

KOMUNIKAČNÁ STRATÉGIA
pre Operačný program
Kvalita životného prostredia na
programové obdobie 2014 - 2020

Ministerstvo životného prostredia Slovenskej republiky

Riadiaci orgán pre Operačný program Kvalita životného prostredia

Verzia 2.0, 25. jún 2019

Obsah

ÚVOD

1	Analýza východiskovej situácie	6
1.1	Právny rámec pre tvorbu komunikačnej stratégie	6
1.2	Východiská pre tvorbu komunikačnej stratégie	8
2	Subjekty spolupracujúce pri príprave a implementácii komunikačnej stratégie OP KŽP	16
2.1	Steering committee	16
2.2	Úrad vlády Slovenskej republiky	16
2.3	Centrálny koordinačný orgán	17
2.4	Riadiaci orgán OP KŽP	18
2.5	Sprostredkovateľské orgány pre OP KŽP	20
2.6	Monitorovací výbor	21
2.7	Informačno – poradenské centrá pre EŠIF	21
2.8	Prijímatelia	22
3	Ciele a cieľové skupiny Komunikačnej stratégie pre OP KŽP	23
3.1	Globálny cieľ komunikačnej stratégie pre OP KŽP	23
3.2	Zadefinovanie cieľových skupín pre KS OP KŽP	23
3.3	Špecifické ciele komunikačnej stratégie OP KŽP podľa jednotlivých cieľových skupín	25
4	Komunikačná stratégia	27
4.1	Fázovanie KS	27
4.2	Taktické informačno – komunikačné nástroje	28
4.3	Aplikácia komunikačných nástrojov pre definované cieľové skupiny	30
4.3.1	Cieľová skupina 1: Potenciálni žiadatelia o NFP, žiadatelia o NFP a prijímatelia	30
4.3.2	Cieľová skupina 2: Subjekty zapojené do procesu implementácie EŠIF	32
4.3.3	Cieľová skupina 3: Odborná verejnosť a médiá	33
4.3.4	Cieľová skupina 4: Široká verejnosť	34
5	Realizačný plán	37
5.1	Časový harmonogram realizácie plánovaných komunikačných aktivít na roky 2014 - 2020	37
5.2	Predbežná plánovaná finančná alokácia na jednotlivé roky	39
5.3	Predbežný realizačný rozpočet aktivít na programové obdobie	40
5.4	Ročný komunikačný plán	41
6	Monitorovanie a hodnotenie	42

7	Administratívne zabezpečenie	46
8	Definície použitých pojmov a skratiek	48
8.1	Všeobecné pojmy	48
8.2	Marketingové pojmy	49
8.3	Použité skratky	50

ÚVOD

Oblasť informovania a komunikácie predstavuje integrálnu **súčasť vykonávania politiky súdržnosti EÚ**. Presná informovanosť o pomoci EÚ je nezastupiteľným prostriedkom podpory efektívneho nakladania s finančnými prostriedkami z Európskych štrukturálnych a investičných fondov (ďalej len „EŠIF“). Len správne a včas podané informácie môžu prispieť k ich maximálnemu a efektívnemu využitiu.

Komunikačná stratégia tak predstavuje prvok, prostredníctvom ktorého riadiaci orgán zabezpečuje informovanie o Operačnom programe Kvalita životného prostredia (ďalej len „OP KŽP“) a prostredníctvom ktorého napomáha samotnej implementácii cieľov programu.

Podpora udržateľného a efektívneho využívania prírodných zdrojov, zabezpečujúce ochranu životného prostredia, aktívnu adaptáciu na zmenu klímy a podporu energeticky efektívneho nízkouhlíkového hospodárstva predstavuje globálny cieľ OP KŽP.

