



**Financováno
Evropskou unií**
NextGenerationEU



**NÁRODNÍ
PLÁN OBNOVY**

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

Verze 3.0

s účinností od 1. 9. 2025

MINISTERSTVO PRŮMYSLU A OBCHODU ČR

Odbor koordinace Národního plánu obnovy

Politických vězňů 931/20

112 49 Praha 1

E-mail: npo@mpo.gov.cz

OBSAH

PŘEHLED VERZÍ.....	4
ÚVOD.....	5
1 CÍLE NÁRODNÍ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE.....	6
2 ZÁKLADNÍ ZÁSADY UPLATŇOVANÉ PRO NKS V OBLASTI PUBLICITY.....	8
3 CÍLOVÉ SKUPINY.....	9
4 DOPORUČENÉ KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJE.....	10
5 POVINNÉ KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJE A AKTIVITY.....	13
6 ROZPOČET	16
7 ROČNÍ KOMUNIKAČNÍ PLÁN (RKP)	16
8 MONITOROVÁNÍ A HODNOCENÍ	17
9 ZKRATKY.....	18
10 SEZNAM PŘÍLOH	18

PŘEHLED VERZÍ

Verze	Datum účinnosti
1.0 – Národní komunikační strategie pro Národní plán obnovy na období 2021–2026	11. 5. 2022
2.0 – Národní komunikační strategie pro Národní plán obnovy na období 2021 - 2026	26. 3. 2024
3.0 – Národní komunikační strategie pro Národní plán obnovy na období 2021 - 2026	1. 9. 2025

ÚVOD

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

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

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

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

Roli informačního a komunikačního úředníka (dále jen „KÚ NPO“) pro koordinaci informační a komunikační činnosti VK a MPO-DU ohledně NPO, RRF a stavu jejich implementace vykonává vedoucí oddělení komunikace a publicity Odboru koordinace NPO na MPO.

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

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

1 CÍLE NÁRODNÍ KOMUNIKAČNÍ STRATEGIE

Celá komunikace NPO vychází ze strategického narativu, který byl vytvořen na základě průzkumů provedených za účelem nastavení celkové komunikační strategie. Tento narativ říká, že **NPO je plán pro moderní Česko, který přinese naší zemi upgrade v mnoha směrech. Cílem je lépe připravit ČR na budoucnost, aby byla odolnější vůči krizím. Musíme investovat i do oblastí, které bývají obvykle přehlíženy (např. kvalitnější vzdělávání, pružnější trh práce, digitalizace veřejné správy, posílení energetické nezávislosti, spolupráce napříč EU ve vývoji moderních technologií).**

Základními cíli komunikace v oblasti RRF je informovanost široké a odborné veřejnosti o NPO, jeho cílech, východiscích, alokacích, megatrendech, politikách a prioritách EU a jejich implementaci do českého prostředí prostřednictvím 7 pilířů NPO a seznámení s časovým harmonogramem NPO prostřednictvím vybraných komunikačních kanálů / nástrojů (viz kpt. 4 NKS). Cílem komunikace je i zajištění informovanosti v regionech a na místní úrovni (např. v místech realizace daných projektů).

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

- **Zvýšení povědomí o NPO, změna vnímání ze strany veřejnosti.**

Informovat širokou veřejnost, potenciální žadatele a ostatní cílové skupiny o existenci NPO a vyvolat jejich zájem o problematiku. Vysvětlit, o čem NPO je, jak funguje a jak může pomoci ČR připravit se na budoucnost.

