



Metodický pokyn ÚV SR č. 16 verzia 2

Programové obdobie 2014 – 2020

Vec:	pre informovanie a komunikáciu EŠIF
Určené pre:	Riadiace orgány Sprostredkovateľské orgány
Na vedomie:	Úrad podpredsedu vlády SR pre investície a informatizáciu Certifikačný orgán Orgán auditu Gestori horizontálnych princípov OCKÚ OLAF
Vydáva:	Úrad vlády SR v súlade s kapitolou 1.2, ods. 3, písm. b) Systému riadenia európskych štrukturálnych a investičných fondov
Záväznosť:	Metodický pokyn má záväzný charakter v celom rozsahu, ak v jeho texte nie je pri konkrétnom ustanovení uvedené inak.
Počet príloh:	6
Dátum vydania:	09.05.2017
Dátum účinnosti:	09.05.2017
Schválil:	Ing. Igor Federič vedúci Úradu vlády SR

Obsah

1 Úvod.....	1
2 Definície používaných pojmov	2
3 Právny základ	3
4 Informační a komunikační pracovníci a ich siete.....	3
4.1 Pracovná skupina pre informovanie a komunikáciu	4
4.2 Hlavné úlohy pracovnej skupiny v programovom období 2014-2020.....	4
4.3 Činnosť národného úradníka pre informovanie a komunikáciu	4
5 Komunikačná stratégia	5
5.1 Stratégia.....	6
5.2 Ciele	6
5.3 Cieľové skupiny	6
5.4 Realizácia	7
5.4.1 Komunikačné nástroje.....	7
5.5 Indikatívny rozpočet.....	9
5.6 Indikatívny harmonogram	10
5.7 Administratívne zabezpečenie realizácie komunikačnej stratégie	10
5.8 Ročný komunikačný plán.....	10
6 Monitorovanie a hodnotenie.....	11
7 Zoznam príloh	13

1 Úvod

1. Metodický pokyn pre informovanie a komunikáciu európskych štrukturálnych a investičných fondov (ďalej len "EŠIF") vychádza zo zásad Systému riadenia európskych štrukturálnych a investičných fondov na Programové obdobie 2014 – 2020, v časti 5 Informovanie a komunikácia.
2. Predmetný pokyn definuje náležitosti informačných a komunikačných opatrení v oblasti informovania a komunikácie, ktoré sú nad rámec Systému riadenia európskych štrukturálnych a investičných fondov, alebo vzory a pomocné materiály, ktoré pokrývajú oblasť informovania a komunikácie. Určuje zadenovanie minimálnych štandardov a jednotných postupov v oblasti informovania a komunikácie o Európskej únii (ďalej len „EÚ“) a operačných programoch (ďalej len „OP“), záväzných pre všetky riadiace orgány a pre všetky procesy riadenia EŠIF a proces monitorovania a hodnotenia.
3. Metodický pokyn upravuje základné pravidlá pre riadiace orgány jednotlivých programov, ktoré ich musia zapracovať do všetkých súvisiacich a nadväzujúcich metodických dokumentov.

