílové skupiny.

V souladu s cílem III. SKS „Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku EU – rovina projektová“ budou využita následující komunikační témata:

- zlepšení dopravní dostupnosti v regionech, kde byla vybudována nová dopravní infrastruktura nebo byla zkvalitněna stávající infrastruktura (časové úspory, úspory v nákladech za dopravu atp.);
- zvýšení bezpečnosti dopravy v důsledku zkvalitnění stávající infrastruktury či odvedení dopravy z měst a obcí vybudováním nové infrastruktury (např. snížení nehodovosti);
- snížení negativních dopadů dopravy na životní prostředí v důsledku vybudování nové kvalitnější infrastruktury (např. snížení emisí) nebo v důsledku zvýšeného využívání environmentálně šetrnějších způsobů dopravy (železnice, železniční vlečky apod.).

2. Rovina programová

Dalším cílem je motivovat a aktivizovat potenciální žadatele v rámci OPD prostřednictvím včasné, strukturované a dostatečně kvalitní komunikace týkající se informování o možnostech čerpání evropských prostředků, potažmo přímo o jednotlivých výzvách k předložení projektových žádostí. Tento cíl zahrnuje především kontakt s potenciálními žadateli prostřednictvím osobní, e-mailové či telefonické komunikace, prostřednictvím odborných seminářů a v neposlední řadě se tento závazek týká i kvalitně zpracovaných informací, které jsou publikovány na webu OPD.cz, sekundárně v celostátních denících s cílem zaměřit na širší oblast potenciálních žadatelů – např. firmy či města.

Dle cíle II. SKS „Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku EU – rovina programová“ půjde o následující komunikační témata:

- informace týkající se OPD - podmínky čerpání dotací a realizace projektů, tzn. strukturovaně a přehledně zpracovaná relevantní témata především na webu OPD.cz s možností využití provázanosti textů hypertextovými odkazy tak, aby mohl potenciální žadatel využít široké spektrum přehledně strukturovaných informací umístěných na výše uvedeném webovém portálu;

- připravované vyhlášené výzvy pro předkládání projektů ke spolufinancování z OPD (uveřejňované ať už na webovém portále nebo v celostátních denících), využití možnosti rozesílky novinek OPD.cz;
- semináře pro potenciální příjemce a žadatele, kde se komunikují důležité informace pro předkládání projektů apod.

3. Rovina obecná

Tato rovina je naplňována ze své podstaty všemi komunikačními aktivitami ŘO OPD. Širokou veřejností jsou však nejvíce vnímány „volnočasové“ aktivity, které se v minulých letech taktéž ŘO OPD osvědčily a obecně sklídily pozitivní ohlasy (např. účast na Dni Evropy, LadronkaFest, Den otevřených dveří Ministerstva dopravy, přednášky ve školách apod.).

V souladu s I. cílem SKS „Komunikace pro úspěšnou kohezní politiku EU – rovina obecná“ bude ŘO OPD přispívat ke zvyšování povědomí veřejnosti o ESI fondech a jejich přidané hodnotě pro ČR tak, aby byly evropské fondy vnímány jako pozitivní a transparentní. Tohoto cíle bude dosahováno zejména prostřednictvím následujících témat:

- zdůrazňování informací týkající se OPD s akcentem na množství finančních prostředků, které budou pro programové období použity na spolufinancování výstavby vybraných dopravních staveb;
- zvýšení ekonomické atraktivnosti konkrétních regionů a států jako celku v důsledku realizace projektů spolufinancovaných z EU (zdůraznění obecných multiplikačních efektů navázaných na rozvoj dopravní infrastruktury v regionech).

5. CÍLOVÉ SKUPINY

Z Nařízení Evropského parlamentu a Rady č. 1303/2013 o společných ustanoveních o Evropském fondu pro regionální rozvoj (EFRR), Evropském sociálním fondu (ESF), Fondu soudržnosti (FS), Evropském zemědělském fondu pro rozvoj venkova (EZFV) a Evropském námořním a rybářském fondu (ENRF), o obecných ustanoveních ohledně Evropského fondu pro regionální rozvoj, Evropského sociálního fondu a Fondu soudržnosti a Evropském námořním a rybářském fondu a o zrušení nařízení Rady (ES) č. 1083/2006 (dále také „Nařízení Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013“ nebo „obecné nařízení“) a následně ze SKS vyplývá, že **primárními cílovými skupinami** pro ŘO jsou **cílové skupiny operačního programu (tzn. žadatelé, příjemci, potenciální žadatelé a potenciální a koneční uživatelé pomoci)**. Sekundárně se ŘO zaměřuje na širokou a odbornou veřejnost a média, na které primárně míří své aktivity NOK MMR.

