

ABCD

**Úrad vlády Slovenskej republiky**  
**Komunikačná stratégia**  
**Operačného programu**  
**Technická pomoc pre**  
**Partnerskú dohodu na**  
**programové obdobie 2014 -**  
**2020**

# ABCD

## Obsah

Úvod	3	
1	Analýza východiskovej situácie	5
1.1	Právny rámec pre tvorbu komunikačnej stratégie	5
1.2	Východiská pre tvorbu komunikačnej stratégie	7
1.2.1	Finančná alokácia	9
1.2.2	SWOT analýza	10
2	Subjekty spolupracujúce pri príprave a implementácii komunikačnej stratégie OP TP pre PD	12
2.1	Európska Komisia	12
2.2	Centrálny koordinačný orgán	12
2.3	Riadiaci orgán OP TP	14
2.4	Monitorovací výbor	16
2.5	Informačno – poradenské centrá pre EŠIF	16
2.6	Oprávnení prijímatelia OP TP	17
3	Cieľové skupiny	18
4	Ciele	21
4.1	Globálny cieľ komunikačnej stratégie OP TP pre PD	21
4.2	Špecifické ciele komunikačnej stratégie OP TP pre PD	21
5	Komunikačná stratégia	23
5.1	Taktické informačno – komunikačné nástroje	23
5.2	Aplikácia komunikačných nástrojov pre definované cieľové skupiny	26
5.2.1	Cieľová skupina 1: Široká verejnosť	26
5.2.2	Cieľová skupina 2: Odborná verejnosť, médiá a subjekty podieľajúce sa na implementácii EŠIF	29
5.2.3	Cieľová skupina 3: Prijímatelia	30
6	Realizačný plán	31
6.1	Časový harmonogram realizácie plánovaných komunikačných aktivít na roky 2014 – 2020	31
6.2	Indikatívny realizačný rozpočet aktivít na programové obdobie	32
6.3	Indikatívna plánovaná finančná alokácia na jednotlivé roky	33
6.4	Ročný komunikačný plán	33
7	Monitorovanie a hodnotenie	35

# ABCD

8	Administratívne zabezpečenie	39
9	Definície použitých pojmov a skratiek	41
9.1	Všeobecné pojmy	41
9.2	Marketingové pojmy	41
9.3	Použité skratky	43

## Úvod

Predpokladom úspešnej realizácie politiky súdržnosti Európskej únie (ďalej len „EÚ“) je **poskytovanie kvalitných informácií o možnosti využitia finančných prostriedkov z Európskych štrukturálnych a investičných fondov** (ďalej len „EŠIF“). Len správne a včas podané informácie môžu prispieť k ich maximálnemu a efektívnemu využitiu. Dôraz na riadne uplatňovanie informačných a komunikačných opatrení vychádza z princípu, že občania majú právo vedieť, ako sa investujú finančné zdroje EÚ. Zodpovednosť za zabezpečenie oznamovania príslušných informácií smerom k verejnosti nesú nie len členské štáty, resp. Riadiace orgány (ďalej len „RO“) a samotní prijímatelia, ale aj inštitúcie EÚ a jej poradné orgány.

Včasná a korektná informovanosť a komunikácia prispievajú k transparentnej implementácii regionálnej a kohéznej politiky EÚ. Správne nastavený systém informovania podporuje modernizáciu a stratégiu rastu európskej ekonomiky a v dôsledku toho sa podieľa na šírení myšlienky trvalo udržateľného a solidárneho rozvoja členských štátov EÚ. Predpokladom úspešnej realizácie politiky hospodárskej a sociálnej súdržnosti v Slovenskej republike (ďalej len „SR“) je poskytovanie kvalitných informácií o možnostiach využitia finančných prostriedkov z EŠIF pričom cieľom je tiež zabezpečiť dodržiavanie požiadaviek pre informovanie a komunikáciu v súlade s relevantnými kľúčovými dokumentmi na úrovni EÚ aj SR.

Subjekty zapojené do realizácie Operačného programu Technická pomoc (ďalej len „OP TP“) sú povinné zabezpečiť informovanie a komunikáciu v súlade s relevantnou národnou a európskou legislatívou vo vzťahu k širokej verejnosti a prijímateľom s cieľom kvalitnejšej, efektívnejšej a transparentnejšej implementácie pomoci z EŠIF a zdôraznenia príspevku EÚ a jej kohéznej politiky na podporu ekonomického rastu, zamestnanosti a odstraňovania regionálnych rozdielov.

**Základné prvky vytvárajúce inštitucionálny a procesný rámec v oblasti informovania a komunikácie** na úrovni Úradu vlády SR ako Centrálného koordinačného orgánu (ďalej len „CKO“) a Riadiaceho orgánu (ďalej len „RO“) OP TP, sú nasledovné<sup>1</sup>:

- Vypracovanie, resp. prípadná revízia **komunikačnej stratégie** OP;
- **Povinnosť RO informovať monitorovací výbor OP** o uplatňovaní komunikačnej stratégie, ako aj o plánovaných informačných a komunikačných činnostiach;
- Zverejnenie a pravidelná aktualizácia **zoznamu operácií** na úrovni OP;
- **Informovanie potenciálnych žiadateľov o možnostiach financovania** v rámci OP;
- **Informovanie občanov EÚ o úlohe a úspechoch politiky súdržnosti** a fondov EÚ prostredníctvom informačných a komunikačných opatrení podávajúcich informácie o výsledkoch a vplyve partnerskej dohody, operačného programu a operácií;
- **Určenie jednej osoby zo strany RO**, ktorá bude zodpovedať za informovanie a komunikáciu na úrovni OP.

Podstatou komunikácie je poskytnúť relevantné informácie cieľovým skupinám prostredníctvom **informačných a komunikačných opatrení**.

<sup>1</sup> Podľa Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1303/2013 zo dňa 17. decembra 2013, čl. 115 – 117.

# ABCD

Hlavné ciele informovania a komunikácie o pomoci EÚ SR v podmienkach CKO v rámci OP TP sú:

- Informovať o napĺňaní Partnerskej dohody (ďalej len „PD“) a Stratégii Európa 2020;
- Informovať o pokrokoch v oblastiach implementácie programov PD;
- Informovať o prínosoch EŠIF fondov pre SR a komunikovať prierezové témy podľa aktuálnej potreby.

Jedným zo špecifických cieľov OP TP je zabezpečiť účinné informovanie a komunikáciu. Tento cieľ je zameraný na zefektívnenie stratégie komunikácie zo strany koordinujúcich subjektov EŠIF, aby pomoc poskytovaná z EŠIF bola transparentná pre všetky cieľové skupiny prostredníctvom širokej publicity na všetkých úrovniach riadenia a implementácie, s využitím širokého spektra komunikačných nástrojov.

Očakávanými výsledkami realizácie konkrétnych opatrení zameraných na dosiahnutie tohto špecifického cieľa OP TP sú:

- Zabezpečená komunikácia odkazov Európskej komisie (ďalej len „EK“), informovanosť a komunikácia;
- Zabezpečená výmena informácií na úrovni subjektov zapojených do riadenia, monitorovania, hodnotenia, informovania a komunikácie, budovanie sietí, riešenia podaní a podnetov, kontroly a auditu EŠIF.

Úrad vlády SR ako CKO a RO OP TP vypracoval Komunikačnú stratégiu (ďalej len „KS“) OP TP pre PD na roky 2014 - 2020. Hlavným poslaním KS je upozorniť verejnosť na možnosti, ktoré so sebou prináša účelné vynakladanie fondov EÚ, ako aj zvýšenie informovanosti o cieľoch politiky súdržnosti. KS bude ďalej rozpracúvaná a upresňovaná v **Ročných komunikačných plánoch**, ktoré budú obsahovať detailné informácie o plánovaných informačných a komunikačných aktivitách vrátane vyčíslenia príslušných monitorovacích indikátorov a rozpočtov.

## 2 Analýza východiskovej situácie

### 2.1 Právny rámec pre tvorbu komunikačnej stratégie

- **Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1303/2013 zo 17. decembra 2013**, ktorým sa stanovujú spoločné ustanovenia o Európskom fonde regionálneho rozvoja, Európskom sociálnom fonde, Kohéznom fonde, Európskom poľnohospodárskom fonde pre rozvoj vidieka a Európskom námornom a rybárskom fonde a ktorým sa stanovujú všeobecné ustanovenia o Európskom fonde regionálneho rozvoja, Európskom sociálnom fonde, Kohéznom fonde a Európskom námornom a rybárskom fonde, a ktorým sa zrušuje nariadenie Rady (ES) č. 1083/2006.

Všeobecné nariadenie stanovuje všeobecné zásady a pravidlá pre partnerstvo, programovanie, hodnotenie, riadenie, vrátane finančného riadenia, pre monitorovanie a kontrolu na základe zodpovednosti členských štátov a Komisie. RO je zodpovedný za informovanie a komunikáciu operačného programu a sprístupňovanie informácií podľa ustanovujúcich predpisov tohto nariadenia prijatých Komisiou.

Oblasť informovania a komunikácie definujú:

- Článok 115 Informovanie a komunikácia;
  - Článok 116 Komunikačná stratégia;
  - Článok 117 Úradníci pre informovanie a komunikáciu a ich siete;
  - Článok 125 Funkcie riadiaceho orgánu (bod c);
  - Príloha XII Informácie a komunikácia o podpore z fondov v bodoch 1. až 4. definuje: zoznam operácií, informačné a komunikačné opatrenia zamerané na verejnosť (povinnosti členského štátu a riadiaceho orgánu, povinnosti prijímateľov), informačné opatrenia pre potenciálnych prijímateľov a prijímateľov, prvky komunikačnej stratégie.
- **Vykonávacie Nariadenie Komisie (EÚ) č. 821/2014** z 28. júla 2014, ktorým sa stanovujú pravidlá uplatňovania nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1303/2013, pokiaľ ide o podrobné pravidlá pre prevod a správu programových príspevkov, podávanie správ o finančných nástrojoch, technické vlastnosti informačných a komunikačných opatrení týkajúcich sa operácií a systém na zaznamenávanie a uchovávanie údajov (ďalej tiež „vykonávacie nariadenie“)
  - Kapitola II Technické vlastnosti informačných a komunikačných opatrení týkajúcich sa operácií a pokyny na vytvorenie znaku Únie a vymedzenie štandardných farieb (v zmysle článku 115 ods. 4 nariadenia (EÚ) č. 1303/2013);
  - Články 3 až 5 definujú pokyny na vytvorenie znaku a vymedzenie štandardných farieb, technické vlastnosti zobrazenia znaku Únie a odkaz na fond alebo fondy, z ktorých sa operácia podporuje a technické vlastnosti stálych tabúl a dočasných alebo stálych pútačov;
  - Príloha II definuje grafické normy na vytvorenie znaku a vymedzenie štandardných farieb.

- **Zákon č. 292/2014 Z. z. o príspevku poskytovanom z európskych štrukturálnych a investičných fondov a o zmene a doplnení niektorých zákonov zo 17. septembra 2014;**

Zákon upravuje právne vzťahy pri poskytovaní príspevku v programovom období 2014 - 2020, postup a podmienky poskytovania príspevku, práva a povinnosti osôb v súvislosti s poskytovaním príspevku, pôsobnosť orgánov štátnej správy a orgánov územnej samosprávy pri poskytovaní príspevku a zodpovednosť za porušenie podmienok poskytnutia príspevku (ďalej len „zákon o príspevku z EŠIF“).

Vo vzťahu k informovaniu a komunikácii:

- § 6 až 8 definujú úlohy Centrálného koordinačného orgánu, Riadiaceho orgánu a Sprostredkovateľského orgánu;
- § 48 Zverejňovanie v bodoch 1 až 5 definuje povinnosti poskytovateľa v oblasti zverejňovania na svojom webovom sídle.

- **Zákon č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám a o zmene a doplnení niektorých zákonov v znení neskorších predpisov (ďalej tiež „zákon o slobode informácií“);**

Zákon upravuje podmienky, postup a rozsah slobodného prístupu k informáciám. Zákon definuje osoby povinné sprístupňovať informácie, ktorými sú štátne orgány, obce, vyššie územné celky ako aj tie právnické osoby a fyzické osoby, ktorým zákon zveruje právomoc rozhodovať o právach a povinnostiach fyzických osôb alebo právnických osôb v oblasti verejnej správy, ďalej právnické osoby zriadené zákonom a právnické osoby zriadené štátnym orgánom, vyšším územným celkom alebo obcou podľa osobitného zákona.

Zákon ďalej definuje povinné zverejňovanie informácií, povinne zverejňované zmluvy, obmedzenia prístupu k informáciám, sprístupňovanie informácií na žiadosť a opakované použitie informácií.

Každý má právo na prístup k informáciám, ktoré majú povinné osoby k dispozícii.