2 Definície používaných pojmov

1. Ukazovateľ je nástroj na meranie cieľa/plánu, postupu či dosiahnutých efektov jednotlivých úrovní implementácie. Ukazovateľ musí byť presne definovaný a tvoria ho kód, názov, jasná definícia, merná jednotka vrátane opisu spôsobu merania, zdroj údajov, východisková a cieľová hodnota.
2. Metodický pokyn (ďalej len „MP“) je záväzný metodický dokument upravujúci význačné oblasti implementácie EŠIF.
3. Monitorovací výbor (ďalej len „MV“) je výbor, ktorého úlohou je posudzovať vykonávanie programu. Monitorovací výbor plní funkcie v súlade s čl. 49 Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1303/2013. Členmi monitorovacieho výboru sú zástupcovia príslušných riadiacich a koordinačných orgánov a partnerov (napr. odbory ministerstiev, partneri ministerstiev, kraje, obce, neštátne neziskové organizácie a pod.).
4. Európske štrukturálne a investičné fondy sú fondy EÚ určené na realizáciu spoločného strategického rámca: Európsky fond regionálneho rozvoja (ďalej len „EFRR“), Európsky sociálny fond (ďalej len „ESF“), Kohézny fond (ďalej len „KF“), Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka (ďalej len „EPFRV“) a Európsky námorný a rybársky fond (ďalej len „ENRF“).
5. Operačný program/Program je základný strategický dokument tematickej, finančnej a technickej povahy pre konkrétnu tematickú oblasť alebo územie, v ktorom sú popísané konkrétne ciele a priority pre čerpanie v programovom období 2014 - 2020, ktoré chce členský štát v danej tematickej oblasti/priorite dosiahnuť a akým spôsobom, s väzbou na Partnerskú dohodu a stratégiu Únie. Ide o záväzný dokument pre riadiaci orgán príslušného programu voči Európskej komisii.
6. Ročný komunikačný plán je dokument, ktorý predstavuje komunikačný plán každého OP na príslušný rok. Ročné komunikačné plány rozpracúvajú a upresňujú realizáciu komunikačných a propagačných aktivít v programovom období 2014 – 2020, ktoré budú obsahovať detailné informácie o plánovaných informačných a propagačných aktivitách vrátane vyčíslenia príslušných merateľných ukazovateľov a rozpočtov, čím sa prispeje k efektívnemu využívaniu pomoci z EŠIF.
7. Ročný komunikačný plán Programu rozvoja vidieka SR 2014 - 2020, vzhľadom na neexistenciu povinnosti vytvárať komunikačný plán, bude mať špecifickú štruktúru a bude obsahovať iba komunikačné aktivity určené pre širokú verejnosť.
8. Ročný komunikačný plán OP INTERACT III 2014 - 2020, vzhľadom na neexistenciu povinnosti vytvárať komunikačný plán, bude mať špecifickú štruktúru a bude obsahovať iba komunikačné aktivity určené pre širokú verejnosť.
9. Centrálny koordinačný orgán (ďalej len „CKO“). Úlohy CKO v súlade s § 6 ods. 1 zákona o príspevku z EŠIF plní Úrad podpredsedu vlády SR pre investície a informatizáciu. Činnosti spojené s koordináciou, prípravou a implementáciou procesov týkajúcich sa komunikácie a informovanosti EŠIF od 01.06.2016 vykonáva Úrad vlády Slovenskej republiky (ďalej len „ÚV SR“). ÚV SR zabezpečuje vypracovanie vzoru komunikačnej stratégie pre OP a informovanie o OP a vzoru Ročného komunikačného plánu .

10. SO je subjekt určený vládou SR na návrh RO na plnenie niektorých alebo všetkých úloh RO v súlade s čl. 123 ods. 6 a 7 všeobecného nariadenia. SO je v súlade s § 8 ods. 1 zákona o príspevku z EŠIF ministerstvo, ostatný ústredný orgán štátnej správy, samosprávny kraj, obec určená na plnenie úloh SO podľa čl. 7 ods. 4 nariadenia o EFRR alebo iná právnická osoba, ktorá má odborné, personálne a materiálne predpoklady. SO plní úlohy v súlade s písomnou zmluvou uzavretou s RO (čl. 123 ods. 6 všeobecného nariadenia) alebo riadi časť OP v súlade s poverením podľa písomnej zmluvy uzavretej s RO (článok 123 ods. 7 všeobecného nariadenia - globálny grant). Finančné vzťahy medzi RO a SO sú súčasťou písomnej zmluvy. Efektívne nastavenie procesu delegovania práv a povinností je overované nezávislým auditným subjektom v rámci postupu podľa článku 124 všeobecného nariadenia.
11. Zoznam použitých skratiek a vybraných pojmov je uvedený v Systéme riadenia európskych štrukturálnych a investičných fondov, Verzia 4, kapitola 1.2.1. Skrátené názvy jednotlivých právnych aktov EÚ a SR sú uvedené v kapitole 1.1 Systému riadenia EŠIF.

3 Právny základ

1. Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1303/2013 (ďalej len „všeobecné nariadenie“) a vykonávacie nariadenie Komisie (EÚ) č. 821/2014.
2. Všetky ostatné relevantné právne predpisy sú uvedené v kapitolách 1.1.1 Základné právne predpisy EÚ a 1.1.2 Základné právne predpisy SR Systému riadenia európskych štrukturálnych a investičných fondov.