1. Cílové skupiny jednotlivých programů

- Žadatelé

Zástupci této skupiny jsou subjekty, které předkládají svou projektovou žádost k hodnocení za účelem získání podpory z fondů EU. Jedná se o subjekty, které mají zájem o realizaci projektů. Z tohoto důvodu bude komunikace probíhat především

přímo nebo formou příruček pro žadatele a odborných seminářů zaměřující se na přípravu projektů. Jako médium budou sloužit především webové stránky ŘO OPD.

- Příjemci

Cílová skupina příjemci je mimořádně významná cílová skupina komunikace, která má svůj původ v cílové skupině žadatelů, kteří již mají velké odborné povědomí o přípravě a realizaci projektů. Pro tuto cílovou skupinu bude třeba volit nástroje umožňující aktivní obousměrnou komunikaci a individuální přístup. Hloubku sdělení s odpovídající intenzitou budou mít různé typy metodik, příruček a průvodců podporou, webové stránky OPD.cz a přímá komunikace.

- Potenciální žadatelé

Cílem je probudit aktivní zájem zástupců široké veřejnosti zařadit se do cílové skupiny žadatelů, která zahrnuje také potenciální příjemce. Vhodné komunikační nástroje jsou shodné jako v případě široké veřejnosti a v případě OPD půjde zejména o využití médií pro potřeby zveřejnění výzvy pro předkládání projektů.

- Potenciální a koneční uživatelé pomoci (zrealizovaných projektů)

Jedná se o početně největší a jednu z nejdůležitějších cílových skupin. Komunikace bude pro zástupce této skupiny probíhat nerozdílně, zejména formou nástrojů budujících povědomí široké veřejnosti o strukturálních fondech jako jsou webové stránky, bannerová kampaň, regionální kampaň, účast na aktivitách pro veřejnost, vydávání informačních a propagačních materiálů apod.

Tato cílová skupina vytváří důležitou podskupinu široké veřejnosti. Z tohoto důvodu jsou na tuto skupinu mířeny i obecné informace o problematice EU fondů a EU obecně.

2. Široká veřejnost (občané 15+, děti a mládež, osoby se zdravotním postižením)

Informace doručené této cílové skupině utváří všeobecné povědomí a postoje občanů ČR vůči evropským fondům a problematice EU obecně a tím napomáhají zvyšovat její váhu v rámci národních politik. Informace určené pro tuto cílovou skupinu jsou obecnějšího charakteru, zaměřené na pozitivní sdělení o přínosech evropských fondů a kohezní politiky s důrazem na společensky přidanou hodnotu a praktické dopady nástrojů kohezní politiky v každodenním životě. Principem při komunikaci s touto skupinou je aktivně přicházet s novými tématy a nikoli pouze reagovat na nové, často negativní podněty.

Formy komunikačních nástrojů budou zvoleny v případě této cílové skupiny takové, které budují povědomí široké veřejnosti o strukturálních fondech. Využity tedy budou, obdobně jako u výše uvedené cílové skupiny, aktivity jako např. webové stránky, bannerová kampaň, regionální kampaň, účast na aktivitách pro veřejnost, vydávání informačních a propagačních materiálů apod.

3. Odborná veřejnost – zejména MV OPD, implementační struktura OPD, dále EK a Pracovní skupina pro informování a publicitu

Zde se jedná zejména o samotný ŘO OPD a jeho Monitorovací výbor a následně o další subjekty zapojené do implementace evropských fondů. Jedná se tak například o zástupce EK, zástupce Pracovní skupiny pro informování a publicitu, jež se zaměřuje na podporu realizace společných komunikačních aktivit, subjekty implementační struktury, a to zejména zástupce Zprostředkujícího subjektu, Státního fondu dopravní infrastruktury (SFDI), hospodářští a sociální partneři, informační centra a političtí reprezentanti.

MV OPD je odpovědný za sledování poskytované pomoci, schvaluje návrhy na změnu OPD a schvaluje kritéria, podle kterých jsou vybírány projekty k realizaci. Členy MV OPD jsou zástupci příslušných řídicích a koordinačních subjektů a partnerů. Komunikace probíhá především na pravidelných jednáních a to formou předkládání Výročních zpráv a Strategických realizačních plánů.

Mimo výše zmíněné budou do komunikace zahrnuty i regionální a místní orgány státní správy a samosprávy, což je klíčový partner při vyjednávání o budoucí podobě infrastruktury. Komunikace v této skupině funguje obousměrně. Z tohoto důvodu má tato cílová skupina velký vliv na úspěšnou realizaci projektů a šíření informací o možnostech a výsledcích realizovaných projektů směrem k veřejnosti.

