

# Informační a propagační strategie PRV

Program rozvoje venkova 2014-2020



EVROPSKÁ UNIE

Evropský zemědělský fond pro rozvoj venkova

Evropa investuje do venkovských oblastí

Program rozvoje venkova



PROGRAM ROZVOJE VENKOVA

V souladu s čl. 66 (1) (i) nařízení (EU) č. 1305/2013 odpovídá Řídicí orgán PRV za zajištění propagace PRV, včetně propagace prostřednictvím Celostátní sítě pro venkov.

Řídicí orgán PRV se rozhodl také připojit k plnění Společné komunikační strategie ESI fondů v ČR v programovém období 2014-2020, která vznikla v souladu s nařízením Evropského parlamentu a Rady (EU) č. 1303/2013 a která určuje obecný směr komunikace evropských fondů v ČR.

Řídicí orgán PRV předkládá tuto informační a propagační strategii, jakož i veškeré její změny pro informaci Monitorovacímu výboru Programu rozvoje venkova (dále jen „MV PRV“). Strategie musí být předložena nejpozději do šesti měsíců po přijetí Programu rozvoje venkova ČR pro období 2014 – 2020 (dále jen „PRV“). Řídicí orgán PRV informuje MV PRV alespoň jednou ročně o pokroku při provádění informační a propagační strategie a o své analýze výsledků, jakož i o plánované informační a propagační činnosti, která má být provedena v následujícím roce (na pravidelných jednáních MV PRV).

## Obsah

<b>1</b>	<b>Cíle strategie a cílové skupiny</b> .....	<b>3</b>
1.1	Cíle strategie .....	3
1.2	Cílové skupiny.....	4
1.1.1.	Potenciální příjemci .....	4
1.1.2.	Široká veřejnost .....	4
1.1.3.	Subjekty fungující jako styčné body.....	5
<b>2</b>	<b>Komunikační nástroje</b> .....	<b>7</b>
<b>3</b>	<b>Předběžný rozpočet informační a propagační strategie PRV</b> .....	<b>11</b>
<b>4</b>	<b>Popis správních orgánů, včetně lidských zdrojů, odpovědných za provádění informačních a propagačních akcí</b> .....	<b>12</b>
<b>5</b>	<b>Úloha CSV a přispění jejího komunikačního plánu k provádění této strategie</b> .....	<b>12</b>
5.1	Příklad aktivit CSV, které přispějí k naplnění této strategie.....	12
<b>6</b>	<b>Popis toho, jak se budou informační a propagační akce posuzovat z hlediska viditelnosti a vytváření povědomí o politickém rámci, programech a operacích a úloze, kterou hraje EZFRV a Unie</b> .....	<b>13</b>
6.1	Ukazatele výstupů v oblasti rozvoje venkova aplikované v rámci informačních a propagačních akcí .....	13
6.2	Ukazatele výsledku v oblasti rozvoje venkova aplikované v rámci informačních a propagačních akcí .....	15
<b>7</b>	<b>Předběžný rozpočet informační a propagační strategie PRV v roce 2015</b> .....	<b>15</b>

# 1 Cíle strategie a cílové skupiny

Hlavním úkolem informačních a propagačních aktivit v rámci PRV je informování potenciálních příjemců, profesních organizací, hospodářských a sociálních partnerů, subjektů podílejících se na prosazování rovnosti žen a mužů a dotčených nevládních organizací, včetně ekologických organizací, o možnostech, které program nabízí, a o pravidlech pro získání přístupu k financování programu a rovněž informováním příjemců o příspěvku Unie a široké veřejnosti o úloze, kterou Unie v programu hraje.

## 1.1 Cíle strategie

**V rámci informování potenciálních příjemců (více o této cílové skupině dále) můžeme definovat níže uvedené obecné a specifické cíle.**

Obecný cíl:

- poskytovat informace o politice rozvoje venkova (společné zemědělské politice) umožnění jejího pochopení
- propagovat přínosy PRV a informovat veřejnost o jeho úloze
- podporovat publicitu PRV tak, aby byla zaručena transparentnost PRV a jeho pomoci

Specifický cíl:

- zvýšit povědomí a znalost obsahu PRV,
- cílové skupiny účinně informovat o možnostech, které nabízí PRV,
- cílové skupiny účinně informovat o požadavcích na účast v PRV,
- zajistit snadný a rychlý přístup k informacím o řízení a správě fondu, včetně informací o úloze institucí Evropské unie (více v další části),
- na vyžádání poskytovat vhodné a dostatečné informace o PRV a jednotlivých projektech.
- vysvětlovat, provádět a rozvíjet politiku rozvoje venkova (potažmo společnou zemědělskou politiku) a zvyšovat informovanost veřejnosti o obsahu a cílech této politiky
- prostřednictvím informačních kampaní obnovovat důvěru spotřebitelů po krizích, informovat zemědělce a ostatní subjekty činné ve venkovských oblastech, prosazovat evropský model zemědělství a pomáhat občanům její pochopit
- podávat soudržné, objektivní a úplné informace v rámci Unie i mimo ni tak, aby byl poskytnut přesný celkový přehled o politice rozvoje venkova (společné zemědělské politice).