4 Informační a komunikační pracovníci a ich siete

1. SR určila úradníka pre informovanie a komunikáciu, ktorého úlohou je koordinovať informačné a komunikačné činnosti týkajúce sa jedného alebo viac fondov, vrátane príslušných programov v rámci cieľa Európska územná spolupráca a informuje o tom Európsku komisiu.
2. Úradník pre informovanie a komunikáciu je poverený koordináciou vnútroštátnej siete kontaktných osôb RO/SO zodpovedných za informovanie a komunikáciu EŠIF (ďalej len „kontaktná osoba RO/SO“), ak takáto sieť existuje, vytváraním a udržiavaním webových sídiel alebo webového sídla a poskytovaním prehľadu o komunikačných opatreniach prijatých na úrovni členského štátu.
3. Každý RO určí jednu osobu zodpovednú za informovanie a komunikáciu na úrovni OP a informuje Európsku komisiu o týchto určených osobách. Vo vhodných prípadoch môže byť na niekoľko OP určená jediná osoba.
4. Európska komisia vytvorí sieť EÚ pozostávajúcu z členov určených členskými štátmi, aby bola zabezpečená výmena informácií o výsledkoch vykonávania komunikačných stratégií, výmena skúseností s implementáciou informačných a komunikačných opatrení a výmena osvedčených postupov.

5. Rolu úradníka pre informovanie a komunikáciu, v súlade s čl. 117 ods. 1 všeobecného nariadenia č. 1303/2013 plní riaditeľ vecne príslušného útvaru Úradu vlády SR.

4.1 Pracovná skupina pre informovanie a komunikáciu

1. Hlavnou platformou pre spoluprácu medzi jednotlivými RO a úradníkom pre informovanie a komunikáciu, v súlade s čl. 117 ods. 2 všeobecného nariadenia č. 1303/2013 je Pracovná skupina pre informovanie a komunikáciu fondov EÚ pre programové obdobie 2014 - 2020 (ďalej len „PS pre komunikáciu“ alebo "PS"). Rokovania PS prebiehajú v súlade so Štatútom PS spravidla dva razy ročne a zvoláva ju predseda pracovnej skupiny, ktorým je riaditeľ vecne príslušného útvaru Úradu vlády SR. Vecne príslušný útvar je taký útvar, v ktorého gescii je výkon funkcie pre oblasť informovania a komunikácie.
2. Medzi členov PS patria zástupcovia všetkých RO/programov Partnerskej dohody SR na roky 2014 – 2020 a iné subjekty plniace úlohy implementácie a kontroly EŠIF.
3. Členovia PS sú uvedení v Prílohe č. 4 k MP ÚV SR č. 16 – Pracovná skupina pre informovanie a komunikáciu pri ÚV SR

4.2 Hlavné úlohy pracovnej skupiny v programovom období 2014-2020

1. Využitie potenciálu spolupráce pri realizovaných komunikačných aktivitách tak, aby došlo k efektívnemu vynaloženiu finančných a ľudských zdrojov.
2. Koordinácia aktivít je zabezpečovaná prostredníctvom zasadnutí PS a tiež predkladaním komunikačnej stratégie a ročných komunikačných plánov ÚV SR.
3. Spolupráca na prierezových komunikačných aktivitách ÚV SR, ktoré majú celoplošný dopad na najširšie cieľové skupiny, a to pri zohľadnení schválených komunikačných stratégií jednotlivých OP .
4. Využitie potenciálu spolupráce pri realizovaní spoločného mediálneho nákupu pri komunikačných aktivitách ÚV SR a OP, ktoré majú celoplošný dopad na najširšie cieľové skupiny, a to pri zohľadnení schválených komunikačných stratégií jednotlivých OP.
5. Prenos informácií, skúseností a príkladov dobrej praxe ako na úrovni SR, tak aj v rámci spolupráce s ostatnými členskými krajinami a Európskou komisiou.
6. Koordinácia spoločných informačných nástrojov, webové sídlo www.partnerskadohoda.gov.sk , štvrťročník o EŠIF (Eurokompas), ďalšie informačné publikácie.