Komunikace s cílovou skupinou odborná veřejnost bude mít především informační charakter, a to formou pravidelných zpráv a evaluací, které mají nezřídka obousměrný tok. Mimo to bude skupina oslovována prostřednictvím seminářů, konferencí, workshopů, výročních setkání i v rámci distribuce informačních materiálů a propagačních předmětů.

4. Média

Tato cílová skupina představuje především zástupce masových komunikačních médií (rozhlas, televize, tisk, internet), jejichž posláním je umožnit přenos sdělení od zdroje k příjemci. Její vliv je klíčový na utváření povědomí o fondech EU především u široké veřejnosti, ale také u tvůrců veřejného mínění a osob s rozhodovacími pravomocemi ve veřejném sektoru. Je velmi náročná na kvalitu poskytovaných informací ve smyslu popisu konkrétních přínosů fondů EU na každodenní život občanů, úspěšně realizovaných projektů a konkrétních osobností spojených s čerpáním dotací.

V této oblasti budou využity zejména komunikační nástroje typu tiskové zprávy a konference nebo například PR komunikace.

6. KOMUNIKAČNÍ AKTIVITY

Hlavní důraz komunikačních aktivit ŘO OPD bude kladen na využití efektivních nástrojů komunikace – tzn. především **využití možností webového prostředí** (webový portál OPD.cz, internetová reklama/bannery na webových serverech s dopravní tematikou apod.) a regionálně mířené reklamní aktivity, které se budou soustředit na zvolené projekty (v souladu se schvalovacím procesem OPD). Sekundárně bude využita i komunikace skrze novinové články a v neposlední řadě aktivity přímé komunikace (zejména s cílovou skupinou OPD a širokou veřejností).

Pro komplexní uchopení všech komunikačních aktivit, které jsou ŘO OPD chystány na celé programové období, byla zvolena možnost vyhlášení veřejné zakázky na zpracování vizuální image OPD 2014-2020.

Vizuální zpracování designu OPD 2014-2020

Jelikož v průběhu roku 2017 chce ŘO OPD dále pracovat na vizuální identitě nového programového období, bude vyhlášena veřejná zakázka na vytvoření vizuální kreativy, která bude operační program provázet po celé programové období tak, aby docházelo k identifikaci programu ze strany široké veřejnosti díky profesionálně navržené image. Ta by měla vycházet z již vytvořených entit – tzn. webový portál OPD.cz, leták, brožura apod.

Veřejná zakázka bude obsahovat požadavky zejména na:

- návrhy na vytvoření nové vizuální identity OPD 2014-2020;
- návrhy nového sloganu (obdobně jako u předchozího programového období) společně s návrhy vizuálního image;
- návrhy tiskovin OPD 2014-2020.

Webové prostředí

Tento model a primární zaměření komunikačních aktivit byl zvolen zejména na základě shrnutí hlavních zjištění, která vzešla z předchozí evaluace Vyhodnocení plnění Komunikačního plánu OP Doprava 2011 – 2013. Zmíněná zjištění udávají, že webová komunikace je vysoce účinný komunikační nástroj (doloženo i výsledky z dotazníkových šetření a rozhovorů) a dostatečným způsobem naplňuje kritérium udržitelnosti a účinnosti. Dle zmíněných zjištění byl webový portál OPD.cz označen za nejvíce užitečný nástroj komunikace a zdroj informací. Propagace OPD ve webovém prostředí ve formě **webových bannerů** odkazujících na web OPD.cz. Bannerová inzerce (animovaný banner) bude umístěna na homepage vybraného serveru s dopravní tematikou.

- Internetové stránky **OPD.cz**
 - web OPD.cz bude v průběhu celého období reagovat na veškeré realizované aktivity podle tohoto RKoP OPD;
 - web OPD.cz bude naplňovat roli stálého a komplexního zdroje informací o OPD pro všechny cílové skupiny;

- web OPD.cz bude vhodným způsobem prezentován i při všech ostatních informačních, komunikačních a propagačních aktivitách;
- v tomto prostředí budou průběžně uveřejňovány výzvy pro předkládání projektů v rámci OPD.

Informační kampaň OPD ve vybraných regionech

Pro rok 2017 je plánována informační kampaň zaměřená na informace o OPD a jednotlivých schválených projektech ve vybraných regionech (regiony budou vybrány až v průběhu roku 2017 s ohledem na schvalovací procesy a vydávání Právních aktů). Předpokládá se do konce roku pokrýt cca 2-3 vybrané regiony (opět s ohledem na schvalovací procesy).