**V rámci informování široké veřejnosti o úloze, kterou hraje EU v rámci financování PRV, definujeme níže uvedené obecné a specifické cíle.**

Obecný cíl:

- poskytování informací o politice rozvoje venkova (společné zemědělské politice), roli Evropské unie a umožnění jejího pochopení

Specifický cíl:

- zajistit snadný a rychlý přístup k informacím o politice rozvoje venkova (společné zemědělské politice) a o roli Evropské unie

## 1.2 Cílové skupiny

Tato komunikační strategie vymezuje tři hlavní cílové skupiny:

1. Potenciální příjemci
2. Široká veřejnost
3. Subjekty fungující jako styčné body

### 1.1.1. Potenciální příjemci

#### **Žadatelé**

- Zástupci této skupiny jsou subjekty, které odpovídají definici oprávněného žadatele ucházet se o podporu a předkládají svou projektovou žádost k hodnocení za účelem získání podpory z PRV. Jedná se o subjekty, které mají zájem o realizaci projektů. V tomto ohledu je nutné jim včas poskytnout informace o možnostech financování a o zveřejněných výzvách k předkládání žádostí. Dále by měli být informováni i o správných postupech, které je třeba dodržet, aby vznikl nárok na financování, o postupech posuzování žádostí o financování, o podmínkách a/nebo kritériích způsobilosti pro výběr a hodnocení projektů, atd..
- Komunikační nástroje pro tuto skupinu jsou především příručky pro žadatele, konference, odborné semináře zaměřující se na přípravu projektů, informační pulty v rámci významných odborných propagačních akcí na národní i regionální úrovni. Jako informační médium slouží především webové stránky PRV.

### 1.1.2. Široká veřejnost

#### **Mladá generace do 18 let**

- Důležitá cílová skupina, která se nepodílí přímo na realizaci PRV, ale je třeba jí poskytovat přiměřenou formou informace o způsobech pomoci z PRV. Informace určené pro tuto cílovou skupinu jsou jak obecnějšího charakteru (zaměřené na pozitivní sdělení o přínosech fondu), tak zaměřeny na podání podrobnějších informací vybrané cílové skupině zájemců o problematiku SZP.
- Možnými komunikačními nástroji budujícími povědomí široké veřejnosti o PRV budou zejména webové stránky, sociální sítě, servery pro sdílení videosouborů, články v tisku, prezentace spojené s atraktivní formou komunikace (např. soutěže, předvádění dovedností atd.) na odborných propagačních akcích, přímá komunikace ve formě exkurzí.

## **Občané ČR 18+/potenciální žadatelé**

- Jedná se o cílovou skupinu, z jejichž řad se mohou profilovat budoucí žadatele v PRV. Cílem je probudit aktivní zájem o problematiku u těchto osob tak, aby se po vyhodnocení získaných informací stali úspěšnými žadateli z PRV. Informace pro tuto cílovou skupinu jsou již více odborného charakteru a poskytují detailnější informace k jednotlivým opatřením. Mezi důležité potenciální žadatele patří podnikatelé v oblasti zemědělské a potravinářské výroby, nevládní neziskové organizace, subjekty místní samosprávy, vzdělávací a výzkumné instituce, atd.
- Je možno využít v podstatě veškeré komunikační nástroje uváděné v tomto dokumentu.

### **1.1.3. Subjekty fungující jako styčné body**

#### **Informační centra**

- Cílová skupina představuje právně a organizačně uspořádaná pracoviště, jejichž hlavním posláním je poskytovat všeobecné informace o Evropské unii a zabývat se jejich rozšiřováním (Eurocentra, Europe Direct, Evropské domy v jednotlivých krajích). Cílem je této skupině poskytnout odborné informace vhodné k budování všeobecného povědomí o problematice fondů EU v řadách široké veřejnosti a zároveň poskytnout pracovníkům těchto center dostatek odborných informací o PRV pro jejich práci.
- Mezi hlavní komunikační nástroje lze zařadit jednání a koordinační schůzky, odborné vzdělávání, poskytování propagačních materiálů, atd.