- **Systém riadenia európskych štrukturálnych a investičných fondov na programové obdobie 2014 – 2020 z 20. novembra 2014**

Účelom Systému riadenia EŠIF je definovať štandardné základné procesy a postupy, ktoré zabezpečia harmonizované uplatňovanie pravidiel pri poskytovaní príspevkov v programovom období 2014 – 2020 na úrovni všetkých subjektov zapojených do poskytovania príspevkov v podmienkach SR. Systém riadenia EŠIF rovnako vymedzuje subjekty zapojené do implementácie v programovom období 2014 – 2020 a stanovuje základný rámec ich povinností. Štandardné základné procesy, postupy a povinnosti pre jednotlivé subjekty upravené v Systéme riadenia EŠIF majú zároveň zabezpečiť úplné a správne uplatňovanie pravidiel stanovených v legislatíve EÚ a SR.

- **Operačný program Technická pomoc**

OP TP predstavuje programový dokument SR pre čerpanie pomoci z fondov EÚ pre technickú pomoc na roky 2014 – 2020. Dňa **15. decembra 2014** EK schválila Operačný program technická pomoc na PO 2014 – 2020. **Schválená verzia OP TP je dostupná na webovom sídle <http://www.vlada.gov.sk/operacny-program-technicka-pomoc/>.**

## 2.2 Výhodiská pre tvorbu komunikačnej stratégie

Pri tvorbe KS OP TP pre PD vychádza zo skúseností, ktoré boli získané pri čerpaní prostriedkov v rámci PO 2007 – 2013. Je nevyhnutné využiť predchádzajúce skúsenosti a zabezpečiť ich odovzdávanie a využívanie, a na druhej strane zaviesť a osvojiť si nové prvky v systéme a zamerať sa na neustále skvalitňovanie procesov informovania a komunikácie.

Cieľom informovania a publicity v rámci Operačného programu Technická pomoc v PO 2007 – 2013 bola najmä „koordinácia všetkých aktivít súvisiacich so zabezpečením šírenia včasných, komplexných, úplných, presných a správnych informácií o Národnom strategickom a referenčnom rámci (ďalej len „NSRR“), operačných programoch a fondoch EÚ (štrukturálne fondy a Kohézny fond) tak, aby boli efektívne, časovo a finančne výhodným spôsobom zabezpečené požiadavky na informovanie a publicitu podľa článku 69 všeobecného nariadenia ako aj Hlavy II implementačného nariadenia“.

Je potrebné si uvedomiť, že OP TP je veľmi špecifický program s presne stanovenými prijímateľmi pomoci. Vzhľadom na túto skutočnosť je táto KS nástrojom nie len OP TP v PO 2014 – 2020, ale hlavne nástrojom PD a EŠIF v oblasti informovania a komunikácie smerom k širokej a odbornej verejnosti. Preto by skúsenosti z predošlého PO mali slúžiť ako výhodiská pre správne nastavenie KS v novom PO.

V rámci hodnotenia úspešnosti komunikačnej stratégie NSRR v PO 2007 – 2013 prebehol v roku 2015 nezávislý prieskum úrovne povedomia verejnosti o politike súdržnosti EÚ na SR v PO 2007 – 2013. Tento prieskum prebehol v 4 sektoroch: komerčný sektor, mimovládne organizácie, samospráva a verejnosť. Predmetom tohto prieskumu bolo:

- Zistiť znalosť základných informácií o politike súdržnosti EÚ, NSRR SR pre 2007 – 2013 a OP na Slovensku na konci PO 2007 – 2013;
- Zistiť intenzitu znalostí v jednotlivých cieľových skupinách;
- Zistiť regionálne, resp. iné diferencie v znalostiach;
- Zistiť nenaplnené informačné potreby cieľových skupín;
- Zistiť vývoj znalostí základných údajov – porovnanie so Záverečnou správou z prieskumu verejnej mienky z roku 2011.

Povedomie o politike súdržnosti a o NSRR v porovnaní s prieskumom, ktorý prebehol v roku 2011, sa výrazne zlepšilo, takže možno konštatovať, že KS v predchádzajúcom OP prebiehala relatívne efektívne. Cieľom KS na nové PO 2014 – 2020 je informovať verejnosť o PD a o EŠIF a zvýšiť kladné vnímanie spoločnosti o pomoci EÚ na Slovensku.

Analýza aktivít RO OP TP v oblasti informovania a publicity v PO 2007 – 2013 je podrobne rozpísaná v Záverečnej hodnotiacej správe OP TP: Hodnotenie implementácie OP TP, ktorú vytvorila nezávislá konzultantská spoločnosť. V tejto časti KS sú uvedené základné fakty o informačných aktivitách členených podľa jednotlivých komunikačných nástrojov.

### *Iniciačná kampaň a médiá*

V rokoch 2007 a 2008 bola realizovaná masívna iniciačná kampaň primárne zameraná na zvýšenie povedomia a informovanosti verejnosti v PO 2007 - 2013. V tomto období bola kampaň postavená na intenzívnej komunikácii prostredníctvom televíznych a rozhlasových



# ABCD

spotov. Kampaň zahŕňala kľúčové médiá vo vysoko sledovaných/počúvaných časoch. Televízia a rozhlas boli vhodne doplnené o informatívne články a platený priestor v tlačových médiách národného a regionálneho významu. Ďalším dôležitým nástrojom bola outdoorová komunikácia prostredníctvom takmer 500 billboardov rozmiestnených po celom Slovensku.

Keďže po iniciačnej kampani neboli obstarané externé služby potrebné na vyprodukovaní nových spotov na podporu informovanosti verejnosti v rámci udržiavacej kampane, dosiahnutá hodnota ostáva približne na úrovni 30% stanoveného cieľa. Nezávislé prieskumy verejnej mienky však potvrdili, že iniciačná kampaň a nasledujúce aktivity v oblasti informovanosti a publicity sa napriek tomu reálne prejavili na povedomí verejnosti o pomoci z EÚ poskytnutej v PO 2007 - 2013. Preto prínos informovanosti cieľových skupín je možné hodnotiť pozitívne. Údaje z prieskumu verejnej mienky zameraného na zistenie povedomia verejnosti o úlohe EÚ a NSRR boli podľa vyjadrení zástupcov odboru informovanosti a publicity veľmi pozitívne. Dá sa preto skonštatovať, že aktivity (či už financované zo štátneho rozpočtu alebo v kombinácii s príspevkom ERDF) boli účinné aj napriek tomu, že významná časť aktivít v rámci udržiavacej kampane nebola zrealizovaná.

## *Internet*

Po roku 2008 sa aktivity v oblasti informovanosti a publicity realizovali cez obmedzený počet komunikačných nástrojov. Vysoko efektívnym bol od začiatku PO internetový portál [www.nsrr.sk](http://www.nsrr.sk), ktorý do 31.12.2012 navštívilo viac ako 1,2 milióna návštevníkov. Oficiálny internetový portál NSRR slúžil nielen širokej verejnosti, ale aj odbornej verejnosti na získanie údajov a informácií o implementácii NSRR.

## *Tlač a PR články*

Ďalšou skupinou aktivít, ktorá bola zabezpečovaná interne, bola príprava a zverejňovanie inzerátov a PR článkov. Jednalo sa predovšetkým o výstupy, ktoré boli uverejňované bezplatne, to znamená na internetovom portáli alebo vo vybraných periodikách. Najmä v prvých rokoch bolo intenzívne využívané Informačné centrum pre štrukturálne fondy zriadené z finančných prostriedkov OP TP. Na priamu komunikáciu s odbornou verejnosťou boli organizované konferencie spoluorganizované CKO. Každý rok sa konala minimálne jedna konferencia národného významu s finančnou podporou OP TP, väčšinou aj s účasťou zahraničných odborníkov.

## *Vzdelávacie aktivity*

Od roku 2009 bolo organizované vzdelávanie pracovníkov CKO, RO, SORO, Horizontálnych priorit (ďalej len „HP“), CO a Orgánu auditu (ďalej len „OA“). Témy školení v zásade reagovali na meniace sa potreby cieľových skupín a zároveň umožňovali do určitej miery prehľbovanie poznatkov vo vybraných oblastiach. Hlavné témy priamo súviseli so systémom riadenia ŠF a KF a systémom finančného riadenia ŠF a KF a auditom v programovom období 2007 - 2013. Ďalšou významnou oblasťou bola platná legislatíva SR a jej aplikácia v kontexte politiky súdržnosti. V nasledujúcich rokoch sa ponuka vzdelávania rozšírila o technické témy ako napr. komunikačné zručnosti, monitorovanie, hodnotenie, Stratégia regionálneho rozvoja a príprava nového PO 2014 - 2020. Samostatná časť školení bola venovaná vzdelávaniu užívateľov ITMS. Školenia vedené pracovníkmi odboru ITMS sa sústredili na projektové riadenie, finančné riadenie a poskytovali vzdelávanie pre začiatočníkov, pokročilých a špecifické vzdelávanie pre

užívateľov z platobných jednotiek. Počet realizovaných školení a počet účastníkov vzdelávacích aktivít sa postupne zvyšoval. Od roku 2009 sa do roku 2012 počet vyškolených pracovníkov (mimo školení ITMS) zvýšil o viac ako 100%. Organizácia vzdelávacích aktivít pre viac ako 2000 účastníkov bola v ostatných rokoch technicky zabezpečovaná takmer výlučne internými kapacitami OP TP.

Vzdelávanie CKO pre organizácie zapojené do implementácie NSRR vhodne reagovalo na potreby cieľových skupín. Realizácia školení vo vybraných témach prispela k zvýšeniu informovanosti a poznatkov účastníkov. Subjekty zapojené do implementácie politiky súdržnosti ocenili možnosť zúčastňovať sa na odborných školeniach organizovaných CKO. Na základe analýzy vzdelávania možno konštatovať, že vzdelávanie bolo pozitívne hodnotené zo strany priamych účastníkov. Odbor informovanosti a publicity dokázal ponúknuť školenia v relevantných oblastiach (témach) v zodpovedajúcom rozsahu a kvalite po odbornej a technickej stránke zapojením vlastných administratívnych a technických kapacít. Vzdelávacie aktivity opatrenia realizované samotnými oprávnenými zamestnancami CKO mali požadovanú odbornú úroveň a ich výsledky boli priamo použiteľné v praxi. Ich účinky na cieľovú skupinu, ktorou boli všetky subjekty riadenia ŠF a KF v SR, prispievajú k zvýšenej kvalite v riadení a implementácii ŠF a KF v SR. Účinnosť vzdelávacích aktivít sa dá považovať za veľmi efektívnu. Vzdelávanie v oblasti riadenia a implementácie ŠF a KF v SR by preto bolo vhodné zasadiť do rámca systematického rozvoja ľudských zdrojov zapojených do riadenia a implementácie politiky súdržnosti.

## 2.2.1 Finančná alokácia

Informačná kampaň v PO 2007 – 2013 bola navrhnutá v dvoch etapách. Prvou etapou mala byť masívna iniciačná kampaň zameraná najmä na zvýšenie povedomia a informovanosti verejnosti. Druhou etapou mala byť udržiavacia kampaň, zameraná na udržiavanie povedomia širokej verejnosti a zároveň na komunikáciu špecifických informácií o prínosoch pomoci z EÚ.

Avšak z ucelenej stratégie sa po roku 2008 realizovali len aktivity, ktoré boli zabezpečované interne bez podpory externého dodávateľa. Hlavnou príčinou bolo, že náklady, ktoré súviseli s dodaním tovarov a služieb v rámci „nástenkového tendra“ neboli uznané ako oprávnené. V praxi to znamenalo, že iniciačná kampaň bola v konečnom dôsledku takmer celá hrazená zo zdrojov štátneho rozpočtu a z prostriedkov OP TP boli hrazené len niektoré aktivity. V dôsledku negatívnej skúsenosti s obstarávaním služieb na realizáciu iniciačnej informačnej kampane sa nezrealizovalo obstaranie externých služieb, bez ktorých nebolo možné realizovať udržiavaciu kampaň v podobe, ako bola navrhnutá (napr. nákup médií). Realizácia len vybraných častí kampane mala priamy vplyv na jej kvalitu a vplyv na verejnosť.

Väčšina finančných prostriedkov na informovanie a publicitu bola využitá na realizáciu informačných kampaní na národnej úrovni. Dosiahnuté výsledky – informovanosť a povedomie verejnosti – zodpovedajú objemu vynaložených prostriedkov z OP TP. Vzdelávacie aktivity boli z veľkej časti zabezpečované interne, okrem občerstvenia, stravy a odmien lektorom, čo zásadne znížilo náklady spojené s realizáciou školení. Odbor informovanosti a publicity bol schopný vyškoliť niekoľko tisíc pracovníkov s minimálnymi nákladmi, a to vďaka výlučnému zapojeniu vlastných administratívnych a technických kapacít. Spôsob realizácie mal určité slabé miesta, ako napr. vhodnosť vzdelávacích priestorov, ale celkovo je vzdelávanie pracovníkov CKO pre RO, SORO, HP, CO a OA vysoko efektívne a hospodárne, nakoľko pri minimálnych (finančných) vstupoch (oproti plánovaným) sa dosiahli maximálne výstupy. Na informovanie a

# ABCD

publicitu boli k 31.12.2012 vyčerpané takmer všetky disponibilné prostriedky. V priebehu obdobia prípravy nového PO 2014 – 2020 sa zvýši potreba a nároky na vzdelávanie a publicitu.