Téma: Existuje NPO financovaný z evropských prostředků

Hlavním komunikačním úkolem je zaujmout a zvýšit pozornost cílových skupin a vyvolat jejich zájem o dané téma. Cílem je informovat odbornou i širokou veřejnost o existenci NPO a finanční podpoře opatření v něm obsažených z RRF, zároveň oslovit cílové skupiny, dosáhnout pozitivního vnímání NPO a rovněž EU, vyvolat zájem o podání žádosti o finanční příspěvek z unijních prostředků a prezentovat úspěšnou realizaci projektu. Součástí cíle je i vysvětlit mechanismus NPO, kdy uvolnění finančních prostředků z EU je vázáno na splnění stanovených milníků a cílů. Je tedy potřeba prezentovat a vnímat NPO jako celek, jako jeden plán, který se ČR zavázala plnit. Strategie je koncipována tak, aby došlo k rychlému zásahu cílových skupin a zároveň aby se informace o podpoře z evropských

prostředků efektivně rozšířila mezi širokou veřejnost. Pro dosažení cíle bude komunikace vedena zejména prostřednictvím webu, sociálními médii, influencery, online reklamou a také prostřednictvím pořádání výročních konferencí NPO, seminářů a webinářů.

- **Zajištění informovanosti široké veřejnosti o obsahu a plnění plánu. Budování důvěry v to, že investice a reformy NPO přispívají ke zvýšení kvality života jednotlivce a k modernizaci ČR.**

Motivovat potenciální žadatele k tomu, aby se detailněji zabývali možnostmi financování svých záměrů z evropských prostředků a podpořit jejich zájem o danou problematiku. Vzbudit v nich důvěru a vysvětlit veřejnosti potřebu a dopad reforem a investic na život lidí.

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

Komunikace má převážně informativní a motivační charakter. Informuje o zaměření jednotlivých cílů a pilířů a také o tom, že NPO kombinuje jak investiční projekty, tak reformní kroky, kterých je potřeba dosáhnout. Jejím cílem je vyvolat zájem o získání dalších informací o NPO, motivovat cílovou skupinu k návštěvě webových stránek NPO a postupně budovat důvěru v to, že úspěšná realizace NPO přináší benefity celé společnosti. Investice a reformy je třeba komunikovat tak, aby byl zřejmý dopad na život konkrétních lidí, tj. zejména ukázat, jak se projeví v kvalitě jejich života. Protože je potřeba zasáhnout úzce specifikované cílové skupiny, byla jako nejvhodnější nástroj pro oslovení těchto cílových skupin zvolena sociální média, influenceři a internet, tisk, PR aktivity a pořádání seminářů a webinářů k danému tématu.

- **Zajištění efektivní komunikace o přínosech realizovaných projektů, investic a reforem NPO.**

Představit úspěšně realizované projekty, informovat o výsledcích zrealizovaných projektů v rámci NPO (RRF). Podpořit pozitivní vnímání NPO představením úspěšných příkladů realizovaných reforem a investic. Dát reformám a investicím „lidský rozměr a lidské měřítko“.

Téma: Máme úspěšně realizované projekty NPO podpořené prostředky z RRF

Komunikace je založena na představení úspěšných příkladů reforem a investic. Obsahem reklamního sdělení by měly být z velké části úspěšné příklady z praxe. Z tohoto důvodu budou využity internet, video spoty, sociální média a influenceři, neboť nabízí dynamickou prezentaci obsahu a předávají tak cílové skupině větší množství vjemů než média statická. Kromě toho jsou schopna efektivně předávat emocionálně laděná sdělení. Dále bylo navrženo využití PR aktivit, eventů, případně tištěné inzerce k propagaci vybraných reforem a investic NPO.

2 ZÁKLADNÍ ZÁSADY UPLATŇOVANÉ PRO NKS V OBLASTI PUBLICITY

- **Transparentnost a otevřenost**

S informacemi o reformách a investicích NPO a jejich podpoře z RRF je třeba nakládat odpovědně a transparentně. NPO přispívá k modernizaci ČR a podporuje hospodářskou, sociální a územní soudržnost EU a informace tak ovlivňují její celkové vnímání ze strany veřejnosti i médií. Je třeba zveřejňovat pouze ověřené informace. MPO DU zajistí dostupnost informací zejména prostřednictvím webových stránek NPO, ale také prostřednictvím seminářů či konzultačních dnů. V rámci tohoto principu propojuje MPO DU tazatele rovněž s kontaktními osobami VK.