Tato informační kampaň je předmětem veřejné zakázky, kterou plánuje ŘO OPD vyhlásit ve třetím čtvrtletí roku 2017. Informace o OPD a vybraných realizovaných projektech budou primárně prezentovány konečným uživatelům pomoci, potažmo široké veřejnosti se zdůrazněním role evropských prostředků při budování celospolečensky významných dopravních staveb. Cílem této aktivity je prezentovat především:

- zlepšení dopravní dostupnosti v regionech, kde byla vybudovaná nová dopravní infrastruktura nebo byla zkvalitněna stávající infrastruktura (časové úspory, úspory v nákladech za dopravu atp.);
- zvýšení bezpečnosti dopravy v důsledku zkvalitnění stávající infrastruktury či odvedení dopravy z měst a obcí vybudováním nové infrastruktury (např. snížení nehodovosti);
- snížení negativních dopadů dopravy na životní prostředí v důsledku vybudování nové kvalitnější infrastruktury (např. snížení emisí) nebo v důsledku zvýšeného využívání environmentálně šetrnějších způsobů dopravy (železnice, železniční vlečky);
- zvýšení ekonomické atraktivnosti konkrétních regionů a státu jako celku v důsledku realizace projektů OPD (zdůraznění obecných multiplikačních efektů navázaných na rozvoj dopravní infrastruktury v regionech);
- v neposlední řadě se bude celou kampaní vinout myšlenka zvýšení obecného povědomí široké veřejnosti o OPD, jeho cílech a oblastech podpory, roli EU při realizaci OPD, Řídícím orgánu OPD, informačních zdrojích a přiblížení OPD lidem, a to formou srozumitelnou pro širokou veřejnost.

Informační kampaň bude realizována zejména formou následujících mediálních nástrojů:

- Inzerce v regionálním tisku
Inzerce v regionálním tisku bude zaměřena na vydání tematické přílohy (případně jedné strany či dvoustrany) o vybraném projektu (projektech) OPD ve zvoleném regionu se souhrnnými informacemi o chystaných projektech, obecnými informacemi o OPD apod. Inzerce je plánována alespoň 2x v daném regionu ve vhodném regionálním deníku.

- Rámečky ve vlacích, autobusech – primárně bude tento druh reklamy umístován na tratích propagovaných projektů nebo alespoň na tratích, které jsou v blízkosti propagovaných projektů.
- Články na regionálně zaměřených webových portálech se spřízněnou tematikou – na vhodně zvolených webových portálech (informační, dopravní) se budou v pravidelných intervalech objevovat informace o vybraných projektech, které jsou pro vybraný region aktuální a vhodné ke komunikování.
- Bannerová reklama na vhodně zvolených webových portálech s regionálním i celostátním zaměřením. Reklama se bude týkat zvolených projektů dle schvalovacího procesu.

Inzerce v celostátním deníku a v odborném periodiku

Informace o OPD budou prezentovány široké a odborné veřejnosti se zdůrazněním role evropských prostředků při budování celospolečensky významných dopravních staveb. Cílem této aktivity je prezentovat především:

- vhodně vybrané připravované a vyhlášené výzvy pro předkládání projektů ke spolufinancování z OPD,
- shrnutí aktuálního stavu OPD a zajímavých milníků ve vývoji v průběhu roku 2017,
- v rámci shrnutí aktuálního stavu OPD bude taktéž komunikováno:
 - zlepšení dopravní dostupnosti ve vybraných regionech,
 - zvýšení bezpečnosti dopravy,
 - snížení negativních dopadů dopravy na životní prostředí,
 - zvýšení ekonomické atraktivnosti konkrétních regionů apod. kde byla vybudovaná nová dopravní infrastruktura nebo byla zkvalitněna stávající infrastruktura (časové úspory, úspory v nákladech za dopravu atp.);

Inzerce bude realizována zejména formou následujících mediálních nástrojů:

- inzerce v celostátním deníku - prezentace realizace OPD;
- inzerce v odborných periodících – případná prezentace vhodně zvolených aktuálních výzev.

Informační a vzdělávací akce OPD

Informační akce pro nejširší veřejnost na téma OPD proběhnou na vytipovaných místech, která budou z hlediska dopadů schválených projektů OPD pro komunikaci nejvhodnější. Předpokládá se připojení k již zavedeným akcím jiných subjektů – např. NOK MMR, BESIP, Eurocentra apod. Takto realizované akce mají výhodu nižších nákladů a většího zájmu veřejnosti. Bude se jednat například o níže uvedené akce: Den Evropy, LadronkaFest, Den otevřených dveří Ministerstva dopravy, Silniční konferenci apod.