V rámci OP TP bolo po revízii OP TP na informovanie a publicitu alokovaných celkom 3 218 176,00 EUR (EU zdroje). K 31.12.2012 bolo vyčerpaných celkom 3 143 925,19 EUR (EU zdroje), čo predstavuje reálne čerpanie v objeme 97,69 % z celkovej alokácie opatrenia (EU zdroje).

## 2.2.2 SWOT analýza

Pre vyhodnotenie prostredia, v ktorom bude implementovaná KS je možné použiť napr. SWOT analýzu. Každá SWOT analýza obsahuje na jednej strane silné („Strengths“) a slabé stránky („Weaknesses“), a na strane druhej príležitosti („Opportunities“) a ohrozenia („Threats“). Z pohľadu analyzovania implementácie KS môžeme hovoriť najmä o silných a slabých stránkach či už RO alebo samotného prostredia EŠIF, ktoré môžu napomôcť, resp. ktoré môžu sťažiť dosiahnutie cieľov KS. Príležitosti a ohrozenia sú naopak externými faktormi ovplyvňujúcimi dosiahnutie cieľov KS.

Obrázok 1: SWOT analýza pre KS OP TP pre PD na PO 2014 - 2020

<b>Silné stránky</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Dostatočný rozpočet na informovanie a komunikáciu v rámci OP TP</li><li>• Možnosť využitia celej palety komunikačných nástrojov</li><li>• Skúsenosti z PO 2014 – 2020</li></ul>	<b>Príležitosti</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Zvyšovanie povedomia verejnosti o možnostiach čerpania zdrojov z EŠIF</li><li>• Zabezpečenie externých dodávateľov služieb informovania a komunikácie prostredníctvom verejného obstarávania (zabezpečenie expertov)</li><li>• Nové príležitosti a výzvy ponúkajúce sa cieľovým skupinám</li></ul>
<b>Slabé stránky</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Administratívna náročnosť procesov vnútorného prostredia štátnej správy s prepojením na flexibilitu zabezpečenia meniacich sa potrieb KS v čase</li><li>• Nedostatok personálnych kapacít v rámci celkovej implementácie RO OP TP – odbor informovania a publicity</li><li>• Obmedzené kompetencie CKO a RO OP TP</li></ul>	<b>Ohrozenia</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Nezáujem cieľových skupín o EŠIF</li><li>• Pozastavenie čerpania EŠIF</li><li>• Negatívne skúsenosti cieľových skupín so štrukturálnymi fondami v programovom období 2007 – 2013</li><li>• Riziko spojené s obstaraním komunikačných nástrojov a služieb v oblasti informovania a komunikácie</li></ul>

# ABCD

Na základe vyššie uvedenej matice SWOT analýzy ako aj výsledkov nezávislých prieskumov informovanosti realizovaných môžeme konštatovať nasledovné:

## *Silné stránky*

CKO má prostredníctvom OP TP k dispozícii relevantne dostatočný rozpočet na zabezpečenie širokej masmediálnej kampane zameranej na ciele definované v časti 5 tejto KS. Ako ukázali prieskumy verejnej mienky, na zabezpečenie dostatočnej informovanosti cieľových skupín je potrebná široká paleta informačných nástrojov. Celkový rozpočet na zabezpečenie KS v PO 2014 – 2020 umožňuje využiť všetky dostupné komunikačné nástroje.

Tým, že CKO implementoval informačnú a komunikačnú kampaň, získava veľkú výhodu v podobe skúseností. Realizovaním prieskumu informovanosti si CKO pripravil vhodnú pôdu na rozhodovanie, ktoré komunikačné nástroje by mal v jednotlivých fázach implementácie pre jednotlivé cieľové skupiny použiť.

## *Slabé stránky*

Medzi základné obmedzenia v oblasti implementácie KS patrí relatívna administratívna náročnosť procesov najmä v oblasti obstarania vhodnej mediálnej kampane. RO prostredníctvom CKO bude v tomto prípade musieť pristupovať k definovaniu konkrétnych informačných a komunikačných aktivít na dané obdobie s dostatočným predstihom.

Ďalším aspektom, ktorý môže negatívne ovplyvniť dosahovanie cieľov KS je nedostatok ľudských zdrojov, nakoľko zabezpečovanie školení je náročné nielen na financie, ale aj na školiteľov, pretože realizácia vzdelávania je prevažne zabezpečovaná internými pracovníkmi odboru informovanosti a publicity na CKO.

## *Príležitosti*

Stále existuje relatívne veľké percento ľudí, ktorí nemajú vedomosť o tom, že EÚ financuje projekty na zlepšenie životnej úrovne na Slovensku. Nie je samozrejme cieľom, aby KS dosiahla úplnú informovanosť o tejto skutočnosti, avšak je stále žiaduce o danej intervencii EÚ informovať. Taktiež hlavným cieľom v oblasti implementácie KS by vzhľadom na uskutočnené prieskumy malo byť na jednej strane zvyšovanie povedomia verejnosti o možnosti financovať projekty a na strane druhej zvyšovanie kvality realizácie schválených žiadostí o NFP poskytovaním kvalitných odborných informácií.

## *Ohrozenia*

Hlavnou hrozbou pre nenaplnenie cieľov KS je nevytvorenie pozitívneho imidžu možnosti čerpania prostriedkov v rámci EŠIF. Na celkový imidž však vplýva celé prostredie EŠIF, a teda prípadné negatívne dopady nemusia byť spôsobené iba CKO, alebo RO OP TP, ale v rámci všetkých OP.

Napriek tomu by sa CKO a RO OP TP malo zamerať na vybudovanie informačných kanálov, ktoré zabezpečia prenos dostatočných, včasných a kvalitných informácií od ich zdroja k jednotlivým cieľovým skupinám.

Vzhľadom na negatívne skúsenosti z predchádzajúceho PO je riziko obstarania externých služieb v oblasti informovania a komunikácie vysoké. Je potrebné dbať na kvalitu výberového procesu tak, aby prípadné nedostatky následne negatívne neovplyvnili realizáciu KS.

### 3 Subjekty spolupracujúce pri príprave a implementácii komunikačnej stratégie OP TP pre PD

#### 3.1 Európska Komisia

**Európska komisia** je najvyšší výkonný orgán EÚ, ktorý má v mnohých otázkach rozhodovaciu právomoc. Navrhuje legislatívu EÚ, kontroluje dodržiavanie tejto legislatívy v členských krajinách EÚ a zastupuje EÚ voči členským štátom aj navonok. Aparát Európskej komisie sa rozdeľuje do takzvaných **generálnych riaditeľstiev** (Directorate-General, DG), ktoré sú analogické ministerstvám. Každé generálne riaditeľstvo sa zaoberá konkrétnou problematikou, na jeho čele je generálny riaditeľ, ktorý podlieha priamo konkrétnemu komisárovi. Generálne riaditeľstvá tiež riadia programy financovania na úrovni EÚ, vykonávajú verejné konzultácie a komunikačné činnosti.

Zastúpenie Európskej komisie v Slovenskej republike je súčasťou tlačového a komunikačného servisu EK, ktorý spadá pod **Generálne riaditeľstvo EK pre komunikáciu v Bruseli**.

Zastúpenie reprezentuje EK v SR a v rámci toho plní tri základné úlohy:

- Spolupráca s médiami – zastúpenie EK komunikuje s národnými a regionálnymi médiami, poskytuje informácie o činnosti Komisie, jej politikách a udalostiach v EÚ;
- Politická spolupráca a spravodajstvo – zastúpenie EK sleduje politický, hospodársky a sociálny vývoj v SR a zaisťuje nepretržitú informovanosť Európskej komisie o každodennom dianí v SR;
- Informovanie verejnosti – zastúpenie EK organizuje množstvo európskych informačných aktivít pre širokú aj odbornú verejnosť a zároveň koordinuje a podporuje sieť 10 regionálnych informačných Europe Direct centier.

V oblasti tvorby riadiacej dokumentácie týkajúcej sa informovanosti a komunikácie EK prostredníctvom svojich štruktúr **zabezpečuje pripomienkovanie KS**.

#### 3.2 Centrálny koordinačný orgán<sup>2</sup>

V zmysle zákona o príspevku z EŠIF plní koordinačné úlohy CKO, ktorý je zriadený na **Úrade vlády SR** (ďalej len „ÚV SR“). Koordinovaný postup všetkých zainteresovaných subjektov prispieva k racionálnemu a hospodárnemu nakladaniu s finančnými prostriedkami určenými na informovanie a komunikáciu na dosiahnutie maximálne možného efektu. Úlohy CKO spočívajú predovšetkým v koordinácii a usmerňovaní subjektov a plnení ďalších úloh v oblasti systému riadenia EŠIF okrem osobitných častí systému riadenia Európskeho poľnohospodárskeho fondu pre rozvoj vidieka. **CKO, špecificky v rámci oblasti informovania a komunikácie, zabezpečuje metodické usmerňovanie riadiacich orgánov na úrovni Partnerskej dohody SR a tiež CKO zabezpečuje na úrovni EŠIF a PD informovanie a komunikáciu v PO 2014 – 2020.**

<sup>2</sup> Podľa Systému riadenia EŠIF 2014 – 2020 schválenom uznesením vlády SR č. 722/2013 dňa 20. 11. 2014.

# ABCD

SR prostredníctvom CKO vymenováva úradníka pre informovanie a komunikáciu, ktorý bude koordinovať informačné a komunikačné činnosti týkajúce sa jedného alebo viacerých fondov, vrátane príslušných operačných programov a informovať EK.

Úradník pre informovanie a komunikáciu zodpovedá za koordináciu Pracovnej skupiny pre informovanie a komunikáciu, za vytvorenie a realizáciu aktivít v oblasti komplexného systému vzdelávania, vytvorenie a údržbu webového sídla CKO a za poskytovanie prehľadu o komunikačných opatreniach vykonávaných na úrovni SR. Za OP TP je členom pracovnej skupiny na PO 2014 - 2020 poverený pracovník na pozícii manažér pre informovanie a komunikáciu.

CKO zabezpečuje komunikáciu o strategickom smerovaní a čerpaní EŠIF v súčinnosti s RO.

CKO koordinuje spoločné komunikačné aktivity v rámci celého procesu programovania, implementácie, monitorovania a hodnotenia spoločných komunikačných aktivít. Táto koordinácia sa týka spoločných aktivít na národnej úrovni (napr. špeciálne akcie v týždni, ktorý pripadá na 9. mája, celoštátne konferencie, veľtrhy a pod.). Komunikačné aktivity jednotlivých RO bude CKO monitorovať v rámci výročných správ o vykonávaní OP predkladaných v rokoch 2017 a 2019 a v záverečnej správe o vykonávaní OP.

CKO koordinuje Pracovnú skupinu pre informovanie a komunikáciu, ktorá je zložená z kontaktných osôb, zodpovedných za informovanie a komunikáciu, ktoré sú nominované s jasne definovanými zodpovednosťami a právomocami CKO, CO a s každým RO.

CKO prostredníctvom Pracovnej skupiny pre informovanie a komunikáciu:

- Zabezpečí komunikáciu PO 2014 - 2020, ako aj podpornú komunikáciu OP a HP v SR i v zahraničí smerom k EK;
- Koordinuje fungovanie nasledujúcich spoločných informačných nástrojov:
  - webové sídlo CKO,
  - štvrťročník o EŠIF (Eurokompas<sup>3</sup>),
  - ďalšie informačné publikácie (letáky, brožúry a pod.) vydávané CKO v spolupráci s RO pre odbornú a širokú verejnosť.

Webové sídlo CKO je hlavným a spoločným informačným nástrojom CKO, RO a gestorov HP poskytujúci základné informácie o EŠIF potenciálnym žiadateľom o NFP, žiadateľom o NFP, prijímateľom a širokej verejnosti. Webové sídlo CKO bude medializované CKO a RO pomocou ostatných komunikačných opatrení (napr. odkazy na webové sídlo CKO). Za fungovanie webového sídla CKO je zodpovedný CKO, pričom RO sú povinné poskytnúť aktívnu súčinnosť, keďže webové sídlo CKO bude poskytovať aktuálne informácie o všetkých OP, preto sa na obsahovej náplni webového sídla CKO podieľa každý člen Pracovnej skupiny pre informovanie a komunikáciu formou zasielania podkladov a informácií za príslušný OP.

---

<sup>3</sup> Štvrťročník Eurokompas poskytuje všetkým záujemcom a ďalším subjektom kompletne a aktuálne informácie o príprave strategických dokumentov a implementácii OP v rámci PO 2014 - 2020 v písomnej forme. CKO pripravuje vydávanie Eurokompasu v spolupráci s RO jedenkrát za štvrťrok a distribuuje ho všetkým mestám a obciam SR, regionálnym informačným centrami CKO, samosprávnym krajom a iným zainteresovaným subjektom.

## 3.3 Riadiaci orgán OP TP<sup>4</sup>

RO pre OP TP je **Úrad vlády SR**. RO OP TP je zodpovedný za zabezpečenie a dodržiavanie požiadaviek na informovanie a komunikáciu v súlade s legislatívou EÚ a SR. Pripraví, realizuje a v prípade potreby aktualizuje KS OP TP pre PD.