4.3 Činnosť úradníka pre informovanie a komunikáciu

Zamestnanec ÚV SR plní v súlade s čl. 117 všeobecného nariadenia rolu úradníka pre informovanie a komunikáciu. V súvislosti s uvedenou úlohou najmä:

- a) koordinuje Pracovnú skupinu pre informovanie a komunikáciu;
- b) zriadi a prevádzkuje jednotné webové sídlo www.partnerskadohoda.gov.sk;
- c) vykonáva informačné a komunikačné aktivity na horizontálnej úrovni;

Ďalšie úlohy národného informačno - komunikačného úradníka pre informovanie a komunikáciu:

1. Vystupovanie ako partnera voči Európskej komisii a zastupovanie SR na pracovnej skupine pre oblasť informovania a komunikácie na úrovni členských štátov INFORM.
2. Koordinácia a realizácia prierezových/čiastkových komunikačných aktivít, ktoré majú celoplošný dopad na najširšie cieľové skupiny.
3. Koordinácia tvorby ročných komunikačných plánov s cieľom využiť potenciál spolupráce pri príprave komunikačných aktivít tak, aby došlo k efektívnemu vynaloženiu finančných a ľudských zdrojov.
4. Úradník pre informovanie a komunikáciu je zodpovedný za koordináciu vnútroštátnej siete kontaktných osôb RO/SO, ak taká sieť existuje, vytvorenie a údržbu webového sídla www.partnerskadohoda.gov.sk a poskytovanie prehľadu o komunikačných opatreniach prijímaných na úrovni SR.
5. Koordinácia pri realizovaní spoločného mediálneho nákupu pri komunikačných aktivitách ÚV SR a OP, ktoré majú celoplošný dopad na najširšie cieľové skupiny.
6. Zvolávanie a riadenie PS pre komunikáciu, ktorá slúži ako platforma pre spoluprácu a komunikáciu medzi riadiacimi orgánmi a ÚV SR.

5 Komunikačná stratégia

1. Vzor komunikačnej stratégie, ktorá je vyjadrením spôsobu, akým bude RO uvádzať ročné komunikačné plány do praxe v programovom období 2014 – 2020, vydáva ÚV SR.
2. V súlade s prílohou XII všeobecného nariadenia č. 1303/2013 komunikačná stratégia vypracovaná riadiacim orgánom a prípadne členským štátom, zahŕňa tieto prvky:
 - a) opis prijatého prístupu vrátane hlavných informačných a komunikačných opatrení prijatých členským štátom alebo RO, zameraného na potenciálnych žiadateľov, žiadateľov, prijímateľov a širokú verejnosť s ohľadom na čl. 115 všeobecného nariadenia;
 - b) opis materiálov, ktoré budú k dispozícii vo formátoch prístupných pre osoby so zdravotným postihnutím;
 - c) opis podpory, ktorú prijímatelia dostanú na svoje komunikačné činnosti,
 - d) orientačný rozpočet na vykonanie stratégie;
 - e) opis orgánov verejnej správy vrátane ľudských zdrojov, ktoré sú zodpovedné za vykonávanie informačných a komunikačných opatrení;
 - f) opatrenia na vykonanie informačných a komunikačných opatrení zamerané na cieľovú skupinu (široká verejnosť) (uvedené v bode 2, prílohy XII, všeobecného nariadenia) vrátane webového sídla alebo webového portálu, na ktorom takéto údaje možno nájsť;
 - g) naznačenie, ako sa informačné a komunikačné opatrenia budú posudzovať z hľadiska viditeľnosti politiky súdržnosti a informovanosti o nej, o OP, o projektoch a úlohách, ktoré zohrávajú fondy a EÚ;
 - h) kde to je vhodné, opis využitia hlavných výsledkov predchádzajúceho OP;
 - i) každoročné doplnenie, vymedzujúce informačné a komunikačné činnosti, ktoré majú byť vykonané v nasledujúcom roku, v podobe schváleného ročného komunikačného plánu.

5.1 Stratégia

1. Komunikačná stratégia vychádza z princípu, že komunikácia je neoddeliteľnou súčasťou Kohéznej politiky, keďže prispieva k transparentnej implementácii a budovaniu administratívnych kapacít pre nástroje Kohéznej politiky. 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. Komunikačná stratégia vychádza z analýzy východiskového stavu realizácie aktivít informovania a komunikácie v nadväznosti na výsledky OP predchádzajúceho PO 2007 - 2013, aktuálneho stavu mediálneho prostredia ako aj implementácie príkladov dobrej praxe z PO 2007 – 2013.
2. Komunikačná stratégia popisuje, akým spôsobom je potrebné realizovať informačné a komunikačné aktivity a ako dosiahnuť stanovené ciele. Samotná komunikačná stratégia má vychádzať z cieľov OP. Má obsahovať opatrenia v oblasti informovania a komunikácie určené pre potenciálnych žiadateľov, žiadateľov, prijímateľov a verejnosť, ktoré má prijať RO v súvislosti so zdôraznením hodnoty pomoci EÚ na štátnej, regionálnej a miestnej úrovni.
3. Komunikačná stratégia OP pri rešpektovaní všetkých legislatívnych požiadaviek vychádza zo všeobecných princípov informovania a komunikácie.