- ŘO OPD má v plánu i v roce 2017 oslovit další nižší stupně základních škol a to zejména v Praze a přilehlém okolí. Tyto aktivity jsou velmi oblíbené u dětí, ale

jsou taktéž ceněny ze strany pedagogických pracovníků, kterým pomůže aktivita v prohloubení aktuálně probíraného učiva. V rámci přednášek je následně možné oslovit i vyšší stupně základních škol, případně střední či vysoké školy dopravního zaměření.

- V rámci vybraných komunikačních aktivit pro širokou veřejnost je plánováno využít synergie s Eurocentry v jednotlivých regionech pod záštitou NOK MMR.

Semináře a školení, workshop, výroční setkání, návštěvy projektů, kulaté stoly atp.

- ŘO OPD bude průběžně zajišťovat uskutečnění seminářů a školení pro žadatele, potenciální žadatele, příjemce, pracovníky subjektů implementační struktury či další osoby přímo či nepřímo zapojené do realizace OPD. Realizace těchto aktivit bude dle potřeby. V rámci těchto aktivit ŘO OPD preferuje osobní setkání s potenciálními žadateli, žadateli a příjemci. Samozřejmostí je však taktéž možnost využití e-mailové komunikace. Cílem těchto aktivit je zajištění co nejvyšší míry informovanosti dané cílové skupiny.
- Workshop – dvoudenní až třídnenní akce cca pro 60 osob (pro zaměstnance subjektů zapojených do implementace evropských prostředků), workshop je vždy spojen s návštěvou některého z projektů financovaného z OPD, případně tématem workshopu je oblast publicity.
- Výroční setkání OPD – akce cca pro 150 osob v Praze v reprezentativních prostorách na konci kalendářního roku – zhodnocení realizace OPD za rok 2017, účastnit se budou zaměstnanci subjektů zapojených do implementace evropských prostředků, zástupci majoritních příjemců a další spolupracující osoby.
- Návštěva projektu – jednodenní akce cca pro 25 osob, akce je určená zejména pro představení vybraného projektu zástupcům EK, Evropské investiční banky, NOK MMR, popřípadě zástupcům médií. Může být realizována i jako součást MV OPD či workshopu.
- Kulaté stoly - setkání zástupců zvolených cílových skupin a jejich neformální jednání nad zvolenou tematikou

Dotazníková šetření

- V průběhu roku budou zástupci ŘO OPD shromažďovat dotazníky, které jsou zájemcům distribuovány především v rámci informačních akcí OPD.
- Dotazníky obsahují primárně specifické otázky ohledně znalosti OPD a jeho projektů, následně pak i obecné otázky týkající se obecné znalosti evropských fondů.
- Výsledky dotazníkového šetření budou pak následně využívány k pravidelné evaluaci RKoP.

Propagační předměty i informační materiály

- Distribuce propagačních a informačních předmětů OPD bude doplňkovou aktivitou při všech realizovaných informačních a propagačních aktivitách týkajících se OPD.
- Propagační materiály jsou voleny vždy vhodně v souvislosti s dopravní a bezpečnostní tematikou (např. reflexní prvky, vesty, alkohol tester, bezpečnostní výbava automobilů apod.).

- Z informačních materiálů budou voleny např. následující formy: leták, brožura, mapa, project sheets apod.
- Hlavní důraz bude kladen na to, aby propagační předměty a informační materiály nesly co nejvíce informací o OPD.

7. INDIKÁTORY A EVALUACE

NOK MMR sleduje indikátory výsledku (hlavní a vedlejší) a indikátory výstupu definované v SKS. ŘO OPD má povinnost sledovat minimálně dva indikátory výstupu za svůj program, a to formou interního sběru dat a monitoringu.

Indikátory výstupu	Definice	Plán 2017	Pozn.
Počet uskutečněných akcí pro cílové skupiny;	Počet uskutečněných organizovaných akcí/eventů, jejichž součástí je rozeslání pozvánky alespoň úzkému okruhu účastníků (přednášející, lektori, panelisté, VIP hosté atd.), typu: semináře, konference, workshopy, PR akce, eventy, outdoor akce a další akce jednorázového charakteru.	5	1 workshop 1 výroční setkání 3 semináře a školení pro příjemce a žadatele
Počet vytvořených studií a zpráv (vč. evaluačních);	Počet vytvořených analýz, studií a závěrečných zpráv z výzkumů a evaluací (interních i externích).	3	