**Úrad vlády SR ako RO OP TP zabezpečí informovanie všetkých cieľových skupín minimálne o:**

- Úlohách EÚ, RO a Monitorovacieho výboru pre OP TP;
- OP TP, jeho postavení a úlohe v rámci PO 2014 – 2020, ako aj o jeho cieľoch;
- Cieľoch relevantných HP;
- Podmienkach poskytnutia príspevku, ktoré je potrebné splniť na získanie pomoci z OP TP;
- Jednotlivých krokoch procesu získavania prostriedkov z OP TP, t. j. zverejniť informácie o výzvach, podmienkach poskytnutia príspevku, schválených projektoch atď.;
- Kontaktoch na národnej, regionálnej alebo miestnej úrovni, ktoré môžu poskytnúť informácie o OP TP;
- Aktuálnom stave čerpania finančných prostriedkov za OP TP v \*.csv alebo \*.xml formáte, ktorý je aktualizovaný v mesačnom intervale;
- Zozname projektov, ktorý je aktualizovaný v mesačnom intervale v \*.csv alebo \*.xml formáte;
- Náležitostiach definovaných v § 48 zákona o príspevku z EŠIF a ďalších skutočnostiach, ktoré sú povinne zverejňované podľa tohto alebo iných zákonov;
- Potrebe chrániť finančné záujmy EÚ, o boji proti podvodom a korupcii v súvislosti s čerpaním prostriedkov EÚ v rámci EŠIF v minimálnom rozsahu určenom na úrovni pracovnej skupiny pre komunikáciu zriadenú pod Riadiacim výborom na ochranu finančných záujmov EÚ.

**Úrad vlády SR ako RO OP TP je zodpovedný za organizovanie týchto opatrení v oblasti informovania a komunikácie ak je to vhodné:**

- Hlavná informačná aktivita, ktorou sa zverejní spustenie OP a bude zameraná na všetky cieľové skupiny definované vo zvolenej komunikačnej stratégii RO, aj v prípade neexistujúcej konečnej verzie komunikačnej stratégie;
- Minimálne jedna veľká informačná aktivita (napr. celoštátna konferencia) raz za rok, ako je ustanovené v komunikačnom pláne, ktorou sa prezentujú výsledky OP, vrátane veľkých, národných projektov a projektov technickej pomoci, ak je to vhodné<sup>5</sup>;
- Vyvesenie európskej zástavy na jeden týždeň od 9. mája pred priestory RO;
- Zverejnenie informácií v súlade s ustanoveniami zákona o príspevku z EŠIF, resp. ustanovení Systému riadenia EŠIF.

<sup>4</sup> Podľa Systému riadenia EŠIF 2014 – 2020 schválenom uznesením vlády SR č. 722/2013 dňa 20. 11. 2014.

<sup>5</sup> Definované podľa Systému riadenia EŠIF. Vzhľadom na to, že OP TP je špecifickým programom, RO OP TP má možnosť požiadať CKO o udelenie výnimky, aby nemuseli organizovať veľké informačné aktivity raz za rok.

# ABCD

V rámci informovania všetkých cieľových skupín RO povinne využíva minimálne jedného z nasledujúcich **partnerov spolupráce** na komunikačných aktivitách, ktorý môže zabezpečiť čo najväčšie rozšírenie informácií:

- Štátne, regionálne a miestne orgány a rozvojové agentúry;
- Obchodné a profesijné združenia;
- Hospodárski a sociálni partneri;
- Mimovládne organizácie;
- Organizácie zastupujúce podnikateľov;
- Informačné centrum pri zastupiteľstvách Európy, ako aj zastúpenie EK v členských štátoch;
- Vzdelávacie inštitúcie.

**Úrad vlády SR ako RO OP TP** menuje kontaktnú osobu zodpovednú za informovanie a komunikáciu, ktorá je členom Pracovnej skupiny pre informovanie a komunikáciu a zároveň plní úlohy RO voči CKO vo vzťahu k oblasti informovania a komunikácie. Za OP TP je členom pracovnej skupiny na PO 2014 - 2020 definovaný príslušný zamestnanec na pozícii manažera pre informovanie a komunikáciu. Každý RO určí jednu osobu, ktorá bude zodpovedať za informovanie a komunikáciu na úrovni OP a informuje o tom EK (príslušné generálne riaditeľstvo).

**Úrad vlády SR ako RO OP TP** je povinný poskytnúť aktívnu súčinnosť pri zverejňovaní všetkých aktuálnych informácií na CKO, a to ich zasielaním najneskôr v deň schválenia, resp. zverejnenia danej informácie na webovom sídle daného RO na e-mailové adresy stanovené CKO. RO okrem toho poskytuje aj informácie o časovom harmonograme zverejňovania výziev, zverejnených výzvach, ich zmenách a ďalšie informácie v rozsahu podľa Systému riadenia EŠIF a dokumentmi vydanými na jeho základe.

**Úrad vlády SR ako RO OP TP vo výročných správach a záverečnej správe** o vykonávaní OP, predkladaných v rokoch 2017 a 2019, ako aj v záverečnej správe o vykonávaní OP, v nadväznosti na prijaté opatrenia v oblasti informovania a komunikácie **uvedie**:

- Príklady informačných a komunikačných opatrení uskutočnených pri realizácii komunikačnej stratégie príslušného OP;
- Nástroje/prostriedky realizácie opatrení informovania a komunikácie a ak je to možné, tiež webovú adresu, na ktorej sú zverejnené uvedené údaje;
- Obsah významných zmien komunikačnej stratégie.

**Úrad vlády SR ako RO OP TP je povinný informovať aspoň raz do roka o:**

- Vykonaných opatreniach a aktivitách v oblasti informovania a komunikácie;
- Komunikačnej stratégii a pokroku pri jej implementácii cez komunikačné plány;
- Použitých komunikačných prostriedkoch;
- Hlavných zmenách a doplnení komunikačnej stratégie;
- Plánovaných informačných a komunikačných aktivitách, ktoré sa budú vykonávať v nasledujúcom roku.



## 3.4 Monitorovací výbor<sup>6</sup>

Monitorovací výbor (ďalej len „MV“) má v oblasti informovania a komunikácie úlohu schvaľovacieho orgánu. Komunikačná stratégia sa MV predkladá na schválenie najneskôr šesť mesiacov od prijatia OP.

### **MV v oblasti informovania a komunikácie:**

- Skúma a schvaľuje:
  - Komunikačnú stratégiu pre OP a všetky zmeny tejto stratégie;
  - Výročné a záverečné správy o vykonávaní OP.
- Skúma a vyjadruje sa najmä k:
  - Realizácii komunikačnej stratégie.

### **RO je povinný informovať MV:**

- O vykonaných opatreniach a aktivitách v oblasti informovania a komunikácie;
- O použitých komunikačných prostriedkoch;
- O hlavných zmenách a doplnení KS OP TP pre PD.

## 3.5 Informačno – poradenské centrá pre EŠIF

CKO bude gestorom integrovanej siete IPC so zastúpením v regiónoch SR, ktorých cieľom bude poskytovanie odborného poradenstva pre potenciálnych žiadateľov, žiadateľov a prijímateľov v oblasti EŠIF. V zmysle Systému riadenia EŠIF (schváleným vládou SR, uznesením č. 586/2014 z dňa 20.11.2014) CKO zabezpečí zriadenie integrovanej siete IPC najneskôr od 1.1.2016.

### **Hlavnými činnosťami IPC bude:**

Spolupráca s CKO a RO na príprave a realizácii informačných aktivít o možnostiach využívania EŠIF určených pre širšiu verejnosť;

- Spolupráca s RO a SO pri príprave a realizácii informačných aktivít určených pre špecifické cieľové skupiny;
- Organizácia seminárov k zverejneným výzvam;
- Organizácia školení pre žiadateľov na podporu procesu prípravy žiadostí o NFP;
- Organizácia školení pre prijímateľov na podporu procesu implementácie projektov;
- Poskytovanie osobných konzultácií pri tematickom zameraní projektových zámerov/žiadostí o NFP;
- Poskytovanie osobných konzultácií pri spracovaní projektových zámerov/žiadostí o NFP (finančné a nefinančné aspekty);

<sup>6</sup> Podľa Systému riadenia EŠIF 2014 – 2020 schválenom uznesením vlády SR č. 722/2013 dňa 20. 11. 2014.

- Poskytovanie osobných konzultácií pri implementácii projektov (finančné a nefinančné aspekty);
- Podpora pri identifikácii partnerov pre šírenie informovanosti o EŠIF a potenciálnych žiadateľov.

Pre OP TP je činnosti IPC poskytovať poradenstvo žiadateľom a prijímateľom irelevantné. V tomto prípade by IPC fungovalo skôr pre širokú verejnosť, ktorá by mala možnosť obrátiť sa na IPC s otázkami všeobecne ohľadom implementácie EŠIF. IPC by malo byť schopné poskytnúť širokej a odbornej verejnosti informácie, ktoré súvisia s jednotlivými OP a rovnako aj informácie ohľadom PD a EŠIF.

## 3.6 Oprávnení prijímateľa OP TP

Podstatou informovania a komunikácie pri týchto spolupracujúcich subjektoch je poskytnúť také relevantné informácie o OP TP a EŠIF, ktoré zabezpečia ich multiplikáciu v potrebnom rozsahu.

Prijímateľa majú v rámci informovania a komunikácie nasledovné povinnosti:

- Všetky informačné a komunikačné opatrenia uskutočnené prijímateľom oznamujú podporu operácie z EŠIF zobrazením:
  - znaku EÚ spolu s odkazom na EÚ,
  - loga OP TP v súlade s dizajn manuálom,
  - odkazu na fond alebo fondy, ktoré operáciu podporujú;
- Počas realizácie projektu uverejniť na svojej webovej stránke krátky opis projektu, umiestniť informačný plagát s informáciami o projekte vo verejne dostupných priestoroch, zabezpečiť informovanosť účastníkov aktivít projektov o financovaní z EŠIF, postaviť dočasný pútač alebo stálu tabuľu alebo pútač podľa stanovených pravidiel.

## 4 Cieľové skupiny

V záujme zabezpečenia efektívnej komunikácie je nutné, aby jednotlivým cieľovým skupinám boli poskytnuté adekvátne informácie (rozsah, obsah, hĺbka informácie, a pod.), adekvátnym (forma komunikácie, zvolený komunikačný nástroj, časovanie, predpokladaná životnosť informácií, a pod.) a čo najefektívnejším spôsobom (účelnosť, hospodárnosť a efektívnosť).

Cieľové skupiny v rámci KS OP TP pre PD sú skupiny obyvateľov (najmä SR), ktoré možno rozdeliť podľa typu, potreby, odbornej intenzity a rozsahu informácie. Pre každú z týchto skupín budú následne pridelené ciele komunikačné nástroje v rámci KS.

Vyššie spomenutá segmentácia je dôležitá preto, aby bolo možné zoskupiť viaceré cieľové skupiny s rovnakými informačnými potrebami do väčších celkov, s ktorými možno spoločne komunikovať, čím sa dosiahne konzistentnosť informovanosti (účinnosť), zjednoduší a zrýchli sa komunikácia (efektívnosť) a znížia sa tým náklady a prácnosť (hospodárnosť).

V rámci KS OP TP pre PD sú zadané nasledovné tri cieľové skupiny a ich segmenty **z hľadiska rozsahu komunikovaných informácií:**

### 1. Široká verejnosť

Ide o fyzické osoby (prípadne právnické osoby), ktoré majú voľný prístup k zverejňovaným informáciám.

Vzhľadom na to, že OP TP je špecifickým programom čo sa prijímateľov týka, cieľom tejto KS je prostredníctvom informovania širokej verejnosti informovať potenciálnych žiadateľov o možnosti čerpania EŠIF a o všetkých OP, ktoré slúžia ako nástroj čerpania EŠIF. Cieľom je informovať a vzbudiť taký záujem širokej verejnosti o EŠIF aby potenciálni žiadatelia nielen vedeli o možnosti čerpania finančných prostriedkov, ale aby vedeli kde hľadať podrobnejšie informácie o OP. Každý OP rieši informovanosť a komunikáciu taktiež samostatne iba na úrovni OP, avšak vždy pri svojej komunikačnej kampani zvyčajne zdôrazňujú pomoc Spoločenstva, PD a EŠIF ako celku.

### 2. Odborná verejnosť, médiá a subjekty podieľajúce sa na implementácii EŠIF

Do **odbornej verejnosti** patria inštitúcie a konzultačné spoločnosti, vysoké školy a iné inštitúcie, ktoré sú zamerané na rozvoj regiónov, eurofondy, a pod.

K špecifickej cieľovej skupine patria **médiá**. Tieto výrazne ovplyvňujú obsah, formu a frekvenciu komunikácie, čím dokážu vplyvať na všetky cieľové skupiny, preto je dôležité budovať a udržiavať dobré vzťahy s touto cieľovou skupinou a to najmä poskytovaním relevantných, správnych a včasných informácií. Dôležité je, aby médiá a odborná verejnosť mali dobré skúsenosti a dostatočnú informovanosť, aby sa pri šírení informácií stali neoddeliteľnými partnermi pri šírení pravdivých a pozitívnych informácií o Spoločenstve, PD a EŠIF.