5.2 Ciele

1. Jednotný postup všetkých subjektov zainteresovaných do procesu informovania a komunikácie o poskytnutí prostriedkov z EŠIF predstavuje základný predpoklad na dosiahnutie cieľov komunikačného plánu OP.
2. V rámci komunikačnej stratégie je potrebné stanoviť globálny cieľ a rozviesť ho do podoby špecifických cieľov v plnom rozsahu, t.j. treba pokryť všetky roviny informovania a komunikácie. Vlastné definovanie globálneho cieľa a špecifických cieľov komunikačnej stratégie bude 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 informovania a komunikácie.

5.3 Cieľové skupiny

1. Počas realizácie komunikačnej stratégie je možné identifikovať celý rad cieľových skupín. Na naplnenie procesu informovania a komunikácie je nutné, aby jednotlivým cieľovým skupinám boli poskytnuté optimálne informácie (rozsah, obsah a pod.) optimálnym spôsobom (forma informácie, zvolený komunikačný nástroj, časovanie, predpokladaná životnosť informácie a pod.), a to všetko čo najefektívnejším spôsobom (účelnosť, hospodárnosť, účinnosť, efektívnosť).
2. V komunikačnej stratégii musí RO zadefinovať svoje cieľové skupiny, ako napr.:
 - a) potenciálni žiadatelia o NFP, žiadatelia o NFP a prijímatelia,
 - b) ekonomickí a sociálni partneri,
 - c) podnikateľská sféra,
 - d) regionálne a miestne samosprávy,

- e) mimovládne organizácie,
- f) Európska komisia,
- g) orgány štátnej správy,
- h) monitorovací výbor,
- i) verejnosť,
- j) masmédiá,
- k) iné.

5.4 Realizácia

1. Za realizáciu komunikačnej stratégie je zodpovedný RO alebo iný orgán určený RO (napr. SO). Informácie sa dostávajú z RO k cieľovým skupinám priamo, ale aj prostredníctvom tzv. partnerov.
2. Partneri spolupráce na komunikačných aktivitách sa podieľajú na opatreniach, ktoré sa vykonávajú na informovanie zadaných cieľových skupín ročného komunikačného plánu. RO/SO povinne využíva minimálne jedného z nasledovných partnerov spolupráce na komunikačných aktivitách, ktorý môže zabezpečiť čo najväčšie rozšírenie informácií:
 - a) štátne, regionálne a miestne orgány a rozvojové agentúry;
 - b) obchodné a profesijné združenia;
 - c) hospodárski a sociálni partneri;
 - d) mimovládne organizácie;
 - e) organizácie, zastupujúce podnikateľov;
 - f) informačné centrá pri zastupiteľstvách Európy, ako aj ako aj zastúpenia EK a informačné kancelárie Európskeho parlamentu v členských štátoch;
 - g) vzdelávacie a výskumné inštitúcie.

5.4.1 Komunikačné nástroje

1. Internet a on-line komunikácia je vhodným nástrojom na uverejňovanie potrebných informácií:
 - a) webové sídla – budú obsahovať základné dokumenty, ciele, poslania, aktuality, atď. Popri webovom sídle RO sa využíva aj webové sídlo www.partnerskadohoda.gov.sk;
 - b) sociálne siete - komunikácia s verejnosťou (facebook, twitter a pod.);
 - c) bannery - budú umiestnené na najnavštevovanejších slovenských vyhľadávačoch, špecializovaných a partnerských webových sídlach.
2. Reklama:
 - a) tlač – tento komunikačný nástroj je vhodný na prezentáciu komplexných informácií, inzerátov a príspevkov; tieto majú byť zverejňované v najčítanejších denníkoch, týždenníkoch a mesačníkoch s celoslovenskou alebo regionálnou pôsobnosťou a v špecializovaných periodikách;