#### **Regionální a místní orgány státní správy a samosprávy a další partneři uvedení v článku 5 nařízení (EU) č. 1303/2013**

- V této skupině se nachází také velký okruh potenciálních žadatelů a následně příjemců podpory. Její zástupci se proto aktivně zajímají o možnosti dotací. Komunikace zde tedy funguje obousměrně. Z tohoto důvodu má tato cílová skupina velký vliv na úspěšnou realizaci projektů a šíření informací o možnostech a výsledcích realizovaných projektů směrem k široké veřejnosti.
- Mimo poskytování odborných informací různou formou je dobré se u této skupiny zaměřit také na poskytování metodické podpory (příručky, semináře, konference, exkurze za příklady best practice atd.).

#### **Monitorovací výbor PRV**

- MV PRV je odpovědný za sledování poskytované pomoci, schvaluje návrhy na změnu PRV. Schvaluje kritéria, podle kterých jsou vybírány projekty k realizaci. Členy MV PRV jsou zástupci příslušných řídicích a koordinačních subjektů a partnerů (odborníci ministerstev, partnerská ministerstva, kraje, obce, nestátní neziskové organizace apod.).
- Komunikace probíhá především na pravidelných jednáních.

### **Koordinační výbor Celostátní sítě pro venkov, Koordinační skupina MZe**

- Tyto pracovní orgány Celostátní sítě pro venkov (dále jen „CSV“) se mimo jiné zaměřují se na podporu realizace komunikačních aktivit PRV. Zároveň jsou také poradními orgány v rámci organizační struktury CSV.
- Komunikace s touto cílovou skupinou probíhá pomocí pravidelných jednání. Dalšími komunikačními nástroji jsou také metodické pokyny nebo odborné semináře.

### **Vzdělávací a výzkumné instituce**

- Tyto odborné subjekty jsou významným zdrojem informací pro celou řadu potenciálních žadatelů/příjemců dotací z PRV. Dále je předpoklad, že budou hrát významnou roli v rámci realizací projektů spolupráce, inovačních projektů a přenášení výsledků výzkumu do praxe.
- Jako komunikační nástroje jsou využívány především pracovní skupiny, webové stránky, tiskoviny, odborné semináře, konference atd.

### **Ostatní subjekty zapojené do implementace PRV**

- Další subjekty zapojené do implementace jsou např. platební agentura, nebo dodavatelé ve výběrovém řízení pro realizované projekty.
- Vůči této cílové skupině se komunikují především vysoce odborné informace potřebné k úspěšné realizaci projektů a k informování dalších zapojených subjektů.

### **Politická reprezentace**

- Tato cílová skupina představuje zástupce politických stran, kteří byli zvoleni širokou veřejností k politické reprezentaci daného státu nebo regionu. Zástupci této skupiny mají velký vliv na utváření povědomí široké veřejnosti o realizaci politiky hospodářské a sociální soudržnosti. Zástupci této skupiny mohou zásadně ovlivnit prostředí, v němž PRV funguje. Této skupině je nutné poskytnout jednak odborné informace, ale také ji informovat o přínosech úspěšně realizovaných projektů PRV.
- Jako vhodný komunikační nástroj lze využít odborné publikace, pracovní skupiny, konference a besedy, exkurze apod.

### **Média**

- Tato cílová skupina představuje především zástupce masových komunikačních médií (rozhlas, televize, tisk, internet), jejichž posláním je umožnit přenos sdělení od zdroje k příjemci. Její vliv je klíčový na utváření povědomí o PRV především u široké veřejnosti, ale také u tvůrců veřejného mínění a osob s rozhodovacími pravomocemi ve veřejném sektoru. Je velmi náročná na kvalitu poskytovaných informací ve smyslu popisu konkrétních přínosů a dopadů PRV do života regionů, představení úspěšně realizovaných projektů a konkrétních osobností spojených s čerpáním dotací. Vyžaduje jednoduchou, srozumitelnou a včasnou informaci.
- Vedle klasických nástrojů komunikace (např. tiskové zprávy a konference) je nezbytné dlouhodobé budování informačních vazeb.

Pro úspěšné doručení sdělení cílovým skupinám je nutné rozlišovat mezi jejich specifickými a reálnými potřebami. Je třeba předat cílovým skupinám **odpovídající sdělení** (rozsah, obsah, míra podrobnosti sdělení apod.), **odpovídajícím způsobem** (forma sdělení, použité komunikační nástroje, načasování, předpokládaná životnost sdělení apod.) a **co možná nejefektivněji** (účelnost, hospodárnost).