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

Ačkoli koordinace NPO a implementace jednotlivých opatření a pilířů představují komplexní procesy, cílem komunikace bude maximálně srozumitelné sdělení, které na konkrétních příkladech zajistí viditelnost a pozitivní vnímání NPO a které přiblíží problematiku široké veřejnosti.

- **Účelnost, účinnost, úspornost**

Použité komunikační nástroje budou pravidelně vyhodnocovány z hlediska hospodárnosti a reálného zásahu cílové skupiny. Komunikační aktivity realizované pro NPO musí být, zvláště jsou-li dodávány na zakázku třetí stranou, vždy dobře měřitelné s ohledem na nákladovou efektivitu a odůvodnitelné vůči stanoveným cílům.

- **Neutralita a zamezení politických vlivů**

Komunikační kampaň se nesmí vymezovat vůči žádným skupinám obyvatel či zájmovým skupinám, které nesouhlasí s NPO, RRF nebo EU. Komunikační nástroje a prostředky na ně použité nesmí sloužit v rámci volebních kampaní k propagaci politických stran či jejich představitelů.

- **Spolupráce napříč celou implementační strukturou NPO**

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

- **Odpovědnost**

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

3 CÍLOVÉ SKUPINY

NKS vymezuje tyto základní okruhy cílových skupin:

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

Odborná veřejnost

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

Široká veřejnost

Jedná se o početně největší cílovou skupinu, na kterou budou směřovány informace obecnějšího charakteru k RRF a NPO, tj. širší význam NPO a RRF, s důrazem na jednoduchost a srozumitelnost obsahu. Informace doručené této cílové skupině utváří všeobecné povědomí a postoje občanů ČR vůči podpoře z prostředků EU nebo vůči politikám a prioritám EU. Nejvyužívanějšími komunikačními nástroji budujícími povědomí široké veřejnosti budou zejména video spoty a rozhlasové spoty, články v tisku, webové stránky a sociální sítě, včetně spolupráce s influencery.

Výsledky průzkumů při nastavování strategie ukázaly, že je smysluplné cílit komunikaci zejména na mladé lidi s vyšším vzděláním a ekonomicky aktivní osoby, které nejvíce vnímají potenciál NPO posunout ČR kupředu.

Cílové skupiny jednotlivých komponent

Cílová skupina komponenty je reprezentována potenciálními žadateli, které je třeba informovat o možnostech čerpání podpory z NPO, případně motivovat k získání potřebných informací a podání žádosti o podporu. Za specifikaci cílové skupiny je odpovědný VK. VK je povinen na svém webu (či účelově zřízeném webu) propagovat NPO (vč. loga EU a jednotného textu o financování z RRF) a uveřejňovat přehled výzev NPO (aktivních i ukončených), které jsou financovány z RRF (více viz kpt. 5). Využívat lze i další komunikační nástroje dle vlastního uvážení.

Média

Cílová skupina představuje především zástupce masových komunikačních médií, jejichž posláním je umožnit přenos sdělení k široké veřejnosti. Důraz je kladen na kvalitu, jednoduchost, srozumitelnost a aktuálnost poskytovaných informací ve smyslu popisu konkrétních přínosů prostředků EU pro každodenní život občanů, úspěšně realizovaných projektů a konkrétních osobností spojených s implementací reforem nebo investic. Vedle klasických nástrojů komunikace (např. tiskové zprávy a konference, PR) je důležité dlouhodobé budování informačních vazeb a uplatňování proaktivního přístupu k médiím ve spolupráci s tiskovými odbory VK a SI.

4 DOPORUČENÉ KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJE

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

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

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

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

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

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

PR a komunikace s médii	
Tisková konference / tiskový brífink	Představení aktuálních informací k NPO za osobní nebo online účasti zástupců médií.
Tiskové zprávy	Předání aktuálních informací k NPO zástupcům médií. V případě, že bude vydána tisková zpráva (např. u otevírání/zahajování projektů), je vhodné zmínit nejen zdroj financování, ale také danou politiku a prioritu EU a příslušný pilíř NPO.
Setkání s médii	Představení aktuálních informací k NPO při méně formálním setkání se zástupci médií, například formou snídaně.