- b) televízia – v rámci šírenia informácií čo najširšiemu okruhu širokej verejnosti budú v rámci televíznych staníc vysielané imidžové a produktové spoty a samostatné periodické alebo ad hoc relácie, rozhovory;
 - c) rozhlas – komunikačný nástroj využívaný ako podporné médium na udržanie kontinuálneho kontaktu s cieľovou skupinou;
 - d) out-of-home - indoor, outdoor a kinoreklama (billboardy, bigboardy, prezentácie na zastávkach MHD, city-lighty, mobilky, plagáty na fasádach budov a pod.).
3. Odborné publikácie:
- a) dokumenty/programy/správy/legislatíva;
 - b) metodiky/manuály/pokyny;
 - c) príručky, prípadové štúdie;
 - d) štúdie, analýzy.
4. Informačné publikácie:
- a) letáky, brožúry (príklady úspešne realizovaných projektov);
 - b) bulletin, zborníky, časopisy;
 - c) plagáty;
 - d) newsletters.
5. Digitálne médiá:
- a) aplikácie (PC/mobil/tablet);
 - b) DVD, CD, USB;
 - c) foto, video.
6. Informačné aktivity:
- a) konferencie, workshopy, semináre – sú zamerané najmä na prezentovanie OP formou osobného stretnutia zástupcov RO a cieľových skupín;
 - b) výstavy a veľtrhy;
 - c) eventy.
 - d) videokonferencie.
7. Propagačné predmety sú nástrojmi na vytvorenie a podporu povedomia o OP. Ide o propagačné predmety, ako napr.: perá, tašky, PC podložky, bloky, šnúrky na mobil, USB kľúče, atď.
8. Priamy kontakt:
- a) infolinka – možnosť zriadiť telefonickú bezplatnú linku pre verejnosť s uvedením čísla infolinky,
 - b) databázový mailing,
 - c) Informačné centrum ÚV SR,
 - d) Informačno- poradenské centrá v rámci integrovanej siete IPC.

9. Každý dokument, predmet či správa vytvorené so spolufinancovaním EŠIF musia byť označené podľa pravidiel uvedených v Manuáli pre informovanie a komunikáciu.
10. Odporúčané formy hlavnej informačnej aktivity roka v zmysle Systému riadenia EŠIF, kapitoly 5.4, ods. 3, písm b):
 - a) komunikačná kampaň (komplexná, televízna, rozhlasová, internetová);
 - b) výročná konferencia;
 - c) event;
 - d) interaktívna komunikačná kampaň (súťaž);
 - e) nové webové sídlo/špecializované webové sídlo alebo iný on-line komunikačný nástroj.

5.5 Indikatívny rozpočet

Opatrenia súvisiace s informovaním a komunikáciou sú financované z rozpočtu technickej pomoci. Indikatívny rozpočet na realizáciu komunikačnej stratégie sa uvedie podľa nasledovných tabuliek:

Celková finančná alokácia v EUR			
Zdroje EÚ (EŠIF)	Verejné zdroje SR	Súkromné zdroje ¹	Spolu

Finančné alokácie na jednotlivé roky v EUR ²				
2014	2015	2016	2017 - 2019	2020 - 2023

5.6 Indikatívny harmonogram

1. Aby bola komunikačná stratégia úspešná, je potrebné zdefinovať nielen finančné, ale aj časové horizonty, podľa ktorých sa budú plniť plánované aktivity. Načasovanie jednotlivých aktivít je veľmi dôležité, lebo aktivita sa má realizovať vtedy, keď je jej možný dopad maximálny. V komunikačnej stratégii bude uvedený postup naplánovania realizácie komunikačných aktivít.
2. Harmonogram je potrebné zostaviť v periódach na jednotlivé roky, z ktorých budú vychádzať následné ročné komunikačné plány.

¹ Súkromné zdroje sú dobrovoľné.

² Rozdelenie finančných prostriedkov určených na informovanie a komunikáciu na jednotlivé roky uvedené v komunikačnej stratégii.