## 2 Komunikační nástroje

Pro účel této strategie byly definovány vhodné komunikační nástroje tak, aby byla zajištěna odpovídající informovanost všech cílových skupin. Níže definované nástroje<sup>1</sup> byly vybrány tak, aby mohly v souladu s SKS (Společnou komunikační strategií evropských strukturálních a investičních fondů v ČR v programovém období 2014-2020) vhodně přispívat k cílům této informační strategie. Je nutno poznamenat, že se nejedná o uzavřenou množinu nástrojů. V závislosti na vývoji potřeb cílových skupin a komunikačních nástrojů je možné množinu nástrojů rozšířit, případně některé z nich nevyužít.

V průběhu celého programového období reagují komunikační aktivity na aktuální situaci v oblasti implementace PRV. Orientační nasazení komunikačních nástrojů je naplánováno na celé programové období. Použití těchto nástrojů bude dále zpřesňováno v každoroční aktualizaci informační a propagační činnosti této strategie. Veškeré nástroje mohou být používány průběžně a intenzita jejich využívání bude vázána na výsledky evaluací a zkušeností. V průběhu času se tak může měnit i výběr komunikačních nástrojů vhodných oslovení jednotlivých cílových skupin, a to v závislosti na tom, jaké komunikační nástroje cílové skupiny aktuálně využívají.

Komunikace s médii a PR		
Název nástroje	Popis nástroje	Cílové skupiny
<b>Tisková konference</b>	Tisková konference je klasický způsob předání aktuálních informací médiím za osobní účasti novinářů.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Média</li><li>• Zprostředkovaně odborná a široká veřejnost</li></ul>
<b>Tiskový brífink</b>	Tiskový brífink je kratší a více improvizovaná forma setkání s médii.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Média</li><li>• Zprostředkovaně odborná a široká veřejnost</li></ul>
<b>Tisková zpráva</b>	Tisková zpráva je klasický způsob předání aktuálních informací médiím bez osobní účasti novinářů.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Média</li><li>• Zprostředkovaně odborná a široká veřejnost</li></ul>
<b>Media relations</b>	Jedná se o spolupráci s vybraným okruhem médií, která mají k programu tematicky blízko. Možnost mediálního partnerství.	<ul style="list-style-type: none"><li>• Média</li><li>• Zprostředkovaně odborná a široká veřejnost</li></ul>

<sup>1</sup> Definice jednotlivých komunikačních nástrojů je obecná a může se v průběhu času měnit s ohledem na vývoj mediálního prostředí.



Mediální komunikace - reklama		
Název nástroje	Popis nástroje	Cílové skupiny
<b>Tisková inzerce</b>	Tento nástroj je vhodný jak k imageovým kampaním, tak ke kampaním zaměřeným na odbornou veřejnost, nebo potenciální žadatele. Možno využít i vytvoření tematických příloh, vkladů, či regionálního zacílení inzerce.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Široká veřejnost</li> <li>Odborná veřejnost</li> </ul>
<b>Rozhlas</b>	Možnost využít klasický reklamní čas, sponzoring, či speciální rozhlasový formát (např. pořad). Velký výběr rozhlasových stanic s možností regionálního zacílení.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Široká veřejnost</li> <li>Odborná veřejnost</li> </ul>
<b>Televize</b>	Možnost využít klasický reklamní čas, sponzoring, product placement, či speciální TV formát (např. pořad). Je možné reklamu i regionálně zacílit, využitím regionálních TV stanic. Díky rozvoji DVBT je i větší dostupnost menších TV stanic k širšímu okruhu diváků.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Široká veřejnost</li> <li>Odborná veřejnost</li> </ul>
<b>Internet</b>	Nejčastější využití je formou bannerových reklamních formátů umístěných na navštěvovaných webových stránkách – zejména rozcestníky, zpravodajské servery, zájmové weby dle tematického zaměření programů, nebo PPC reklama s vhodně nastavenými výrazy v rámci tematického zaměření programů.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Široká veřejnost</li> </ul>