Víziou Európskej únie (ďalej len „EÚ“) definovanej v stratégii Európa 2020 je, aby sa EÚ v horizonte do roku 2020 stala významnou ekonomickou a inovačnou mocnosťou sveta. Prostredníctvom finančných prostriedkov EŠIF má dôjsť k napĺňaniu cieľa, ktorým je posilnenie hospodárskej, sociálnej a územnej súdržnosti v rámci EÚ. Tieto ciele majú byť dosiahnuté najmä prostredníctvom znižovania rozdielov medzi úrovňami rozvoja jednotlivých regiónov a zaostalosti najviac znevýhodnených regiónov.

OP KŽP podporuje napĺňanie priorít definovaných v dokumente Európa 2020 – Stratégia na zabezpečenie inteligentného, udržateľného a inkluzívneho rastu a prispieva k plneniu cieľov Národného programu reforiem Slovenskej republiky, ako aj požiadaviek vyplývajúcich z legislatívy EÚ v oblasti energetiky a životného prostredia.

OP KŽP ďalej pomáha prispievať aj k cieľom EK v rámci 7. environmentálneho akčného programu Únie do roku 2020 s podtitulom „Dobrá život v rámci možností našej planéty“. Program je súčasťou dlhodobej vízie a stratégie smerovania EÚ v oblasti ochrany životného prostredia a klímy do roku 2050. Cieľom tohto programu je posilniť prínos politiky v oblasti životného prostredia k prechodu na nízkouhlíkové hospodárstvo efektívne využívajúce zdroje, ktoré chráni a posilňuje prírodný kapitál a napomáha zdraviu a blahobytu občanov. Program poskytuje zastrešujúci rámec pre politiku životného prostredia do roku 2020 a určuje deväť prioritných cieľov, ktoré má dosiahnuť EÚ a jej členské štáty.

Hlavným poslaním Komunikačnej stratégie OP KŽP (ďalej len „KS OP KŽP“) je upriamiť pozornosť verejnosti na možnosti, ktoré so sebou prináša účelné vynakladanie fondov EÚ, ako aj zvýšenie informovanosti o politických cieľoch v oblasti súdržnosti a životného prostredia.

Dôraz na riadne uplatňovanie informačných a komunikačných opatrení vychádza z princípu, že občania majú právo vedieť, ako sa investujú finančné zdroje EÚ a ako investovanie týchto prostriedkov pomáha k napĺňaniu strategických cieľov EÚ. Zodpovednosť za zabezpečenie oznamovania príslušných informácií smerom k verejnosti nesú členské štáty, resp. riadiace orgány (ďalej len „RO“), samotní prijímatelia, ale aj inštitúcie EÚ a jej poradné orgány. Na zabezpečenie vyššej efektívnosti komunikácie so širokou verejnosťou a silnejších synergických účinkov medzi komunikačnými činnosťami vykonávanými na podnet Európskej komisie (ďalej len „EK“) by mali prostriedky pridelené na komunikačné akcie prispievať aj na financovanie inštitucionálneho oznamovania politických priorít EÚ, pokiaľ sa týkajú rámcových cieľov Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1303/2013 (ďalej aj „všeobecné nariadenie“). S cieľom posilniť prístup k informáciám o možnostiach financovania, o prijímateľoch projektov, ako aj s cieľom zabezpečiť transparentnosť poskytovania takýchto informácií, sa vypracováva komunikačná stratégia. Jej implementovaním budú naplnené základné ciele v oblasti informovania a komunikácie v prebiehajúcom programovom období. S

cieľom zabezpečiť riadne šírenie informácií o pridanej hodnote fondov a úlohe EÚ, ako aj v záujme informovania potenciálnych prijímateľov o možnostiach financovania, sa vo všeobecnom nariadení (čl. 115 – 117) vymedzujú, pri zohľadnení rozsahu operačného programu (ďalej len „OP“) v súlade so zásadou proporcionality, podrobné pravidlá týkajúce sa informačných a komunikačných opatrení, ako aj určité technické vlastnosti takýchto opatrení.¹

Základné prvky vytvárajúce inštitucionálny a procesný rámec v oblasti informovania a komunikácie na úrovni RO, sú nasledovné²:

- Vypracovanie, 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**.