Audiovizuální, online materiály a databáze	
Video spoty	Propagační spoty na vybraná aktuální témata + spot na představení celého NPO. Délka 1 spotu do 30 vteřin pro široké využití a rychlý zásah. Formát bude vyhovovat požadavkům např. celostátní televize, online pro co nejširší budoucí využití spotů (princip 3E).
Podcasty	Podcasty na vybraná aktuální témata + podcast na představení celého NPO, např. s čelními představiteli vlády, zástupci ministerstev a dalšími odbornými představiteli z řad vlastníků komponent. Délka

	podcastu do 30 minut. Vhodnou variantou je nabídnout hosty za NPO již existujícím podcastům, které se věnují relevantním tématům a mají vybudovanou posluchačskou základnu.
Rozhlasové spoty	Propagační spoty na vybraná aktuální témata + spot na představení celého NPO. Délka spotu do 30 vteřin. Formát odpovídá požadavkům rozhlasu + MP3 pro využití na webu NPO (princip 3E).

Reklama	
Tisková inzerce	Ideálně vytvoření tematické přílohy, vkladů či regionální inzerce. Vizualizace, copywriting a nákup prostoru.
Rozhlas	Zajištění reklamního prostoru v délce max. 1 měsíce ve vybrané rozhlasové stanici (s co největším zásahem do cílové skupiny NPO).
Internet, sociální sítě	Bannerová reklama umístěná na navštěvovaných webových stránkách – zejména rozcestníky, zpravodajské servery, zájmové weby dle tematického zaměření komponent, nebo PPC reklama s vhodně nastavenými výrazy v rámci tematického zaměření pilířů a komponent. Vizualizace a nákup reklamního prostoru v délce cca 1 měsíce. Reklamní posty na vybraných sociálních sítích. Vhodnou formou je i nativní reklama, PR články apod.

Přímá komunikace	
Konference, výroční konference NPO	Konference s kapacitou max. 200 osob. Cílovou skupinu představují media a odborná veřejnost zastoupená potenciálními příjemci, žadateli a příjemci, hospodářskými, sociálními a regionálními partnery, akademickou sférou, neziskovými organizacemi, případně i VK a EK.
Semináře a workshopy	Menší akce pro žadatele a příjemce s podrobnějšími informacemi.
Webináře	Online semináře s možností interakce s přednášejícími, bez omezené kapacity.
Akce v regionech	Akce v regionech, zejména ve spolupráci s regionálními eurocentry a středisky sítě Europe Direct.

Přednášková činnost zástupců MPO-DU, VK a interních odborníků	Prezentace na odborných akcích hospodářských, sociálních a regionálních partnerů se zaměřením na oblasti podpory NPO a možností představení RRF odborné a široké veřejnosti, zejména představením úspěšných projektů jejich příjemci.
Návštěvy / Dny otevřených dveří	Pořádání návštěv vybraných projektů širokou veřejností.
Tištěné komunikační nástroje	
Letáky, plakáty, rollupy	Stručné informace k představení jednotlivých pilířů podpory a způsobu implementace v ČR.
Propagační předměty	Doplňkový komunikační nástroj pro odbornou i širokou veřejnost s cílem dostat základní informace o NPO do podvědomí. Minimální náležitost dle velikosti propagačního předmětu je povinná publicita s logem NextGeneration, NPO a prohlášením o financování.
Průzkumy mezi jednotlivými cílovými skupinami	Průzkumy budou zaměřeny na vyhodnocení úrovně informovanosti, kvality, dostupnosti a objemu poskytovaných informací, jakož i postojů k NPO a RRF.
Mapa projektů a reforem	Dodávání podkladů pro mapu projektů EK. Ideálně interaktivní rozhraní pro web NPO, které na základě sběru dat od jednotlivých VK informuje širokou veřejnost o realizované podpoře NPO.

Tabulka 1 Komunikační kanály a nástroje NKS

5 POVINNÉ KOMUNIKAČNÍ NÁSTROJE A AKTIVITY

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

Hlavní informační povinností členského státu je uvádět původ prostředků EU a zajistit její viditelnost, zejména propagací podporovaných opatření a jejich výsledků.