On-line komunikace		
Název nástroje	Popis nástroje	Cílové skupiny
<b>Zastřešující webové stránky <a href="http://www.esifondy.cz">www.esifondy.cz</a></b>	Jedním z nejzákladnějších nástrojů komunikace v oblasti ESI fondů jsou zastřešující webové stránky, a to s primárním zaměřením na odbornou veřejnost – potenciální žadatele, příjemce a média. Národní koordinátor bude spravovat zastřešující webový portál <a href="http://www.esifondy.cz">www.esifondy.cz</a> , který bude tvořit rozcestník pro všechny informace o fondech EU. Na webovém portále bude mimo jiné umístěn základní popis všech programů, bude zde umístěn seznam příjemců (operací) za všechny programy, výroční a evaluační zprávy všech programů, aktuální seznam výzev všech programů, odpovědi na časté dotazy (FAQ), důležité události všech programů, odkazy na webové stránky všech programů a kontakty na všechny programy. Dále budou webové stránky využívány pro aktivity spojené s propagací fondů EU (např. soutěže, konference, veletrhy apod.). Součástí webové stránky je taktéž online chat pro interaktivní komunikaci s uživatelem. Možnost vytvoření mobilní verze pro „chytré mobilní telefony.“ Tyto internetové stránky budou obsahovat základní informace o PRV.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Odborná veřejnost</li> <li>Široká veřejnost</li> </ul>

<b>Webový portál k PRV</b>	Bude zde umístěn základní popis programu, aktuální výzvy, seznam příjemců (operací) programu, výroční a evaluační zprávy, kontakty, informace a dokumenty pro žadatele a příjemce, případné novinky, atd. Webové stránky budou poskytovat možnost odebírání novinek prostřednictvím RSS kanálu. Možnost vytvoření mobilní verze pro „chytré mobilní telefony.“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Odborná veřejnost</li> <li>• Široká veřejnost</li> </ul>
<b>Speciální webové stránky</b>	Může se jednat o webové stránky stojící mimo portály programů, které jsou přímo spojené např. s aktuální komunikační kampaní, výroční konferencí, atp. Možnost vytvoření mobilní verze pro „chytré mobilní telefony.“	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Široká veřejnost</li> <li>• Odborná veřejnost</li> </ul>
<b>Sociální sítě</b>	Sociální sítě (např. Facebook, Google+, Foursquare, Twitter, apod.) se dají využít jak pro komunikaci vůči široké veřejnosti tak pro komunikaci vůči odborné veřejnosti – potenciálním žadatelům, příjemcům, opinionmakerům.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Široká veřejnost</li> </ul>
<b>Servery pro sdílení videosouborů</b>	Jedná se o nástroje typu You Tube, či Vimeo, kde je možné on-line sdílet videa. Je např. možné zde zpřístupnit veřejnosti spoty vzniklé pro TV prezentaci, záznamy z konferencí, akcí pro veřejnost, apod. Je možné propojit profil na tomto serveru s webovým portálem.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Široká veřejnost</li> <li>• Odborná veřejnost</li> </ul>
<b>Online newsletter</b>	Jedná se o pravidelné periodikum typu „bulletin“/„newsletter“, jehož obsah určuje sám řídicí orgán programu. Distribuce probíhá formou „direkt mailingu“ primárně mezi odbornou veřejnost.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Odborná veřejnost</li> </ul>

### Publikační aktivity (tištěné komunikační nástroje)

Název nástroje	Popis nástroje	Cílové skupiny
<b>Vlastní periodikum</b>	Jedná se o pravidelné periodikum typu „bulletin“/„newsletter“, jehož obsah určuje sám řídicí orgán programu. Distribuce probíhá adresně primárně mezi odbornou veřejnost.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Odborná veřejnost</li> </ul>
<b>Publikace</b>	Publikace jsou primárně určené pro odbornou veřejnost – potenciální příjemce, žadatele a příjemce. Jejich obsah si určuje sám řídicí orgán.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Odborná veřejnost</li> </ul>
<b>Letáky, plakáty</b>	Tištěný nástroj obsahující stručné informace.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Široká veřejnost</li> <li>• Odborná veřejnost</li> </ul>

Přímá komunikace		
Název nástroje	Popis nástroje	Cílové skupiny
<b>Konference</b>	Konference jsou základním nástrojem pro setkání s odbornou veřejností – potenciálními příjemci, žadateli, příjemci, opinion makery. Předpokládané rozložení konferencí během programového období je zahajovací konference ke spuštění programu, výroční konference každý rok o pokroku v implementaci programu a závěrečná konference shrnující implementaci programu za celé programové období.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Odborná veřejnost</li> </ul>
<b>Veletrhy</b>	Veletrhy jsou nástrojem přímé komunikace určeným primárně pro prezentaci programu odborné i laické veřejnosti.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Odborná veřejnost</li> </ul>
<b>Semináře, workshopy, exkurze</b>	Menší informační/metodické akce pro žadatele a příjemce s konkrétnějšími informacemi.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Odborná veřejnost</li> </ul>
<b>Individuální konzultace</b>	Individuální podpora žadatelům a příjemcům za účelem úspěšné realizace projektů. Konzultace mohou probíhat osobně, elektronicky formou e-mailu či telefonicky. Může být vytvořena i síť celostátní kontaktních míst.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Odborná veřejnost</li> <li>Široká veřejnost</li> </ul>
<b>Akce pro širokou veřejnost</b>	Akce (eventy) pro širokou veřejnost jsou vhodné k budování povědomí o programu, ke zviditelnění konkrétních úspěchů programu (př. roadshow, dny otevřených dveří projektů, apod.).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Široká veřejnost</li> </ul>