Včasná a korektná informovanosť a komunikácia prispievajú k transparentnej implementácii regionálnej a politiky súdržnosti EÚ. 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.

Komunikačná stratégia stanovuje spôsob a nástroje využívané na šírenie včasných, správnych a komplexných informácií určených cieľovým skupinám ako napríklad potenciálnym žiadateľom o nenávratný finančný príspevok (ďalej len „NFP“), žiadateľom o NFP, prijímateľom NFP a verejnosti na národnej i regionálnej úrovni o príležitostiach finančnej pomoci, ktorú ponúkajú fondy EÚ a štátny rozpočet SR. Vychádza z cieľov OP KŽP a napomáha ich plneniu.

Táto rámcová komunikačná stratégia pre úroveň OP KŽP tvorí koncepčný rámec na implementáciu aktivít informovanosti a komunikácie, ktoré sú ďalej rozpracúvané a upresňované v jednotlivých ročných komunikačných plánoch (ďalej len „RKP“). V rámci RKP budú detailnejšie špecifikované plánované informačné a komunikačné aktivity na príslušný kalendárny rok počas programového obdobia (ďalej len „PO“) 2014 – 2020.

Komunikačná stratégia OP KŽP je implementovaná tak z úrovne RO pre OP KŽP, ktorým je Ministerstvo životného prostredia SR (ďalej len „MŽP SR“), ako aj z úrovne sprostredkovateľských orgánov (ďalej len „SO“) pre OP KŽP, ktorými sú Slovenská agentúra životného prostredia, Ministerstvo vnútra SR a Slovenská inovačná a energetická agentúra.

V rámci komunikačnej stratégie RO spolupracuje pri komunikačných a informačných aktivitách aj s Úradom vlády Slovenskej republiky (ďalej len „ÚV SR“). ÚV SR koordinuje Pracovnú

¹ Podľa Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1303/2013 zo dňa 17. decembra 2013.

² Podľa Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 1303/2013 zo dňa 17. decembra 2013, čl. 115 – 117.

skupinu pre informovanie a komunikáciu, ktorá koordinuje fungovanie spoločných komunikačných nástrojov. Podrobný vzťah RO a ÚV SR v oblasti informovania a komunikácie definuje Systém riadenia EŠIF v PO 2014 – 2020. RO spolupracuje pri komunikačných a informačných aktivitách ďalej so zástupcami EK na úrovni pracovnej skupiny pre informovanosť a komunikáciu pri EK „INFORM GROUP“, zloženej zo zástupcov manažérov pre komunikáciu zo všetkých členských krajín, kde sú prerokovávané aktuálne otázky o zabezpečovaní informovanosti a komunikácie o EŠIF.

Subjekty zapojené do realizácie OP KŽP 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.

Hlavné ciele informovania a komunikácie o pomoci EÚ prostredníctvom OP KŽP v podmienkach SR sú:

- Zabezpečenie dostatočnej informovanosti verejnosti o politike EÚ a jej cieľoch;
- Dosiahnutie maximálnej dostupnosti informácií o pomoci EÚ v oblasti životného prostredia a energetiky; Zvyšovanie informovanosti o možnostiach pomoci poskytovanej z EŠIF; Zabezpečenie transparentnosti procesu získavania NFP z EŠIF;
- Vytvorenie podmienok na posilnenie úspešnosti implementácie;
- Vytvorenie podmienok pre zvyšovanie kvality predkladaných projektov;
- Zväčšovanie absorpčnej kapacity OP.