Do skupiny **subjektov, ktoré podieľajú na implementácii OP**, najmä šírením samostatných informácií, alebo monitorovaním jeho realizácie patria:

- Európska komisia;
- Vláda SR;

# ABCD

- Gestori horizontálnych priorít;
- CKO;
- Certifikačný orgán;
- Orgán auditu a spolupracujúce orgány;
- Úrad pre verejné obstarávanie;
- Protimonopolný úrad;
- Odbor Centrálny kontaktný útvar pre OLAF;
- Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR;
- Ministerstvo financií SR ako koordinátor štátnej pomoci;
- Ministerstvo životného prostredia SR ako koordinátor EIA (Environmental Impact Assessment – Posudzovanie vplyvov na životné prostredie) pre EŠIF.

### 3. Oprávnení prijímatelia OP TP

V neposlednom rade sa KS zameriava na subjekty, pre ktoré je OP určený, t.j. subjekty oprávnené implementovať projekty financované v rámci OP TP.

V rámci OP TP na obdobie 2014 – 2020 boli definovaní nasledovní potenciálni žiadatelia o NFP:

- Úrad vlády SR ako CKO;
- Úrad vlády SR ako RO OP TP;
- Úrad vlády SR ako Národný orgán, národný kontaktný bod a systém prvostupňovej kontroly a auditu pre programy nadnárodnej spolupráce pre cieľ Európskej územnej spolupráce v rámci SR;
- Úrad vlády SR ako Odbor Centrálny kontaktný útvar pre OLAF;
- Ministerstvo financií SR ako Certifikačný orgán;
- Ministerstvo financií SR ako Orgán auditu;
- Platobná jednotka pre OP TP;
- Úrad pre verejné obstarávanie;
- Gestori horizontálnych priorít;
- Správa finančnej kontroly;
- Datacentrum;
- Ministerstvo financií SR ako koordinátor štátnej pomoci;
- Ministerstvo životného prostredia SR ako koordinátor EIA (Environmental Impact Assessment – Posudzovanie vplyvov na životné prostredie) pre EŠIF;
- Organizačné útvary Ministerstva financií SR podieľajúce sa na implementácii finančných nástrojov;

# ABCD

- Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR;
- Mimovládne organizácie.

Obrázok 2: grafické znázornenie cieľových skupín



## 5 Ciele

Zjednotený postup všetkých subjektov zainteresovaných do procesu informovania a komunikácie o poskytnutí prostriedkov z EŠIF predstavuje základný predpoklad na dosiahnutie cieľov komunikačnej stratégie OP TP pre PD na roky 2014-2020. Zadefinovanie globálneho cieľa, ako aj špecifických cieľov je odvodené z východísk komunikačnej stratégie. Informačné priority rozvíjajú jednotlivé špecifické ciele a sú k nim hierarchicky zoradené. Informačné priority umožňujú stanoviť zoznam aktivít, cieľových skupín a finančných nástrojov komunikácie. Definovanie globálneho cieľa ako aj špecifických cieľov je odvodené od cieľov Partnerskej dohody a OP TP.

Úlohou **Úradu vlády SR ako CKO a RO OP TP** je:

- Motivovať potenciálnych žiadateľov na podanie projektových žiadostí v OP a poskytovať podrobné informácie potrebné ku kvalitnému vypracovaniu žiadostí;
- Informovať o pokrokoch v oblasti implementácie OP;
- Poskytovať prijímateľom vhodnou formou dostatočnú podporu počas realizácie projektov;
- Informovať širokú verejnosť o poskytovanej podpore z EÚ.
- Informovať o napĺňaní PDa Stratégii Európa 2020;
- Informovať o pokrokoch v oblasti implementácie programov PD;
- Informovať o prínosoch EŠIF fondov pre SR a komunikovať prierezové témy podľa aktuálnej potreby.

### 5.1 Globálny cieľ komunikačnej stratégie OP TP pre PD

**Globálnym cieľom komunikačnej stratégie je zabezpečiť širokú informovanosť občanov celej SR o úlohe Spoločenstva, o Partnerskej dohode a o pomoci poskytovanej prostredníctvom EŠIF.**

### 5.2 Špecifické ciele komunikačnej stratégie OP TP pre PD

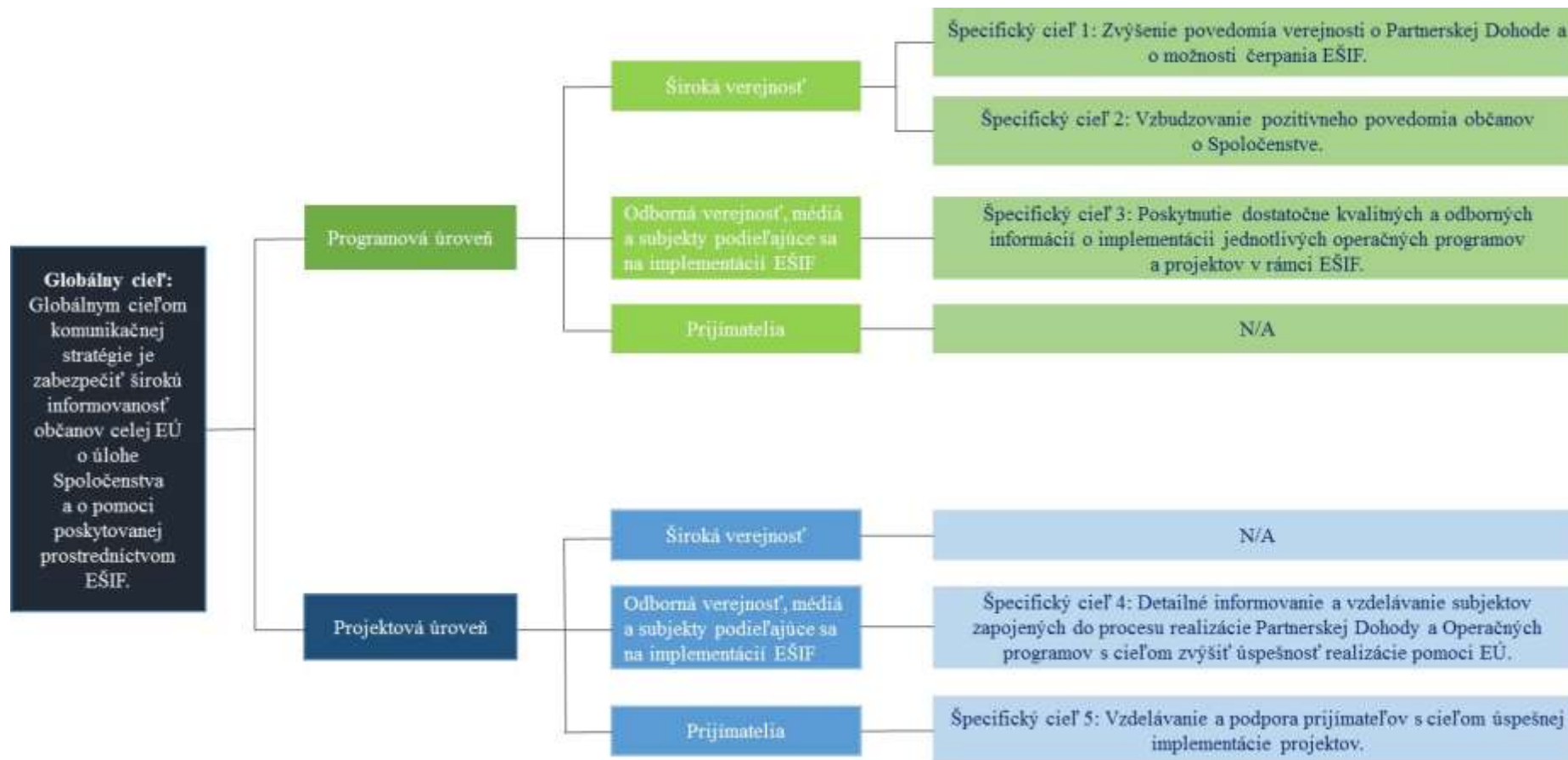
Špecifické ciele KS priradené na úroveň jednotlivých cieľových skupín, rovnako ako aj globálny cieľ, sú odvodené z východísk KS. Vzhľadom na unikátnosť OP TP, sú špecifické ciele rozdelené na projektovú a programovú úroveň.

**Programová úroveň** predstavuje ciele zamerané prevažne na informovanosť ohľadom Partnerskej dohody a fondov EŠIF ako celku. CKO komunikuje prierezové témy spojené so všetkými programami spoločne.

**Projektová úroveň** sa naopak, zameriava na úspešnú realizáciu a implementáciu projektov. Jednotlivé špecifické ciele definované pre OP TP priradené k jednotlivým cieľovým skupinám sú znázornené graficky nižšie.

# ABCD

Obrázok 3: Grafické znázornenie špecifických cieľov priradených k jednotlivým cieľovým skupinám



## 6 Komunikačná stratégia

KS vychádza z princípu, že komunikácia je neoddeliteľnou súčasťou politiky súdržnosti, keďže prispieva k transparentnej implementácii a budovaniu administratívnych kapacít pre nástroje politiky súdržnosti. Pomáha prispievať k modernizácii ekonomiky EÚ a stratégie pre rast a pre nárast pracovných miest, k zdôrazňovaniu kvality OP aj samotných projektov, pričom pomáha šíriť príklady úspešných projektov. KS vychádza z analýzy stavu.

KS popisuje akým spôsobom je potrebné realizovať komunikačné aktivity a ako dosiahnuť stanovené ciele. Samotná KS vychádza z cieľov OPTP.

Za realizáciu KS pre národnú úroveň implementácie EŠIF v programovom období 2014 – 2020 je zodpovedný CKO s použitím finančných prostriedkov OP TP. CKO je definovaný na národnej úrovni s cieľom zabezpečiť koordináciu programovania, implementácie, monitorovania a hodnotenia EŠIF informovania a komunikácie aj s Európskou komisiou. Centrálnym koordinačným orgánom Partnerskej dohody je Úrad vlády Slovenskej republiky.

KS je komplexný dokument, ktorý rámcovo definuje postup v oblasti informovania a komunikácie. Detailný postup jej implementácie je upravený v ročných komunikačných plánoch. Úrad vlády SR ako CKO a RO OP TP je zodpovedný za koordináciu informačných a komunikačných aktivít s MV aj IPC a poskytovanie korektných a včasných informácií smerom na všetky cieľové skupiny. Úrad vlády SR ako CKO a RO OP TP je zodpovedný za dodržiavanie požiadaviek informovania a komunikácie v súlade s legislatívou EÚ a SR.

Jedným z hlavných cieľov KS je aj správnym spôsobom podať informácie vybraným cieľovým skupinám o spôsobe, ako SR prostredníctvom svojich OP prispieva k napĺňaniu cieľov EÚ. Ide najmä o cieľovú skupinu č. 1 široká verejnosť, pre ktorú je vhodné v rámci definovaných špecifických cieľov informovať formou vhodných komunikačných aktivít o realizovaných projektoch, a akým spôsobom tieto projekty pomáhajú naplňať ciele EÚ ako celku.

### 6.1 Taktické informačno – komunikačné nástroje

Komunikačný nástroj je základný typ komunikačnej aktivity, ktorou sa vykonáva implementácia KS. Komunikačné nástroje sú kľúčovou jednotkou pre strategické plánovanie v rámci KS a rozdeľujeme ich na priame, špecifické a reklamné (tzv. „ATL“ a „BTL“, pre vysvetlenie viď časť 10.1) podľa cieľovej skupiny pre ktorú sú určené. Pre každú cieľovú skupinu budú vybrané najvhodnejšie komunikačné nástroje vzhľadom na obsah informácií, ktoré im budú odkomunikované.

Úrad vlády SR ako CKO poskytuje **priamu komunikáciu** prostredníctvom:

- Telefonickej bezplatnej infolinky;
- Online poradenstva (databázový mailing).



**Špecifickým komunikačným nástrojom** budú IPC, ktorých cieľom je poskytovanie odborného poradenstva pre širokú a odbornú verejnosť v oblasti EŠIF. Primárnym cieľom IPC pre ostatné OP je pomoc potenciálnym žiadateľom o NFP, žiadateľom NFP pri vytváraní žiadostí a prijímateľom NFP pri implementácii projektov. IPC budú fungovať aj ako miesto prvého kontaktu pre širokú a odbornú verejnosť, ktorá bude mať záujem o všeobecné informácie o EŠIF ako celku. Pre OP TP je táto pomoc irelevantná vzhľadom na presne určených prijímateľov, ktorými sú najmä ústredné orgány štátnej správy.