Ostatní (doplňkové nástroje)		
Název nástroje	Popis nástroje	Cílové skupiny
<b>Mobilní aplikace</b>	Komunikační nástroj určený pro uživatele „chytrých mobilních telefonů“ a tabletů. Jedná se spíše o doplňkový nástroj k základním komunikačním nástrojům, avšak může fungovat i sám o sobě.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Široká veřejnost</li> <li>Odborná veřejnost</li> </ul>
<b>Soutěže</b>	Komunikační nástroj primárně pro širokou veřejnost, komunikující témata spojená s programem interaktivním zapojením příjemců sdělení a to jednoduchou a zábavnou formou. Může se jednat také o doplněk k jinému komunikačnímu nástroji.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Široká veřejnost</li> <li>Odborná veřejnost</li> </ul>
<b>QR kódy</b>	Jde o komunikační nástroj, určený pro uživatele „chytrých mobilních telefonů“, který může nést řadu informací, nejčastější využití je odkaz na webové stránky.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Široká veřejnost</li> <li>Odborná veřejnost</li> </ul>
<b>Propagační předměty</b>	Doplňkový komunikační nástroj pro odbornou i širokou veřejnost sloužící jako drobný dárek a zároveň předávající základní informaci o programu (např. název a webové stránky).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Široká veřejnost</li> <li>Odborná veřejnost</li> </ul>

### 3 Předběžný rozpočet informační a propagační strategie PRV

Pro zajištění informačních a propagačních opatření této informační a propagační strategie bude využito finančních prostředků určených na publicitu v rámci Programu rozvoje venkova na období 2014-2020, opatření Technická pomoc (kód 20). Půjde konkrétně o podopatření 20.1. – Podpora technické pomoci mimo CSV a podopatření 20.2. – Podpora pro zřízení a činnost CSV. Vzhledem k průběhu schvalovacího procesu PRV Evropskou komisí, je do doby finálního schválení dokumentu PRV (v roce 2014 a v části roku 2015), využíváno pro realizaci informačních a propagačních opatření finančních prostředků z Programu rozvoje venkova ČR 2007-2013.

Společné aktivity, které vyplynou z realizace opatření Společné komunikační strategie evropských strukturálních a investičních fondů v ČR v programovém období 2014-2020, budou financovány z Operačního programu Technická pomoc 2014-2020.

Níže uvedené částky zahrnují jak příspěvek Společenství (75 %), tak národní spolufinancování (25 %). Čerpání finančních prostředků bude prováděno, monitorováno a vyhodnocováno v souladu s pravidly a postupy implementace opatření Technická pomoc a v souladu s principy 3E.

Tabulka 1: Předběžný rozpočet informační a propagační strategie PRV v letech 2015-2020

Rok	Předpokládaný rozpočet (v Kč)
2015	9 300 000 <sup>2</sup>
2016	10 000 000
2017	10 000 000
2018	10 000 000
2019	10 000 000
2020	8 000 000
CELKEM	57 300 000

<sup>2</sup> V roce 2015 bude na aktivity v rámci informační a propagační strategie využito i cca 2 mil. Kč finančních prostředků z PRV 2007-2013

## 4 Popis správních orgánů, včetně lidských zdrojů, odpovědných za provádění informačních a propagačních akcí

Odpovědnou a koordinační jednotkou je odbor Řídicí orgán PRV (14110), který bude na jednotlivé činnosti propagace programu využívat podopatření 20.1. – Podpora technické pomoci mimo CSV a podopatření 20.2. – Podpora pro zřízení a činnost CSV.

Podrobnější komunikační plán Celostátní sítě pro venkov je dle čl. 54 odst. 3 bodě vi) nařízení (EU) č. 1305/2013 součástí Akčního plánu Celostátní sítě pro venkov. Na realizaci aktivit Celostátní sítě pro venkov v oblasti publicity PRV se budou také podílet pracovníci CSV na regionální úrovni (tuto agendu bude zajišťovat Státní zemědělský intervenční fond na úrovni NUTS 2).