1 Analýza východiskovej situácie

1.1 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 EK. 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 (ďalej len „zákon o príspevku z EŠIF“);**

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 Kvalita životného prostredia**

OP KŽP predstavuje programový dokument SR pre čerpanie pomoci z fondov EÚ pre sektor životného prostredia na roky 2014 – 2020. Dňa **28. októbra 2014** EK schválila Operačný program Kvalita životného prostredia na PO 2014 – 2020. **Schválená verzia OP KŽP je dostupná na webovom sídle www.op-kzp.sk.**

1.2 Výhodiská pre tvorbu komunikačnej stratégie

Pri tvorbe Komunikačnej stratégie pre OP KŽP sa 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.

Informovanosť a publicita Operačného programu Životné prostredie v PO 2007 - 2013

V súvislosti so zabezpečením Komunikačného plánu (ďalej len „KoP“) operačného programu Životné prostredie (ďalej len „OP ŽP“) boli úlohy spojené s jeho implementáciou v podmienkach MŽP SR ako RO zabezpečované v rámci Sekcie environmentálnych programov a projektov. Pracovník na pozícii manažéra pre informovanosť a publicitu úzko spolupracoval s manažermi monitorovania OP ŽP, s pracovnou skupinou pre publicitu pri ÚV SR a v rámci európskych sietí s osobami zabezpečujúcimi informovanie a publicitu ostatných operačných programov.

Na regionálnej úrovni boli za implementáciu KoP zodpovedné Regionálne environmentálne poradenské a informačné strediská (ďalej len „REPIS“) Slovenskej agentúry životného prostredia. REPIS slúžili do 31.12.2013 ako miesta prvého kontaktu a poradenské centrá pre záujemcov o čerpanie finančných prostriedkov z OP ŽP. Ich hlavnou náplňou bolo poskytovanie informácií, prvotné zorientovanie potenciálnych žiadateľov o nenávratný finančný príspevok, poskytovanie tlačív a formulárov, ako aj základné poradenstvo a konzultácie pri príprave projektov OP ŽP.

Komunikačné aktivity a nástroje, ktoré boli použité v rámci informovania počas implementácie OP ŽP z hľadiska ich základného zamerania môžeme rozdeliť do 3 skupín:

- Technická podpora – zahŕňala spravovanie a aktualizáciu informácií v informačnom systéme, výrobu a tlač propagačných predmetov či programových materiálov a iných odborných tlačovín, realizáciu výstav a pod.
- Informačno-vzdelávacie aktivity – boli zamerané na komunikáciu s potenciálnymi žiadateľmi, žiadateľmi, prijímateľmi, odbornou verejnosťou, verejnosťou a širokou verejnosťou prostredníctvom školení, konferencií, workshopov či konzultácií. Účelovo a s prihliadnutím na rastúci počet prijímateľov informovali o daných témach, požiadavkách na spracovanie, či realizáciu projektov, o dosiahnutých výsledkoch a pod.
- Prezentačné aktivity – išlo o mediálnu kampaň, ktorá zastrešovala komunikáciu OP ŽP a zameriavala sa na prezentovanie výsledkov a úspešných projektov v rámci OP ŽP za predchádzajúce obdobie a taktiež informovala o aktuálnom stave. Ďalej prinášala informácie o daných aktuálnych výzvach.

Detailnejší rozpis komunikačných aktivít a nástrojov využitých v rámci PO 2007 – 2013 a v členení podľa uvedených troch skupín je uvedený nižšie.

Technická podpora

Internet a sociálne siete

V súčasnosti najvýznamnejším komunikačným kanálom na zdieľanie informácií je internet. Všetky mediálne štúdie ukazujú rast významnosti tohto média v celosvetovom meradle. Preto bol tento nástroj využívaný aj v rámci implementácie fondov EÚ v PO 2007 – 2013, a to na úrovni Národného strategického referenčného rámca ako celku, ako aj na úrovni OP ŽP. CKO informoval o zásadných informáciách týkajúcich sa PO 2007 – 2013 na webovom sídle

www.nsrr.sk. RO pre OP ŽP využíval najmä webové sídlo www.opzp.sk, ktoré bolo prepojené priamo na webové sídlo MŽP SR ako RO (www.minzp.sk) a tiež aj na už spomenuté webové sídlo CKO. Vzájomná prepojenosť uvádzaním odkazov na internetové stránky RO a CKO medzi sebou značne uľahčuje získavanie hľadaných údajov.