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

- **zveřejňovat v elektronické formě** přehled výzev, na jejichž základě se mohou žadatelé ucházet o podporu z RRF. VK také musí zajistit prolink provozované webové stránky na centrální webový portál www.planobnovy.gov.cz. Pokud VK/SI takovou webovou stránkou nedisponuje, budou tyto informace zveřejňovány na centrálním webovém portálu www.planobnovy.gov.cz. O vyhlášení výzvy vždy VK informuje KÚ NPO emailem v dostatečném předstihu¹ tak, aby mohl KÚ NPO zajistit zveřejnění této informace v den jejího vyhlášení na uvedeném portálu NPO.
- **na svých webových stránkách uveřejnit příklady 2 až 6 úspěšně realizovaných opatření nebo projektů**, pokud již existují. V případě, že předmětné výzvy dosud nebyly vypsány, nebo opatření nebo projekty dosud nebyly realizovány, je povinen na svých stránkách informovat o své úloze při implementaci NPO a představit komponenty včetně jejich popisu, za jejichž realizaci je odpovědný. Pokud VK/SI takovou webovou stránkou nedisponuje, zašle tento podklad KÚ NPO emailem, který zajistí zveřejnění těchto informací na centrálním webovém portálu www.planobnovy.gov.cz.
- **u každé komunikační aktivity s přímým vztahem k NPO zveřejnit znak EU a heslo:** „FINANCOVÁNO EVROPSKOU UNIÍ – NEXTGENERATIONEU“.
- **zajistit** (např. prostřednictvím textu výzvy, právního aktu apod.), **že příjemci podpory jsou informováni o původu finančních prostředků z RRF** a mají povinnost zajistit publicitu EU u podpořeného opatření nebo projektu.
- **kde je to relevantní, uvést prohlášení** ve znění: *„Financováno Evropskou unií – NextGenerationEU. Stanoviska a názory zde vyjádřená pocházejí pouze od autorů projektu a tito autoři za ně nesou odpovědnost a nutně nevyjadřují názory a stanoviska Evropské unie. Ani Evropské unii, ani Evropské komisi nelze přičítat za tato stanoviska a názory odpovědnost.“*

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

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

Je doporučeno, aby byly veřejnosti systematicky vysvětlovány důvody financování z finančních zdrojů EU. Při informování o realizovaném opatření by měli jak VK, tak příjemci popsat řešenou oblast, ale měli by i krátce popsat cíle a politiky EU v dané oblasti (ideálně i vložit odkaz na webové stránky EK k dané politice nebo prioritě EU).

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

Používání log a dalších prvků povinné publicity

Povinnosti příjemců a požadavky na užití loga jsou upravené v Metodickém pokynu pro publicitu a komunikaci pro Národní plán obnovy na období 2021-2026. Platí zásada, že při kombinaci log (např. při vícezdrojovém financování) musí být dodržena jejich shodná velikost a že logo EU předchází ostatním logům.

Příjemci podpory mají k dispozici generátor povinné publicity dostupný na webu MMR <https://publicita.dotaceeu.cz/>. VK/SI budou dle potřeby informovat příjemce o možnosti využití tohoto nástroje v souladu s nastavenými metodikami/pravidly.

Synergie s komunikací v oblasti kohezní politiky

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

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

Vizuální identita NPO

Vizuální identita NPO doplňuje celkovou komunikační strategii a stojí na třech hlavních pilířích: srozumitelnost (srozumitelně komunikuje nejdůležitější poselství), odhodlanost (upozorňuje na příspěvek k řešení důležité výzvy transformace ČR prostřednictvím reformy nebo investice) a jednoduchost (jednoduchý vizuální styl a kompozice pomáhají dodržet konzistentnost).

Identita jasně vizuálně odděluje hlavní komunikační linii a jednotlivé pilíře. Jejimi hlavními prvky jsou logo, barevná paleta, typografie, fotografie a kompozice.