Při naplňování komunikačního plánu bude probíhat úzká spolupráce s příslušnými odbornými útvary Ministerstva zemědělství (zejména Odboru komunikace MZe, který bude zajišťovat zejména komunikační aktivity směrem k zástupcům médií) a partnery CSV.

## 5 Úloha CSV a přispění jejího komunikačního plánu k provádění této strategie

Celostátní síť pro venkov a její komunikační plán uvedený v čl. 54 odst. 3 bodě vi) nařízení (EU) č. 1305/2013 hraje v oblasti komunikace s veřejností a propagace výsledků Programu rozvoje venkova velmi významnou roli.

Její hlavním úkolem v této oblasti je podpora implementace PRV a prezentace jeho výsledků zejména formou předávání zkušeností a výsledků dobré i špatné praxe.

CSV bude zároveň sloužit i jako nástroj pro zajištění prezentace výsledků monitorování a hodnocení PRV jak široké, tak i odborné veřejnosti.

Významnou roli bude CSV hrát v případě prezentace výsledků projektů realizovaných v oblasti inovací a Evropském inovačním partnerství. CSV zároveň zprostředkovává přenos dobré praxe z ČR směrem k Evropské síti pro rozvoj venkova a naopak.

### 5.1 Příklad aktivit CSV, které přispějí k naplnění této strategie

- setkávání partnerů CSV (výstupem těchto aktivit je například vyhodnocení akcí CSV v daném regionu či návrhy roční prováděcích plánů), semináře a vzdělávací aktivity zaměřené na sdílení zkušeností,
- exkurze pro konečné příjemce za příklady dobré praxe,
- činnost tematických pracovních skupin,
- pořádání konferencí (např. národní konference Venkov pravidelně organizovaná na podzim, regionální konference)
- aktivity v rámci soutěže Vesnice roku, „Ocenění Oranžová stuha“,

- provoz webového subportálu Venkov - vkládání informací o aktivitách CSV (databáze členů CSV, databáze úspěšných projektů PRV, databáze MAS, přehled aktivit na regionální úrovni, tematické pracovní skupiny, publikace a dokumenty, periodikum Venkov, kontakty, informace o Ocenění Oranžová stuha, odkazy),
- příprava a distribuce tematických periodik např. Venkov,
- prezentace PRV, CSV a jejich partnerů na veletrzích a výstavách (např. Země živitelka, REGIONTOUR, Agrokomplex atd.),
- vydávání info brožur, publikací, letáků, DVD, CD zaměřených na propagaci PRV, CSV, EU

## 6 Popis toho, jak se budou informační a propagační akce posuzovat z hlediska viditelnosti a vytváření povědomí o politickém rámci, programech a operacích a úloze, kterou hraje EZFRV a Unie

Monitorování a hodnocení realizace komunikačních aktivit je sledováno prostřednictvím indikátorů na úrovni výstupů a výsledků<sup>3</sup> realizovaných opatření informovanosti a publicity.

### 6.1 Ukazatele výstupů v oblasti rozvoje venkova aplikované v rámci informačních a propagačních akcí

- Celkové veřejné výdaje
- Počet tematických a analytických výměn s podporou CSV
- Počet komunikačních nástrojů CSV
- Počet činností Evropské sítě pro rozvoj venkova, jichž se zúčastnila CSV

Tabulka 2: Ukazatele výstupu včetně kvantifikace

Typ ukazatele	Název ukazatele	Kvantifikace
Výstup	<b>Počet komunikačních nástrojů CSV:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- počet setkání/akcí realizovaných CSV - celkem <ul style="list-style-type: none"> <li>o z toho zaměřených na sdílení a šíření výsledků monitorování a hodnocení</li> <li>o z toho zaměřených na poradce a služby na podporu inovací</li> <li>o z toho zaměřených na MAS včetně podpory spolupráce</li> </ul> </li> </ul>	500
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- počet publikací (letáků, newsletterů, magazínů apod. včetně elektronických vydání) – celkem <ul style="list-style-type: none"> <li>o z toho zaměřených na sdílení a šíření výsledků</li> </ul> </li> </ul>	65

<sup>3</sup> Navržené indikátory budou případně dále upřesněny v návaznosti na projednávání sestavy indikátorů v rámci dokončování a schvalování PRV 2014-2020.