**Komunikačné nástroje rozdeľujeme** na základe toho, či sú využívané masovo komunikačné prostriedky. V nadväznosti na uvedené môžeme komunikačné nástroje definovať ako nadlinkové (tzv. ATL nástroje), ktoré využívajú médiá a podlinkové (tzv. BTL nástroje), ktoré sú určené na komunikáciu s konkrétnou cieľovou skupinou prostredníctvom rôznych prezentácií, akcií a pod.:

- **Nadlinkové nástroje (ATL nástroje):**

- TV – spot – v rámci šírenia informácií čo najširšiemu okruhu širokej verejnosti budú v rámci televíznych staníc vysielané imidžové spoty a samostatné relácie a rozhovory. TV je taktiež vhodný nástroj na distribúciu propagačných filmov a prezentáciu dobrých skúseností pri realizácii pomoci EÚ.
- Rádio – spot – v rámci šírenia informácií čo najširšiemu okruhu širokej verejnosti budú v rámci rozhlasových staníc vysielané imidžové spoty a samostatné relácie a rozhovory. Rádio je taktiež vhodný nástroj na prezentáciu dobrých skúseností pri realizácii pomoci EÚ.
- Out-of-home (OOH nástroje) – billboardy, citylighty (podsvietené reklamné panely), plagáty, neštandardné nosiče (neštandardné reklamné plochy ako napr. dopravné prostriedky MHD, pokladničné pásy a pod.);
- Tlač – tento komunikačný nástroj je vhodný na prezentáciu komplexných informácií, inzercie v tlačených médiách (napr. PANORAMA magazín vydávaný EK, EUROKOMPAS) a rôznych príspevkov. Publikácie budú zverejňované v najčítanejších denníkoch, týždenníkoch a mesačníkoch s celoslovenskou alebo regionálnou pôsobnosťou a v špecializovaných periodikách.
- PR kampaň – PR články v tlačených aj online médiách, rozhlasové a TV diskusie;
- Online marketing:
  - webová stránka <http://www.vlada.gov.sk/operacny-program-technicka-pomoc/> (centralizácia informácií, poradňa, prelinkovanie na webové stránky CKO),
  - webová stránka CKO [www.partnerskadohoda.gov.sk](http://www.partnerskadohoda.gov.sk) (komunikovanie základných informácií o pomoci EÚ a o EŠIF),
  - informovanie z úrovne EK [www.ec.europa.eu/regional\\_policy/index\\_en.cfm](http://www.ec.europa.eu/regional_policy/index_en.cfm),
  - display (bannery, resp. reklamné plochy zobrazujúce sa napr. na webových stránkach) a PPC (Google, Facebook, YouTube, Yammer, Inform Network (výmena skúseností v rámci EÚ)) kampaň,
  - Marketingové aktivity na sociálnych sieťach (SMM - social media marketing) – webinár/videoinfografika umiestnená napr. na YouTube;

# ABCD

- A iné.
- **Podlinkové nástroje (BTL nástroje):**
  - Event marketing – konferencie, výstavy, workshopy, tematicky zamerané podujatia, informačné semináre zamerané najmä na prezentovanie pomoci EÚ a Partnerskej dohody, ako aj na prezentovanie jednotlivých OP formou osobného stretnutia zástupcov RO a cieľových skupín. Rôzne komunikačné aktivity ako besedy, roadshow alebo semináre budú organizované obzvlášť v regiónoch, ktoré sa považujú za najpodstatnejších prijímateľov pomoci. Špeciálnymi podujatiami budú vzdelávacie aktivity pre subjekty zapojené do implementácie EŠIF, ako aj prijímateľov. Informačné aktivity budú prebiehať aj v regiónoch, menších mestách a obciach, nielen celoplošne, resp. na úrovni VÚC;
  - PR komunikácia – tlačové konferencie, tlačové správy;
  - Direct marketing (tzv. „Cieľový marketing“):
    - prezentačné materiály a odborné publikácie (manuály, letáky, newsletters, plagáty, brožúry, roll-up bannery - praktický a stabilný obojstranný hliníkový Roll Up stojan, DVD/CD);
    - propagačné predmety (perá, USB kľúče, zápisníky, tašky, kalendáre, bloky a iné) – nástroj na vytvorenie a podporu povedomia o pomoci EÚ;
    - RSS systém (tzv. kanál noviniek na vybraných internetových stránkach);
  - A iné.

## 6.2 Aplikácia komunikačných nástrojov pre definované cieľové skupiny

### 6.2.1 Cieľová skupina 1: Široká verejnosť

Široká verejnosť je v prípade KS OP TP pre PD najpodstatnejšou skupinou, ktorej musia byť poskytnuté informácie prijateľnou formou a v požadovanej hĺbke.

Cieľom KS OP TP pre PD je oboznámiť širokú verejnosť o pomoci, ktorá je Slovensku poskytnutá prostredníctvom EŠIF, a že SR tieto fondy čerpá prostredníctvom jednotlivých OP. Každý jeden OP má povinnosť samostatne realizovať komunikačnú stratégiu, v rámci ktorej informuje o možnosti čerpať EŠIF z daného OP. Do tejto cieľovej skupiny patria aj potenciálni žiadatelia pre ostatné OP.

Tabuľka 1: Prehľad použitia komunikačných nástrojov pre cieľovú skupinu č. 1.<sup>7</sup>

Špecifický cieľ	Úroveň	Zvolené komunikačné nástroje	Obsah poskytovaných informácií (príklady)
Špecifický cieľ 1: Zvýšenie povedomia verejnosti o Partnerskej Dohode a o možnosti čerpania EŠIF	Programová úroveň	<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>Príklady dobrej praxe</li> <li>Informácie o Operačných programoch ako nástrojoch Partnerskej dohody</li> </ul>
Špecifický cieľ 2: Vzbudzovanie pozitívneho povedomia občanov o Spoločenstve	Programová úroveň	<ul style="list-style-type: none"> <li>ATL nástroje</li> <li>BTL nástroje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Informácie o pozitívnom vplyve Spoločenstva na rozvoj Slovenska</li> </ul>

<sup>7</sup> V prípadoch, kde sú spomenuté všeobecne ATL alebo BTL nástroje a nie sú konkretizované, sú myslené všetky nástroje spomenuté v podkapitole 6.1

# ABCD

Obrázok 4: Schéma odporúčaných komunikačných nástrojov pre cieľovú skupinu 1



## Materiály dostupné pre osoby so zdravotným postihnutím

Osoby so zdravotným postihnutím sú špecifickou podmnožinou cieľovej skupiny č. 1 – široká verejnosť. Na základe Dohovoru OSN o právach osôb so zdravotným postihnutím je povinnosťou SR presadzovať, chrániť a zabezpečovať plné a rovnaké užívanie všetkých ľudských práv a základných slobôd všetkými osobami so zdravotným postihnutím a podporovať úctu k ich prirodzenej dôstojnosti. Aby RO a SO zabezpečili túto požiadavku, predpokladajú využiť širokú paletu ATL nástrojov, ktoré zabezpečia aj informovanosť pre osoby s rôznym typom zdravotného postihnutia. V nadväznosti na uvedené budú pre jednotlivé skupiny osôb s vnemovým zdravotným postihnutím využívané napríklad tieto nástroje:

- Zrakovo postihnuté osoby (komunikačné nástroje využívajúce audio prenos):
  - TV spot;
  - Rozhlasový spot;
  - PR kampaň (rozhlasové a TV diskusie);
  - Priama komunikácia (info linka).

Pre zrakovo postihnuté osoby je dôležité, aby súčasťou informačných spotov bola aj komunikácia telefónnych kontaktov na OP TP.

- Sluchovo postihnuté osoby (komunikačné nástroje využívajúce vizuálny prenos):
  - TV spot;
  - OOH;

# ABCD

- Printová inzercia;
- PR kampaň;
- Online marketing.

Pre sluchovo postihnuté osoby je dôležité, aby súčasťou informačných spotov v TV bola aj vizuálna komunikácia online kontaktov na OP TP.

- Pre osoby s telesným postihnutím je potrebné dbať na to, aby v prípade realizovania vzdelávacích akcií (napr. workshopy, konferencie, semináre a pod.) bol v priestoroch, kde sa akcia vykonáva zabezpečený bezbariérový prístup.

**6.2.2 Cieľová skupina 2: Odborná verejnosť, médiá a subjekty podieľajúce sa na implementácii EŠIF**

Tabuľka 2: Prehľad použitia komunikačných nástrojov pre cieľovú skupinu č. 2.

Špecifický cieľ	Úroveň	Zvolené komunikačné nástroje	Obsah poskytovaných informácií (príklady)
Špecifický cieľ 3: Poskytnutie dostatočne kvalitných a odborných informácií o implementácii jednotlivých operačných programov a projektov v rámci EŠIF.	Programová úroveň	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Priama komunikácia</li> <li>• ATL nástroje:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tlač</li> <li>- PR kampaň</li> <li>- Online marketing</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Odborné informácie týkajúce sa dosiahnutých merateľných ukazovateľov</li> <li>• Príklady dobrej praxe</li> </ul>
Špecifický cieľ 4: Detailné informovanie a vzdelávanie subjektov zapojených do procesu realizácie Partnerskej Dohody a Operačných programov s cieľom zvýšiť úspešnosť realizácie pomoci EÚ.	Projektová úroveň	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BTL nástroje                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Event marketing</li> <li>- Direct marketing</li> <li>- PR komunikácia</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informácie o prínose realizovaných projektov</li> </ul>

Obrázok 5: Schéma odporúčaných komunikačných nástrojov pre cieľovú skupinu 2



### 6.2.3 Cieľová skupina 3: Prijímatelia

Tabuľka 3: Prehľad použitia komunikačných nástrojov pre cieľovú skupinu č. 3.

Špecifický cieľ	Úroveň	Zvolené komunikačné nástroje	Obsah poskytovaných informácií (príklady)
Špecifický cieľ 5: Vzdelávanie a podpora prijímateľov s cieľom úspešnej implementácie projektov.	Projektová úroveň	<ul style="list-style-type: none"> <li>Priama komunikácia</li> <li>ATL nástroje:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Online marketing</li> </ul> </li> <li>BTL nástroje                             <ul style="list-style-type: none"> <li>Event marketing</li> <li>Direct marketing</li> <li>PR komunikácia</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Oznámenie o vyhlásení vyzvania</li> <li>Poradenstvo pri tvorbe projektov</li> <li>Poradenstvo pri implementácii projektov</li> <li>Podporné informácie k výzve</li> <li>Poradenstvo pri tvorbe žiadostí o NFP</li> <li>Poradenstvo pri implementácii projektov</li> <li>Informácie v oblasti verejného obstarávania, právnych predpisov atď.</li> </ul>

Obrázok 6: Schéma odporúčaných komunikačných nástrojov pre cieľovú skupinu 3



## 7 Realizačný plán

### 7.1 Časový harmonogram realizácie plánovaných komunikačných aktivít na roky 2014 – 2020

Úspešnosť KS je závislá nielen od poskytnutých finančných prostriedkov, ale je nevyhnutné aj správne načasovanie najvhodnejšieho komunikačného nástroja. Aktivity KS musia byť ukončené do 31.12.2022.

Tabuľka 4: Časový harmonogram aktivít KS OP TP pre PD

Aktivita	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
<b>Informačné akcie</b>									
Prednášky / konferencie	-	x	x	x	x	x	x	x	x
Workshopy/semináre s cieľovými skupinami	-	x	x	x	x	x	x	x	x
Workshopy s konečnými prijímateľmi pomoci počas implementácie projektov	-	x	x	x	x	x	x	x	x
Ostatné konferencie	-	x	x	x	x	x	x	x	x
<b>Mediálna kampaň</b>									
Zameraná na komunikáciu o existencii Partnerskej dohody, jej cieľov a o úlohách EŠIF a EÚ.	-	x	x	x	x	x	x	x	x
<b>Internet</b>									
Informácie zverejňované na: <a href="http://www.vlada.gov.sk">http://www.vlada.gov.sk</a> <a href="http://www.partnerskadohoda.gov.sk">www.partnerskadohoda.gov.sk</a>	<i>Počas celého programového obdobia</i>								
<b>PR</b>									
Tlačové správy, tlačové konferencie	-	x	x	x	x	x	x	x	x
Prílohy odborných publikácií	-	-	x	x	x	x	x	x	x
Rozhlasové a TV diskusie	-	x	x	x	x	x	x	x	x
Odborné a informačné publikácie, letáky	<i>Počas celého programového obdobia</i>								



Propagačné predmety	<i>Počas celého programového obdobia</i>
IPC	<i>Počas celého programového obdobia</i>
Priama komunikácia	<i>Počas celého programového obdobia</i>

## 7.2 Indikatívny realizačný rozpočet aktivít na programové obdobie

Tabuľka 5: Indikatívna alokácia finančných prostriedkov na jednotlivé komunikačné aktivity na PO 2014 - 2020<sup>8</sup>

Plánovaná aktivita		Nástroje/ charakteristika	Indikatívny rozpočet EUR s DPH
1.	Informovanie širokej verejnosti	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Priama komunikácia</li> <li>• ATL nástroje</li> <li>• BTL nástroje</li> </ul>	8 912 500 €
2.	Informovanie odbornej verejnosti, médií a subjektov podieľajúcich sa na implementácii EŠIF	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Priama komunikácia</li> <li>• ATL nástroje:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tlač</li> <li>- PR kampaň</li> <li>- Online marketing</li> </ul> </li> <li>• BTL nástroje                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Event marketing</li> <li>- Direct marketing</li> </ul> </li> <li>• PR komunikácia</li> </ul>	5 347 500 €
4.	Informovanie prijímateľov	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Priama komunikácia</li> <li>• ATL nástroje:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Online marketing</li> </ul> </li> <li>• BTL nástroje                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Event marketing</li> <li>- Direct marketing</li> <li>- PR komunikácia</li> </ul> </li> </ul>	3 565 000 €
<b>SPOLU</b>			<b>17 825 000 €</b>

<sup>8</sup> V prípadoch, kde sú spomenuté všeobecne ATL alebo BTL nástroje a nie sú konkretizované, sú myslené všetky nástroje spomenuté v podkapitole 6.1

### 7.3 Indikatívna plánovaná finančná alokácia na jednotlivé roky

Finančné prostriedky na aktivity informovania a komunikácie sú alokované v rámci Prioritnej osi 1 – Riadenie, kontrola a audit EŠIF, špecifický cieľ 2: Zabezpečiť účinné informovanie a publicitu. Rozdelenie finančných prostriedkov na jednotlivé roky je len indikatívne, tieto údaje budú spresnené v jednotlivých ročných komunikačných plánoch a výročných správach. RO informuje o čerpaní finančných prostriedkov a stave realizácie KS v rámci výročných správ a záverečnej správy o vykonávaní OP TP monitorovaciemu výboru.