5.7 Administratívne zabezpečenie realizácie komunikačnej stratégie

1. Za realizáciu komunikačnej stratégie je zodpovedný RO daného OP. Keď sa RO v rámci svojej pôsobnosti dohodne na prenesení kompetencií na iný subjekt (napr. na SO), je nutné tieto skutočnosti uviesť v komunikačnej stratégii.
2. V komunikačnej stratégii RO zdefinuje:
 - a) inštitúciu, útvar a osobu (osoby) zodpovednú za celkovú prípravu a realizáciu komunikačnej stratégie,
 - b) vymedzenie pozície tejto zodpovednej inštitúcie, útvaru a osoby v rámci národnej siete osôb zabezpečujúcich informovanie a komunikáciu OP (Pracovná skupina pre informovanie a komunikáciu),
 - c) vymedzenie pozície tejto zodpovednej inštitúcie, útvaru a osoby v rámci európskych sietí osôb zabezpečujúcich informovanie a komunikáciu OP (na spoluprácu a výmeny skúseností),
 - d) vzťahy medzi inštitúciami, útvarom a osobou zodpovednou za realizáciu komunikačnej stratégie a osobou (osobami) zodpovednou za realizáciu OP a podieľajúcimi sa na monitorovaní OP,
 - e) inštitúciu, útvar a osobu zodpovednú za vyhodnotenie a kontrolu plnenia komunikačnej stratégie,
 - f) primerané administratívne kapacity vyhradené na prípravu, realizáciu a vyhodnotenie komunikačnej stratégie (vrátane definovania zastupiteľnosti, kontaktných údajov, organizačnej štruktúry a pod.),
 - g) informácie ohľadom rozvoja administratívnych kapacít potrebných pre oblasť informovania a komunikácie (napr. kapacitné zabezpečenie, vzdelávanie, profesijný rozvoj, a pod.).
3. V komunikačnej stratégii RO jasne zdefinuje zodpovedné orgány, osoby a ich úlohy v rámci implementácie komunikačných opatrení a informuje o tom ÚV SR, monitorovací výbor a Európsku komisiu.

5.8 Ročný komunikačný plán

1. Ročný komunikačný plán zahŕňa:
 - a) analýzu východiskovej situácie - pri prvom ročnom komunikačnom pláne zahŕňa *good practices* z minulého programového obdobia 2007 – 2013 (aplikuje sa v prípade OP nadväzujúcich na dané programové obdobie, vzhľadom na to, že niektoré OP boli novovytvorené, resp. modifikované oproti 2007-2013), neskôr sa uvádza len analýza aktivít predošlého roku,
 - b) naplánované aktivity na príslušný rok upresnené podľa jednotlivých mesiacov, príp. štvrtí rokov,
 - c) časový harmonogram uskutočnenia plánovaných aktivít,
 - d) podrobne rozpracované finančné alokácie na jednotlivé aktivity naplánované na príslušný rok,
 - e) predbežne naplánovaná celková finančná alokácia na ďalšie roky. V tejto časti riadiaci orgán uvedie aj typy oprávnených a neoprávnených výdavkov v zmysle

príslušných ustanovení Systému riadenia EŠIF týkajúcich sa realizácie technickej pomoci.

2. Zásady zostavovania ročných komunikačných plánov:
 - a) pri zavádzaní OP využiť mediálnu kampaň, resp. iný primeraný druh komunikácie, na zviditeľnenie OP z dôvodu, že je nový a neznámy, a teda je vhodné zaistiť čo najefektívnejšie využitie všetkých dostupných komunikačných prostriedkov,
 - b) plán musí zahŕňať aj prípravnú fázu aktivít a následne ich kontrolu,
 - c) plán zohľadňuje alokáciu finančných prostriedkov na jednotlivé roky realizácie OP,
 - d) aktivity komunikačnej stratégie musia byť ukončené do 31. 12. 2023.
 - e) ročný komunikačný plán na príslušný kalendárny rok je potrebné vypracovať najneskôr do 31. marca daného roka,
3. RO je povinný predložiť každý ročný komunikačný plán na vedomie OIP ÚV SR najneskôr týždeň po jeho schválení.