Veľtrhy, výstavy a festivaly

V rámci zabezpečovania čo najširšej informovanosti verejnosti pracovníci REPIS a RO OP ŽP sa zúčastňovali a zabezpečovali propagáciu OP ŽP formou rollwallov, distribúcie informačných materiálov a poskytovaním konzultácií v stánkoch REPIS na výstavách, festivaloch a propagačných podujatiach. Taktiež boli organizované miniworkshopy pre verejnosť za účelom vysvetlenia procesu prípravy a predkladania žiadostí o NFP.

Informačné publikácie

V rámci zabezpečovania komplexnej informovanosti širokej verejnosti o pomoci EÚ poskytovanej Slovensku prostredníctvom implementácie projektov podporených z finančných prostriedkov OP ŽP boli vydané a distribuované rôzne informačné publikácie (informačné bulletiny a plagáty, metodika VO vrátane CD, metodika financovania vrátane CD, kalendáre s tematikou OP ŽP). Publikácie boli v tlačenej podobe rozdistribuované v rámci jednotlivých organizovaných podujatí, príp. rozposlané na adresy z databázy záujemcov o informácie o OP ŽP, alebo sprístupnené na portáloch OP ŽP.

Informačné publikácie boli prevažne distribuované v rámci organizovaných podujatí, čo je aj dôvod, prečo len 10,8 % respondentov uviedlo publikácie ako zdroj informovanosti o možnostiach podpory (výsledky prieskumu informovanosti o OP ŽP sú uvedené v tejto časti nižšie).

Propagačné predmety

V rámci aktivovania povedomia o pomoci EÚ prostredníctvom OP ŽP boli distribuované rôzne propagačné predmety (napr. perá, USB kľúče, kľúčanky, tričká, kancelárske potreby a iné), ktoré boli trvalo označené logom OP ŽP a logom EÚ. Uvedené propagačné predmety boli distribuované v rámci rôznych informačno-komunikačných aktivít napr. za účelom návštev výstav za účasti MŽP SR a REPIS, konferencií, seminárov, školení, pracovných skupín, pracovných stretnutí so zástupcami iných inštitúcií zapojených do implementácie prostriedkov OP ŽP a zástupcami EK.

Informačno-vzdelávacie aktivity

Konferencie

RO pre OP ŽP organizoval početné konferencie, v rámci ktorých informoval o príležitosti čerpať finančné prostriedky z fondov EÚ, o procese implementácie projektov, systéme financovania a následne s nábehom implementácie aj o výsledkoch realizácie OP ŽP vrátane úspešných príkladov dobrej praxe. Konferencie sa uskutočňovali nielen na národnej úrovni, ale boli usporadúvané aj na regionálnej úrovni v samosprávnych krajoch, čo umožnilo byť bližšie k potenciálnym prijímateľom.

Workshopy a semináre

Cieľom školení bolo zvyšovanie odborných vedomostí a praktických zručností účastníkov z radov rôznych cieľových skupín (napr. prijímatelia – ŽoNFP, verejné obstarávanie).

Priame informovanie

Na Ministerstve životného prostredia SR prebiehalo informovanie o pomoci EÚ v oblasti životného prostredia v novom PO 2007 - 2013 priamym informovaním, najčastejšie písomnou

formou (vrátane elektronickej komunikácie) ale aj telefonicky. Priame informovanie neslúžilo ako zdroj prvotnej informácie o poskytovaní pomoci, ale ako podpora a informačné stredisko pre potenciálnych žiadateľov, žiadateľov a prijímateľov. Vzhľadom na počty konzultácií môžeme konštatovať, že využívanie priameho informovania je nevyhnutná súčasť efektívneho fungovania OP.