Tabuľka 6: Celková finančná alokácia na prípravu a realizáciu komunikačnej stratégie OP TP

Celková finančná alokácia v EUR			
Zdroje EÚ (EŠIF)	Verejné zdroje SR	Súkromné zdroje	Spolu
15 500 000 €	2 825 000 €	0 €	17 825 000 €

Tabuľka 7: Indikatívna plánovaná finančná alokácia na jednotlivé roky

Finančné alokácie na jednotlivé roky v EUR					
Obdobie	2014	2015	2016	2017 - 2019	2020 - 2022
Predpokladaná výška investície na informovanie a komunikáciu	0 €	2 673 750 €	4 456 250 €	5 347 500 €	5 347 500 €
Percentuálne vyjadrenie	0 %	15 %	25 %	30 %	30%

### 7.4 Ročný komunikačný plán

Implementácia KS OP TP pre PD bude prebiehať prostredníctvom každoročne pripravovaných ročných komunikačných plánov, ktoré predstavujú jej realizačný rámec. Tieto budú slúžiť na detailné stanovenie mixu komunikačných nástrojov a ich zameranie na cieľové skupiny tak, aby boli priebežne 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 indikátorov v danom roku.

Indikatívny harmonogram aj rozpočet budú podrobnejšie rozpracované v ročných komunikačných plánoch, ktoré budú zahŕňať:

- Analýzu východiskovej situácie (pri tvorbe prvého RKP sa bude vychádzať z osvedčenej praxe z minulého PO 2007 – 2013 a tejto KS, neskôr len na základe analýzy aktivít predošlého roku, prípadne realizovaného prieskumu informovanosti);
- Naplánované aktivity na príslušný rok, upresnené podľa jednotlivých mesiacov, príp. štvrtrokov;
- Časový harmonogram uskutočnenia plánovaných aktivít;

# ABCD

- Podrobne rozpracované finančné alokácie na jednotlivé aktivity naplánované na príslušný rok;
- Predbežne naplánovaná celková finančná alokácia na ďalšie roky.

Pri príprave ročných komunikačných plánov bude využívané najmä monitorovanie miery informovanosti cieľových skupín o úlohe EÚ, o Partnerskej Dohode a o OP. Na základe výsledkov meraní počas jednotlivých rokov PO bude vždy možné prispôbiť komunikačnú kampaň pre ďalšie obdobie tak, aby čo najefektívnejšie splnila svoje ciele.

**Úrad vlády SR ako CKO a RO OP TP** vypracováva ročný komunikačný plán na príslušný kalendárny rok najneskôr do 31. marca daného roka<sup>9</sup>, ktorý je následne predkladaný na vedomie CKO do 7 pracovných dní

---

<sup>9</sup> Výnimku tvorí Ročný komunikačný plán na rok 2015, ktorý bude vypracovaný do konca mája 2015.

## 8 Monitorovanie a hodnotenie

Základom pre úspešnú realizáciu KS je priebežné sledovanie a hodnotenie realizovaných komunikačných aktivít. Efektívnosť, účelnosť a hospodárnosť čerpania finančných prostriedkov vynaložených na informovanosť a komunikáciu musia byť priebežne monitorované pomocou stanovených indikátorov. RO informuje o čerpaní finančných prostriedkov a stave realizácie KS v rámci výročných správ a záverečnej správy o vykonávaní OP TP monitorovaciemu výboru. Výročná správa a záverečná správa majú obsahovať kapitolu s vyhodnotením výsledkov opatrení v oblasti informovania a komunikácie v súvislosti so zviditeľnením a zvýšením povedomia o Partnerskej dohode a OP TP a úlohou, ktorú zohráva EÚ.

### Proces monitorovania obsahuje nasledujúce podprocesy:

- Získavanie údajov (prijímateľ, RO/SO, CKO, CO);
- Prezentácia údajov (prijímateľ, RO/SO, CKO, CO, donori);
- Ex-ante, ongoing a ex-post hodnotenia.

V zmysle OP TP je na dosiahnutie účinného informovania a komunikácie **očakávaným výsledkom**:

- Zabezpečená komunikácia odkazov EK, informovanosť a komunikácia;
- Zabezpečená výmena informácií na úrovni subjektov zapojených do riadenia, monitorovania, hodnotenia, informovania a komunikácie, budovanie sietí, riešenia podaní a podnetov, kontroly a auditu EŠIF.

Tabuľka 8: Výsledkové a výstupové ukazovatele zodpovedajúce zabezpečeniu účinného informovania a komunikácie

Ukazovateľ	Merná jednotka	Cieľová hodnota (2023)	Zdroj údajov	Frekvencia vykazovania
Ukazovateľ výsledku				
Miera informovanosti o možnostiach podpory z EŠIF	%	Akčný plán	CKO, Monitorovacie správy a ITMS	k 31.12.2017; k 31.12.2020; k 31.12.1023;
Ukazovatele výstupu				
Počet zrealizovaných informačných kampaní	počet	3	CKO, Monitorovacie správy a ITMS	1x za kalendárny rok
Počet zrealizovaných informačných aktivít	počet	150	CKO, Monitorovacie správy a ITMS	1x za kalendárny rok

V nasledovnej tabuľke (tabuľka č. 9) sú uvedené merateľné ukazovatele priradené jednotlivým špecifickým cieľom.

# ABCD

Tabuľka 9: Indikatívne hodnoty realizácie jednotlivých aktivít

Ukazovateľ	Hodnota	Metóda zistenia
<b>Špecifický cieľ 1: Zvýšenie povedomia verejnosti o Partnerskej Dohode a o možnosti čerpania EŠIF.</b>		
Úroveň celkovej informovanosti verejnosti o úlohe EÚ možnosti čerpať EŠIF	Percentuálny podiel respondentov poznajúcich úlohu EÚ a EŠIF oproti všetkým osloveným respondentom	Prieskum verejnej mienky na vzorke respondentov
Záujem o podporu z EŠIF	Počet žiadateľov o NFP v rámci všetkých OP	Údaje RO/SO z hodnotenia projektov
<b>Špecifický cieľ 2: Vzbudzovanie pozitívneho povedomia občanov o Spoločenstve.</b>		
Úroveň celkového kladného hodnotenia úlohy Spoločenstva na SR	Percentuálny podiel respondentov hodnotiacich prínos Spoločenstva kladne oproti všetkým osloveným respondentom	Prieskum verejnej mienky na vzorke respondentov
<b>Špecifický cieľ 3: Poskytnutie dostatočne kvalitných a odborných informácií o implementácii jednotlivých operačných programov a projektov v rámci EŠIF.</b>		
Počet externe vydaných (mimo organizácií zapojených do implementácie EŠIF) odborných štúdií a materiálov o EŠIF	Počet materiálov	Sumarizácia vlastných údajov
<b>Špecifický cieľ 4: Detailné informovanie a vzdelávanie subjektov zapojených do procesu realizácie Partnerskej Dohody a Operačných programov s cieľom zvýšiť úspešnosť realizácie pomoci EÚ.</b>		
Počet uskutočnených informačných aktivít	Počet aktivít	Sumarizácia vlastných údajov
Počet účastníkov na uskutočnených informačných aktivitách	Počet účastníkov	Prezenčné listiny
<b>Špecifický cieľ 5: Vzdelávanie a podpora prijímateľov s cieľom úspešnej implementácie projektov.</b>		
Počet uskutočnených vzdelávacích aktivít	Počet aktivít	Sumarizácia vlastných údajov
Počet účastníkov na uskutočnených vzdelávacích aktivitách	Počet účastníkov	Prezenčné listiny
Úspešnosť projektov	Percentuálny podiel projektov bez nezrovnalostí oproti celkovému počtu projektov	Údaje RO o finančnom riadení projektov a o výsledkoch auditov

## Spôsob merania celkovej informovanosti

Zisťovanie úrovne celkovej informovanosti verejnosti o úlohe EÚ, o Partnerskej dohode a OP bude realizované kontinuálnym monitorovaním úrovne informovanosti počas celého obdobia 2014 – 2020. Každý rok sa uskutoční meranie výsledkov komunikačných aktivít.

Hlavným ukazovateľom bude: Úroveň celkovej informovanosti (povedomia) verejnosti o podpore poskytovanej prostredníctvom EŠIF. Miera informovanosti sa meria prieskumom verejnej mienky.

# ABCD

Hodnota ukazovateľa vyjadruje podiel širokej verejnosti, ktorá v prieskume verejnej mienky kladne zodpovie na bipolárne dotazníkové otázky (s možnosťou odpovede len áno alebo nie) týkajúce sa minimálne:

- Znalosti daného operačného programu;
- Subjektívneho postoja respondenta o informovaní o možnostiach podpory z OP;
- Znalosti aspoň jedného projektu podporeného z daného OP.

Počet otázok nie je plošne určený a RO si môže zvoliť rozsah otázok podľa potreby. Avšak s cieľom umožnenia objektívne vyhodnocovať ukazovateľ v priebehu PO je dôležité, aby otázky stanovené na začiatku, boli vždy rovnako použité pri výskumoch verejnej mienky počas celého PO.

Celková hodnota ukazovateľa sa vypočíta ako aritmetický priemer dosiahnutých hodnôt čiastkových otázok. Dotazníkový prieskum je možné vykonať akoukoľvek z používaných metód (osobný, telefonický, internetový). Dotazníkový prieskum je možné vykonať na štandardnej výberovej vzorke reprezentatívnej dospelaj (18+) populácii SR podľa kvótnych kritérií: vek, pohlavie, región, vzdelanie, veľkosť sídla. Pre získanie štatisticky relevantných údajov sa odporúča stanoviť veľkosť vzorky (za predpokladu, že počet cieľovej skupiny - populácie SR - je 5,4 mil. obyvateľov) v rozmedzí od 600 do 1067 respondentov. Veľkosť vzorky ovplyvňuje spoľahlivosť výsledkov prieskumu. Pri 95 %-nej spoľahlivosti je pri vzorke 600 respondentov štatistická odchýlka 4 % a pri vzorke 1067 respondentov je štatistická odchýlka 3 %.

Meranie, okrem informácie o úspešnosti informačnej kampane, poskytne taktiež cenné informácie pre prípravu ročných komunikačných plánov. Na základe výsledkov predchádzajúcich rokov bude možné upraviť komunikačnú kampaň pre ďalšie obdobie tak, aby čo najefektívnejšie splnila svoje ciele. Meraním budú tiež získané informácie, ktoré cieľové skupiny sú najlepšie, resp. najmenej informované.

Pravidelne po ukončení kampane (približne do 2 týždňov od kampane) sa uskutočnia kvantitatívne prieskumy. Tieto prieskumy budú mať formu kontinuálnych kvantitatívnych post-testov kampaní.

Prieskum sa bude uskutočňovať na nasledovných **cieľových skupinách** (pričom pokryje z geografického hľadiska celé územie SR):

- Široká verejnosť SR;
- Odborná verejnosť SR (Prijímatelia, žiadatelia, potenciálni prijímatelia);
  - Samosprávy (obce, VÚC, združenia);
  - Orgány štátnej správy;
  - Mimovládne organizácie;
  - Konzultačné a poradenské spoločnosti a združenia;
  - Komerčný sektor (podnikatelia a firmy – najmä malé a stredné podniky).

## **Okruhy otázok prieskumu:**

- Znalosť projektov financovaných cez EŠIF;

# ABCD

- Znalosť Partnerskej dohody a EŠIF ;
- Subjektívna miera informovanosti o problematike Európskych štrukturálnych a informačných fondoch;
- Zrozumiteľnosť informácií;
- Dostupnosť informácií;
- Preferované informačné zdroje;
- Najpotrebnejšie informácie;
- Vnímanie EÚ v súvislosti s prínosom pre Slovensko v oblasti regionálneho rozvoja.

## **Výstupy prieskumu:**

- Analytická správa o úspešnosti informačnej kampane;
- Porovnanie kampane s na začiatku PO a na konci PO;
- Vývoj znalosti základných parametrov (základných informácií) v celom sledovanom období (2014 – 2022).