Celý digitální design manuál je k dispozici na webových stránkách <https://designmanual.planobnovy.gov.cz/a> jeho využívání je doporučováno nejen na centrální úrovni, ale i všem VK/SI a příjemcům.

6 ROZPOČET

Pro zajištění informačních a propagačních opatření NKS bude na centrální úrovni využito financování v rámci subkomponenty 4.1.4 NPO a dále finanční prostředky státního rozpočtu, které si pro tento účel VK a MPO-DU narozpočtují do svých kapitol. VK a MPO-DU také mohou pro tento účel využívat další externí zdroje (např. finanční prostředky EU programu „Nástroje pro technickou podporu“ (Technical Support Instrument; dále jen „TSI“), a to v návaznosti na vyhlašované výzvy (zpravidla 2x ročně), popř. rozpočet EU. Při implementaci propagačních opatření z různých zdrojů financování bude vždy zajištěna jejich komplementarita a bude zajištěno, že u vícezdrojového financování nepřekročí podpora 100 % nákladů a že nedojde ke dvojímu financování totožných nákladů a aktivit.

7 ROČNÍ KOMUNIKAČNÍ PLÁN (RKP)

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

RKP bude obsahovat:

- Shrnutí komunikace pro daný rok, tzv. manažerské shrnutí

- Komunikační témata a cíle
- Soulad s NKS
- Indikativní harmonogram
- Popis komunikačních aktivit/nástrojů
- Vymezení cílových skupin
- Indikativní rozpočet
- Vykazování plnění výstupů a výsledků

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

RKP VK a MPO-DU bude po uplynutí sledovaného období vyhodnocován dotčeným KÚ / KÚ NPO ve formě **Informace o plnění RKP**. Informace o plnění RKP bude zpracovaná ve formě tabulky² s informacemi k realizovaným aktivitám/nástrojům v členění: termín realizace, komunikační nástroj, název a popis aktivity/nástroje, cílová skupina, rozpočet včetně zdroje financování, a dále souhrnné informace k výstupu a výsledku v oblasti komunikace za daný rok (rovněž formou tabulky³ s navrženými či vlastními indikátory). Vyhodnocení za uplynulý kalendářní rok a RKP pro daný kalendářní rok budou MPO-DU vypracovány nejpozději do 31. 1. daného kalendářního roku; VK oba dokumenty zašle KÚ NPO také nejpozději do 31. 1. daného kalendářního roku. MPO-DU vyhodnotí informace z jednotlivých RKP z hlediska naplňování NKS a předá KÚ zpětnou vazbu.

8 MONITOROVÁNÍ A HODNOCENÍ

Monitorování a hodnocení zajištění realizace komunikačních aktivit a viditelnosti NPO je sledováno prostřednictvím ukazatelů na úrovni **výstupů, výsledků a dopadů** realizovaných opatření informovanosti a publicity. Data pro vyhodnocování **výstupů a výsledků** komunikačních a propagačních opatření na cílové skupiny budou sledována prostřednictvím indikátorů v Informacích o plnění RKP. Každý VK/SI si může nadefinovat sadu vlastních interních ukazatelů ke sledování, např. počet návštěv webových stránek programu; tyto interní ukazatele jim mohou sloužit pro lepší plánování a vyhodnocování komunikačních aktivit.

Pro zajištění podkladů pro vyhodnocování **dopadů** komunikačních a propagačních opatření na cílové skupiny zajistí MPO-DU průzkumy, které budou zaměřeny zejména na průběžné sledování trendů ve

² viz Příloha č.2

³ viz Příloha č.2

vnímání NPO širokou veřejností a jejích postojů k jednotlivým reformám nebo investicím. Dále mohou být realizovány průzkumy dle aktuálních potřeb např. na vyhodnocení úrovně informovanosti, kvality, dostupnosti a objemu poskytovaných informací.

9 ZKRATKY

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

10 SEZNAM PŘÍLOH

Příloha č. 1 – Informace o připravované výzvě NPO

Příloha č. 2 – Informace o plnění RKP