Prezentačné aktivity

Médiá

V priebehu PO sa realizovali rozsiahle mediálne kampane. V tejto oblasti môžeme hovoriť o troch najvýznamnejších komunikačných kanáloch, t.j. tlač, televízia a rozhlas, v rámci ktorých bol zabezpečený jednotný grafický vizuál za účelom jednoznačného priradenia k aktivitám OP ŽP.

Tlač, PR články a reklamné bannery

Informovanie verejnosti o OP ŽP a o pripravovaných výzvach na predkladanie žiadostí o nenávratný finančný príspevok z fondov EÚ prostredníctvom OPŽP prebiehala prostredníctvom inzercie v tlači a prostredníctvom PR článkov. Zároveň boli v najsledovanejších slovenských informačných portáloch umiestňované reklamné bannery ale i PR články s prelinkovaním na web stránku OP ŽP.

Televízia

TV spoty na podporu vyhlasovaných výziev boli odvysielané v 4 hlavných celoštátnych televíziách, ale aj v sieti 23 lokálnych a mestských televízií po celom Slovensku. Prostredníctvom televízie bola odvysielaná aj vlastná TV relácia s názvom Štvorlístok. Relácia bola zaradená do vysielacej štruktúry verejnoprávnej STV a jej obsahom bolo imidžovo spracované podanie ucelených informácií o operačnom programe a sprostredkovanie poslania OPŽP atraktívnou formou TV divákovi.

Rozhlas

Pre potreby informovania o aktuálnych výzvach boli na základe TV spotu vyrobené a priebežne využívané rozhlasové spoty. Spot v dĺžke cca 40 sekúnd sa viditeľne identifikoval s televíznym spotom a synergicky posilnil efekt pôsobenia a zapamätateľnosti sprostredkovaných informácií. Spoty boli počas rokov 2008 - 2010 nasadzované podľa potreby vo vybraných celoslovenských a regionálnych rádiách.

Z vyššie uvedeného vyplýva, že už v rámci PO 2007 – 2013 RO pre OP ŽP využíval veľmi široké spektrum informačných a komunikačných nástrojov. Skúsenosti s ich využitím a použitím možno považovať za jeden zo základných predpokladov úspešnej implementácie KS v PO 2014 – 2020.

Celkové čerpané prostriedky na publicitu OP ŽP za MŽP SR v PO 2007 - 2013 boli vo výške približne 12,168 mil. Eur (prostriedky EÚ a prostriedky štátneho rozpočtu) v členení podľa ekonomickej klasifikácie:

- Propagácia, reklama, inzercia: 10,517 mil. Eur (logo a dizajn manuál, propagačné predmety, web stránka – správa a údržba, inzercia, spoty, propagačné a internetové kampane);
- Workshopy, kurzy, semináre, porady, konferencie, sympóziá: 1,651 mil. Eur (organizácia konferencií, informačných kampaní, školení pre žiadateľov).

Prostriedky súvisiace s prevádzkou a mzdovým zabezpečením REPIS predstavovali sumu 2,26 mil. Eur.

Počas implementácie OP ŽP prebiehalo priebežné vyhodnocovanie prínosu opatrení realizovaných v rámci Komunikačného plánu pre operačný program, ktoré bolo súčasťou výročných správ o implementácii OP. V zmysle nariadenia Rady (ES) č. 1083/2006 Výročná správa o vykonávaní OP ŽP za rok 2013 musela obsahovať vyhodnotenie prínosu opatrení realizovaných v oblasti zvyšovania informovanosti verejnosti o príspevku EÚ na Slovensku, ktorého indikátorom sú percentuálne vyjadrené úrovne celkovej informovanosti verejnosti o úlohe EÚ a opatreniach OP ŽP. Zdrojom týchto sledovaných ukazovateľov z pohľadu EK pre úroveň OP ŽP boli výsledky prieskumu úrovne povedomia verejnosti, ktorý bol realizovaný na začiatku PO 2007 - 2013 a taktiež v roku 2010, teda v polovici PO. Prieskum verejnej mienky na konci PO 2007 - 2013, zameraný na zistenie úrovne povedomia verejnosti o úlohe EÚ a opatreniach OP ŽP v SR, zrealizoval RO v spolupráci s kancelármi REPIS v druhej polovici roka 2013.