V rámci hodnotenia efektívnosti KS pri prieskume verejnej mienky periodicky počas priebehu PO je potrebné dbať na výber oslovených respondentov. Pre získanie relevantných výsledkov prieskumu, a teda aj možnosť ich využitia na zabezpečenie prispôsobenia KS, je nutné osloviť vždy rovnakú vzorku oslovených respondentov zo všetkých cieľových skupín. Následne bude možné vykonať kvalitné vyhodnotenie efektívnosti KS OP TP pre PD v časovom horizonte rokov 2014 – 2023.

## 9 Administratívne zabezpečenie

Za realizáciu KS pre národnú úroveň implementácie EŠIF v programovom období 2014 – 2020 je zodpovedný Úrad vlády SR ako CKO . CKO je definovaný na národnej úrovni s cieľom zabezpečiť koordináciu programovania, implementácie, monitorovania a hodnotenia EŠIF informovania a komunikácie aj s EK.

Rozhodujúca časť aktivít v oblasti informovania a komunikácie bude zastrešovaná primárne zo strany manažéra pre informovanie a komunikáciu .Manažéri pre informovanie a komunikáciu sú zodpovední za:

- Zabezpečenie efektívneho informovania o možnostiach a priebehu využitia finančných prostriedkov z EŠIF pomocou definovaných komunikačných nástrojov (aktivít);
- Zabezpečenie informovania a komunikácie OP v SR aj v zahraničí smerom k EK;
- Vypracovanie, koordináciu a realizáciu komunikačnej stratégie;
- Vypracovanie, koordináciu a realizáciu ročného komunikačného plánu;
- Monitorovanie informačných a komunikačných aktivít, prípravu podkladov do monitorovacích správ o aktivitách OP;
- Priebežné hodnotenie efektívnosti informačných a komunikačných opatrení, prípravu hodnotiacich správ, príp. uskutočňovanie prieskumov o informovanosti verejnosti;
- Sú členmi Pracovnej skupiny pre informovanie a komunikáciu pri CKO ako zástupca RO;
- Spoluprácu v rámci svojich kompetencií na uvedených spoločných informačných nástrojoch, najmä na:
  - príprave a aktualizácii informácií zverejňovaných na príslušnej webovom sídle RO a takisto na webovom sídle CKO,
  - príprave a aktualizácii informácií zverejňovaných v časopise (štvrt'ročníku) o EŠIF vydávanom CKO a prípadných časopisoch , či spravodajcoch príslušných RO,
  - príprave odpovedí na otázky a informácií o OP;
- V spolupráci s CKO a ďalšími RO zabezpečujú vybudovanie funkčných komunikačných kanálov vo vzťahu k žiadateľom, prijímateľom ako aj verejnosti.

Do aktivít informovania a komunikácie, ktoré si vyžadujú profesionálny prístup, môžu byť zapojené aj profesionálne zamerané subjekty vybrané v procese verejného obstarávania, ktoré sa podieľajú na príprave a realizácii informačných kampaní, plánovaní a nákupu mediálneho priestoru, na kreatívnych a grafických prácach, na elektronickej, tlačovej a inej produkcii, na organizovaní informačných podujatí a ďalších aktivít, vyžadujúcich profesionálne zabezpečenie v oblasti informovanosti a komunikácie.

Zabezpečenie dostatočnej pripravenosti administratívnych kapacít na programové obdobie 2014 – 2020 sa dosiahne zvýšením ich odbornosti prostredníctvom zavedenia nepretržitého vzdelávacieho systému pracovníkov, zodpovedných za oblasť informovanosti a komunikácie.

Kontaktné údaje na určených zamestnancov RO pre OP TP v oblasti informovania a komunikácie sú uvedené v tabuľke nižšie.



Tabuľka 10: Kontaktné údaje na RO OP TP

Riadiaci orgán pre operačný program Technická pomoc, Námestie Slobody 1, 813 70 Bratislava	
Riaditeľka odboru informovanosti a publicity	Manažéri pre informovanie a komunikáciu
<b>Šrámková Ingrid</b> Tel: + 421 20 92 57 63 E-mail: <a href="mailto:ingrid.sramkova@vlada.gov.sk">ingrid.sramkova@vlada.gov.sk</a>	<b>Malec Peter</b> Tel: + 421 20 92 57 40 E-mail: <a href="mailto:peter.malec@vlada.gov.sk">peter.malec@vlada.gov.sk</a>
	<b>Bruteničová Zuzana</b> Tel: +421 20 92 56 70 E-mail: <a href="mailto:zuzana.brutenicova@vlada.gov.sk">zuzana.brutenicova@vlada.gov.sk</a>
	<b>Radčenkova Michaela</b> Tel: +421 20 92 57 26 E-mail: <a href="mailto:michaela.radcenkova@vlada.gov.sk">michaela.radcenkova@vlada.gov.sk</a>
	<b>Rusnáková Eva</b> Tel: +421 20 92 56 74 E-mail: <a href="mailto:e.rusnakova@vlada.gov.sk">e.rusnakova@vlada.gov.sk</a>
	<b>Višváderová Michaela</b> Tel: +421 20 92 57 31 E-mail: <a href="mailto:michaela.visvaderova@vlada.gov.sk">michaela.visvaderova@vlada.gov.sk</a>
	<b>Lazarová Nad'a</b> Tel: +421 20 92 56 75 E-mail: <a href="mailto:nada.lazarova@vlada.gov.sk">nada.lazarova@vlada.gov.sk</a>
	Asistent pre informovanie a komunikáciu
	<b>Oriešek Vladimír</b> Tel: + 421 20 92 56 95 E-mail: <a href="mailto:vladimir.oriesek@vlada.gov.sk">vladimir.oriesek@vlada.gov.sk</a>
	IT špecialista pre informovanie a komunikáciu
	neobsadené

## 10 Definície použitých pojmov a skratiek

### 10.1 Všeobecné pojmy

- **Európske štrukturálne a investičné fondy**

Fondy EÚ určené k realizácii spoločného strategického rámca: Európsky fond regionálneho rozvoja, Európsky sociálny fond, Kohézny fond, Fond súdržnosti, Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka a Európsky námorný a rybársky fond.

- **Operačný program / Program**

Základný strategický dokument tematickej, finančnej a technickej povahy pre konkrétnu tematickú oblasť alebo územie, v ktorom sú popísané konkrétne ciele a priority pre čerpanie z EFRR, ESF, FS a ENRF v PO 2014 – 2020, ktoré chce členský štát v danej tematickej oblasti dosiahnuť a akým spôsobom, s väzbou na Partnerskú dohodu SR na roky 2014 – 2020a stratégiu EÚ. Ide o záväzný dokument pre RO daného programu voči EK.

- **Prijímateľ**

Subjekt zodpovedný za zahájenie, realizáciu či udržanie operácie spolufinancovanej z EŠIF fondov, ktoré na základe právneho aktu o poskytnutí podpory a pri splnení v ňom stanovených podmienok predkladá RO žiadosť o platbu (resp. jednotnú žiadosť alebo žiadosť o dotáciu) a prijíma nárokovanie finančné prostriedky z verejných rozpočtov.

- **Ročný komunikačný plán**

Ročný komunikačný plán je dokument, ktorý predstavuje komunikačný plán operačného programu na daný rok. Ročné komunikačné plány napomáhajú naplňovať KS, obsahujú konkrétne informácie o plánovaných informačných a propagačných aktivitách vrátane vyčíslenia príslušných monitorovacích indikátorov v danom roku, predpokladaných nákladov a termínov realizácie v mesačnom členení.

- **Riadiaci orgán**

Orgán zodpovedný za účelné, efektívne a hospodárne riadenie OP v súlade so zásadami riadneho finančného hospodárenia. Funkciami RO OP spolufinancovaného z EFRR, ESF, FS a ENRF môže byť poverený celoštátny, regionálny alebo miestny orgán verejnej správy alebo verejný či súkromný subjekt. RO vykonáva činnosti v súlade s čl. 125 Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady č. 1303/2013, resp. čl. 66 nariadenia č. 1305/2013 o EPFRV. Hlavnú zodpovednosť za OP TP nesie CKO ako RO pre OP TP.

### 10.2 Marketingové pojmy

- **Above the Line (ATL)**

Nad-linková komunikácia, resp. komunikácia prostredníctvom masovo komunikačných prostriedkov. Patria sem hlavne televízne a rozhlasové spoty, reklama v novinách a časopisoch ako aj bannerová (tzv. „display“) reklama na internete. Ide o reklamu, pri ktorej sa využívajú médiá.

# ABCD

- **Below the Line (BTL)**

Podlinková komunikácia označuje marketingové aktivity, pri ktorých sa nevyužíva klasická mediálna komunikácia, ale ide o tzv. podporu aktivít na konkrétnu cieľovú skupinu prostredníctvom napr. rôznych prezentácií, eventov a akcií, public relations (PR) alebo direct marketingu (DM).

- **Direct marketing (DM)**

Ide o cieľný marketing priamo na konkrétneho zákazníka. Patrí sem telemarketing, email marketing, alebo aj zasielanie reklamy prostredníctvom klasickej pošty. Nakoľko ide o priamy marketing na konkrétnu osobu, firma, ktorá ho prevádzkuje, musí mať vytvorenú kvalitnú databázu zákazníkov, či už ide o telefónne čísla, emaily alebo štandardné poštové adresy.

- **Neštandardný nosič**

Plochy s netradičným rozmerom, materiálovým prevedením alebo kreatívnym nápadom (OOH reklamné plochy, ľahko zapamätateľné, pútajúce pozornosť na prvý pohľad).

- **Out of home (OOH)**

Formy reklamy, ktoré na cieľovú skupinu pôsobia mimo domovov (indoor aj outdoor).

- **Pay per click (PPC)**

Reklamný systém, v ktorom inzerent neplatí za zobrazovanie reklamy, ale až za prekliknutie, teda za užívateľa, ktorý príde po kliknutí na jeho web cez PPC odkaz. PPC využívajú napríklad systémy Google AdWords, Sklik (Seznam), ETARGET, Facebook, YouTube a ďalší.

- **RSS systém**

Kanál noviniek, ktorý je založený na formáte XML pre distribúciu obsahu stránok. Umožní získavanie aktuálnych informácií o zmenách na všetkých obľúbených internetových stránkach bez toho, aby ich bolo nutné individuálne navštevovať.

- **Roll – up banner**

Praktický a stabilný obojstranný hliníkový Roll Up stojan. Roll-up bannery pozostávajú z kovovej mechaniky, ktorá umožňuje banner upevniť, ľahko zrolovať a uskladniť. Vďaka materiálu sa dá opätovne použiť a ľahko premiestniť a výhodou je menšia veľkosť, ktorá je ideálna aj pre menšie priestory.

- **Search engine optimization (SEO)**

Optimalizácia webovej stránky pre vyhľadávače. Skladá sa z dvoch častí: onpage a offpage.

- **Social Media Marketing (SMM)**

Marketingové aktivity na sociálnych sieťach (Facebook, YouTube, Twitter, atď.).

### 10.3 Použité skratky

Skratka	Anglický výraz	Slovenský výraz
ATL	Above the Line	Nad-linkové marketingové aktivity
BTL	Below the Line	Pod-linkové marketingové aktivity
CO	-	Certifikačný orgán
CKO	-	Centrálny koordinačný orgán
DM	Direct marketing	Cielený marketing
EFRR	-	Európsky fond regionálneho rozvoja
EIA	Environmental Impact Assessment	Posudzovanie vplyvov na životné prostredie
ENFR	-	Európsky námorný a rybársky fond
EK	-	Európska Komisia
EÚ	-	Európska únia
ESF	-	Európsky sociálny fond
EŠIF	-	Európske štrukturálne a investičné fondy
FS	-	Fond súdržnosti
HP	-	Horizontálne priority
IPC	-	Informačno – poradenské centrá pre EŠIF
ITMS	-	IT monitorovací systém
KS	-	Komunikačná stratégia
MF	-	Ministerstvo financií
MV	-	Monitorovací výbor
NFP	-	Nenávratný finančný príspevok
NSRR	-	Národný strategický a referenčný rámec
OA	-	Orgán auditu
OOH	Out of home	„mimo domovov“
OP	-	Operačný program
OP TP	-	Operačný program Technická pomoc
P	-	Prijímateľ
PD	-	Partnerská dohoda
PPC	Pay per click	Neexistuje ekvivalentný výraz v slovenskom jazyku (pre vysvetlenie vid' Definície pojmov)
PO	-	Programové obdobie
RO	-	Riadiaci orgán
RKP	-	Ročný komunikačný plán
RSS	Really Simple Syndication	„kanál noviniek“
SEO	Search engine optimization	Optimalizácia webovej stránky pre vyhľadávače
SO	-	Sprostredkovateľský orgán
SORO	-	Sprostredkovateľský orgán pod riediacim orgánom
SR	-	Slovenská republika
SMM	Social Media Marketing	Marketingové aktivity na sociálnych sieťach
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats	Silné stránky, Slabé stránky, Príležitosti, Hrozby
ŠF a KF	-	Štrukturálne fondy a Kohézny fond
ÚV SR	-	Úrad vlády SR