	<ul style="list-style-type: none"> <li>monitorování a hodnocení</li> <li>o z toho zaměřených na poradce a služby na podporu inovací</li> <li>o z toho zaměřených na MAS včetně podpory spolupráce</li> </ul>	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- počet dalších komunikačních nástrojů (webové stránky, sociální média atd.) – celkem</li> <li>o z toho zaměřených na sdílení a šíření výsledků monitorování a hodnocení</li> <li>o z toho zaměřených na poradce a služby na podporu inovací</li> <li>o z toho zaměřených na MAS včetně podpory spolupráce</li> </ul>	3
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- počet příkladů projektů nashromážděných a prezentovaných CSV – celkem</li> <li>o z toho zaměřených na sdílení a šíření výsledků monitorování a hodnocení</li> <li>o z toho zaměřených na poradce a služby na podporu inovací</li> <li>o z toho zaměřených na MAS včetně podpory spolupráce</li> </ul>	100
	<p><b><u>Počet tematických a analytických výměn mezi stranami zúčastněnými na rozvoji venkova založených za pomoci CSV:</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ustanovené tematické pracovní skupiny – celkem</li> <li>o z toho zaměřených na sdílení a šíření výsledků monitorování a hodnocení</li> <li>o z toho zaměřených na poradce a služby na podporu inovací</li> <li>o z toho zaměřených na MAS včetně podpory spolupráce</li> </ul>	5
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- konzultace se zúčastněnými stranami – celkem</li> <li>o z toho zaměřených na sdílení a šíření výsledků monitorování a hodnocení</li> <li>o z toho zaměřených na poradce a služby na podporu inovací</li> <li>o z toho zaměřených na MAS včetně podpory spolupráce</li> </ul>	50
	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ostatní (školení, webová fóra atd.) – celkem</li> <li>o z toho zaměřených na sdílení a šíření výsledků monitorování a hodnocení</li> <li>o z toho zaměřených na poradce a služby na podporu inovací</li> </ul> <p>z toho zaměřených na MAS včetně podpory spolupráce</p>	300
	<p><b><u>Počet aktivit Evropské sítě pro venkov (ENRD), na kterých se CSV účastnila (celkem)</u></b></p>	12
	<p><b><u>Počet aktivit Evropské sítě pro venkov (ENRD), na kterých CSV aktivně přispěla (celkem)</u></b></p>	4

## 6.2 Ukazatele výsledku v oblasti rozvoje venkova aplikované v rámci informačních a propagačních akcí

- Míra informovanosti o fondech EU u cílových skupin
- Míra znalosti podpořených projektů u cílové skupiny

Tabulka 3: Ukazatele výsledku včetně kvantifikace

Typ ukazatele	Název ukazatele	Kvantifikace
Výsledek	Míra informovanosti o fondech EU u cílových skupin	68 %
	Míra znalosti podpořených projektů u cílové skupiny	70 %

## 7 Předběžný rozpočet informační a propagační strategie PRV v roce 2015

V souladu se schváleným Akčním plánem implementace SZP a SRP v roce 2015 je předkládán konkrétnější plán pro oblast seminářů a vzdělávacích akcí pro veřejnost. Aktivity budou rozděleny na několik oblastí. Tematické zaměření včetně indikativního rozpočtu je uvedeno v tabulce č. 4.

Tabulka 4: Předpokládaný plán informační a propagační činnosti PRV pro rok 2015

Oblast	Činnost	Rozpočet	Harmonogram (čtvrtletí)
oblast Programu rozvoje venkova (Podopatření 20.1. – Podpora technické pomoci mimo CSV)  (ev. Opatření V.1 PRV 2007-2013)	Propagační předměty	400 000	dle potřeb
	Informační akce	2 000 000	průběžně
	Výroční zpráva	0	III. čtvrtletí
	Pravidla pro žadatele	300 000	červen - prosinec
	Metodiky pro žadatele	1 010 000	I. čtvrtletí
	Příručka k agroenvironmentálně-klimatickému opatření PRV 2014-2020	1 000 000	III. čtvrtletí
	Letáky k jednotlivým opatřením	220 000	průběžně
oblast Celostátní síť pro venkov (Podopatření 20.2. – Podpora pro zřízení a činnost CSV)  (ev. Opatření V.2 PRV 2007-2013)	Konference Venkov	495 000	IV. čtvrtletí
	Konference k metodě LEADER	495 000	II. čtvrtletí
	Konference TPS KPÚ	150 000	I. čtvrtletí
	Výroční konference partnerů CSV - zemědělských podnikatelů	200 000	IV. čtvrtletí
	Účast na mezinárodních výstavách a výstavách na celorepublikové úrovni	2 148 000	průběžně
	Účast na regionálních výstavách a prezentačních akcích	80 000	II. čtvrtletí
	Publikace a brožury CSV, příklady dobré praxe PRV	500 000	průběžně