Tento prieskum bol realizovaný elektronickým dotazovaním na 3021 emailových adres respondentov zo súkromného i verejného sektora, pričom sa vrátilo a bolo spracovaných celkovo 618 vyplnených dotazníkov.

V rámci výsledkov prieskumu boli identifikované nasledovné skutočnosti:

- 99,2 % respondentov vie o tom, že EÚ poskytuje finančné prostriedky na rozvoj rôznych oblastí hospodárstva prostredníctvom rôznych fondov;
- 97,6 % respondentov už o OP ŽP niekedy počulo;
- 96,3 % dotazovaných respondentov sa o informácie o OP ŽP aj pravidelne zaujíma a najčastejším zdrojom informácií sú informačné portály (www.opzp.sk, www.repis.sk, www.nsrr.sk, www.minzp.sk);
- Najviac preferovanou formou získavania informácií o programe je podľa prieskumu internet (29 % respondentov) resp. emailová komunikácia (20 % respondentov). Preferované je taktiež poskytovanie informácií priamym kontaktom na informačnom pracovisku (15 % respondentov) alebo telefonicky (takmer 7 % respondentov). Naopak médiá ako televízia a rozhlas nedosiahli ani 6 % úroveň a printové médiá len 1,5 % respondentov. Na tento fakt má priamy vplyv aj administratívna náročnosť procesu verejného obstarávania. Navrhnutie a obstaranie vhodnej televíznej a rozhlasovej kampane môže zabrať aj niekoľko mesiacov, pričom potreba informovania je často veľmi aktuálna. Taktiež komplexnosť informácií poskytnutých cez TV prípadne rádio je oproti webovým portálom obmedzená;
- Viac ako dve tretiny respondentov sa vyjadrilo, že zverejňované informácie o OP ŽP boli dostatočné, avšak zostávajúca tretina respondentov ich považuje buď za čiastočné alebo nedostačujúce. Tento počet nespokojných respondentov je veľmi vysoký, nakoľko sa dá predpokladať, že sa vyjadrovali najmä respondenti, ktorí majú skúsenosť s čerpaním fondov. Jedným z cieľov KS by preto malo byť zlepšenie kvality obsahu prenášaných informácií k jednotlivým cieľovým skupinám ako aj zlepšenie samotných komunikačných nástrojov;
- Medzi oblasti, v ktorých podľa respondentov najviac chýba dostatok kvalitných informácií patrí najmä proces vyhlasovania výziev a prípravy žiadostí o NFP (cca 30 % respondentov) a proces implementácie projektov (cca 30 % respondentov). Ide o vysoké percento respondentov. Ich negatívna skúsenosť vzniká pravdepodobne na základe nedostatočných špecifických informácií (špecifické, nie často sa opakujúce problémy) v čase prípravy, resp. realizácie projektu.

Z centrálnej úrovne CKO bol v roku 2014 uskutočnený prostredníctvom marketingovej agentúry telefonický prieskum verejnej mienky. Výberová vzorka pozostávala z 500

respondentov vo veku 15 až 79 rokov. Na prieskume sa zúčastnilo 54 % žien, 46 % vzorky tvorili muži.