6 Monitorovanie a hodnotenie

1. Proces monitorovania je zameraný na získavanie údajov a vyťažovanie informácií získaných prostredníctvom ITMS2014+, prípadne ostatných informačných systémov a zdrojov obsahujúcich údaje o portfóliu Partnerskej dohody na roky 2014-2020. Cieľom procesu monitorovania je zabezpečiť pre všetkých aktérov údaje potrebné pre operatívne a strategické riadenie vo vysokej dátovej kvalite tak z hľadiska rozsahu, ako aj validity a prezentovať ich zrozumiteľnou formou.
2. Proces monitorovania obsahuje nasledujúce podprocesy a poskytuje vstupy pre hodnotenie:
 - a) získavanie údajov (prijímateľ, RO/SO, ÚV SR, CKO, CO),
 - b) prezentácia údajov (prijímateľ, RO/SO, ÚV SR, CKO, CO).
3. Na základe údajov z monitorovania sa bude skúmať primárny vzťah medzi naplánovanými a reálnymi hodnotami finančných a fyzických ukazovateľov. Budú pravidelne vyhodnocované plnenia plánov.
4. Základom pre úspešnú realizáciu komunikačnej stratégie je priebežné sledovanie a hodnotenie realizovaných komunikačných aktivít.
5. Výročné správy a záverečná správa o vykonávaní OP obsahujú:
 - a) príklady aktivít v oblasti informovania a komunikácie pre OP, ktoré sa vykonávajú pri realizácii komunikačnej stratégie;
 - b) kroky na vykonanie aktivít v oblasti informovania a komunikácie vrátane elektronickej adresy, na ktorej tieto údaje možno nájsť;
 - c) obsah hlavných zmien a doplnení komunikačnej stratégie.
6. 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 operačných programoch a úlohou, ktorú zohráva Európska únia.

7. Hodnotenie výsledkov realizácie komunikačnej stratégie sa uskutoční na základe minimálne jedného z uvedených navrhovaných hodnotiacich kritérií:
- a) na úrovni operačného programu (výsledkové ukazovatele)
 - 1) úroveň celkovej informovanosti verejnosti o úlohe EÚ a opatreniach OP,
 - 2) záujem o podporu z OP,
 - 3) úspešnosť programu (úspešnosť čerpania, good practices)
 - b) na úrovni jednotlivých aktivít komunikačnej stratégie (výstupové a výsledkové ukazovatele), pričom sa musia použiť minimálne dva z nasledujúcich ukazovateľov:
 - 1) počet zverejnených správ, rozhovorov, príspevkov, inzerátov vo všetkých druhoch médií,
 - 2) návštevnosť webového sídla,
 - 3) počet uskutočnených seminárov, konferencií a iných podujatí a počet účastníkov na uvedených podujatiach,
 - 4) počet vydaných a distribuovaných odborných a informačných publikácií.
8. Jednotlivé kritériá budú definované ukazovateľmi a zistené metódami uvedenými v tabuľke:

Hodnotiace kritérium	Ukazovateľ	Metóda zistenia
Úroveň programu a opatrení (ukazovatele výsledku)		
úroveň celkovej informovanosti verejnosti o úlohe EÚ a opatreniach OP	miera informovanosti o možnostiach podpory z OP, príp. Miera informovanosti o možnostiach podpory z EŠIF (pre OP TP)	prieskum verejnej mienky
záujem o podporu z OP	počet žiadateľov o NFP	monitorovacie správy
úspešnosť programu	počet úspešne realizovaných projektov	monitorovacie správy
Úroveň aktivít		
Ukazovatele výsledku		
počet distribuovaných odborných a informačných publikácií	počet	sumarizácia vlastných údajov
návštevnosť webového sídla	počet prístupov/ počet návštev	sumarizácia vlastných údajov
počet účastníkov seminárov, konferencií a iných podujatí	počet	prezenčné listiny/ sumarizácia vlastných údajov
Ukazovatele výstupu		
počet uskutočnených seminárov, konferencií a iných podujatí	počet	sumarizácia vlastných údajov

počet vydaných odborných a informačných publikácií	počet	sumarizácia vlastných údajov
počet zverejnených správ, rozhovorov, príspevkov, inzerátov vo všetkých druhoch médií	počet	sumarizácia vlastných údajov, monitoring médií

7 Zoznam príloh

1. Komunikačná stratégia - vzor
2. Ročný komunikačný plán – vzor
3. Analýza slovenského mediálneho trhu
4. Pracovná skupina pre informovanie a komunikáciu
Prílohy č. 1 – 4 majú odporúčací charakter.
5. Manuál pre informovanie a komunikáciu
Príloha č. 5 má záväzný charakter.
6. Marketingový prieskum trhu na konci programového obdobia 2007-2013