Z vykonaného prieskumu je možné rámcovo skonštatovať nasledovné skutočnosti:

- povedomie o štrukturálnych fondoch EÚ výrazne vzrástlo,
- z pohľadu konkrétnych financovaných oblastí má najviac ľudí povedomie o možnosti financovania rozvoja obcí a regiónov (83 %), budovanie ciest a diaľnic (80 %) a vzdelávania (77 %),
- operačné programy pozná iba 8 % z opýtaných (najvyššia znalosť je o OP Doprava a OP Vzdelávanie),
- televízia patrí k najviac využívaným zdrojom informácií o možnosti finančnej podpory z EÚ, využíva ju až 83 % ľudí. Druhým najčastejšie využívaným zdrojom sú noviny a časopisy (55 %),
- tretina Slovákov sa cíti byť dobre informovaná o operačných programoch (o cieľoch a spôsobe rozdelenia finančných prostriedkov z EÚ určených pre Slovensko),
- polovica opýtaných Slovákov považuje informácie o operačných programoch za zrozumiteľné,
- viac ako polovica považuje činnosť fondov za skôr prospešnú, čo predstavuje nárast oproti minulým rokom,
- 83 % opýtaných Slovákov má pocit, že Európska únia pomáha Slovensku, čo je mierny nárast oproti roku 2011,
- takmer polovica opýtaných Slovákov považuje úroveň informácií o novom programovom období za veľmi a skôr dobrú.

Jednou z hlavných ambícií komunikačnej stratégie v PO 2014 – 2020 je neustále zvyšovanie kvality informovania o OP KŽP, zahŕňajúc všetky formy informovania a podpory. Výhodiskom pre dosiahnutie tohto cieľa bola analýza vykonaných aktivít a činností v oblasti informovania a komunikácie v PO 2007 – 2013, s cieľom následne identifikovať a navrhnúť aj z pohľadu disponibilného rozpočtu čo najefektívnejšie spôsoby komunikačnej kampane s využitím predchádzajúcich programových skúseností. Výsledkom analýzy údajov o realizovaných informačných aktivitách v PO 2007 – 2013, ako aj vyššie spomenutého elektronického a telefonického prieskumu je vypracovanie základnej SWOT analýzy, na základe ktorej boli identifikované závery a odporúčania, ktorých zabezpečenie by malo viesť k zvýšeniu kvality informovania a komunikácie v PO 2014 – 2020.

SWOT analýza

Silné stránky	Príležitosti
<ul style="list-style-type: none">• Dostatočný rozpočet na informovanie a komunikáciu v rámci OP KŽP• Dostatočné kompetencie RO a SO v oblasti informovania a komunikácie• Možnosť využitia celej palety komunikačných nástrojov• Intervencia OP KŽP je z geografického hľadiska zameraná na celé územie SR• Skúsenosti RO z PO 2007 – 2013	<ul style="list-style-type: none">• Pozitívne naladenie verejnosti na zmeny smerom k všeobecnému trendu zlepšovania životného prostredia• Vybudovanie silnej značky OP KŽP• Zvyšovanie povedomia verejnosti o možnostiach čerpania zdrojov z EŠIF• Spolupráca s odborne kvalifikovanými a motivovanými potenciálnymi prijímateľmi• Príležitosť na vybudovanie dôvery k RO a SO u cieľových skupín• Nové príležitosti a výzvy ponúkajúce sa cieľovým skupinám OP KŽP
Slabé stránky	Ohrozenia
<ul style="list-style-type: none">• Administratívna náročnosť procesov vnútorného prostredia štátnej správy s prepojením na flexibilitu zabezpečenia meniacich sa potrieb KS v čase• Nedostatok personálnych kapacít v rámci celkovej implementácie OP KŽP• MV SR a SAŽP zastupujú pozíciu SO prvý krát	<ul style="list-style-type: none">• Negatívne skúsenosti žiadateľov so štrukturálnymi fondmi v programovom období 2007 – 2013• Nezáujem cieľových skupín o EŠIF• Pozastavenie čerpania EŠIF• Nedostatočný a neefektívny transfer informácií z RO a SO o výzvach a procedúrach spojených s projektovou prípravou, realizáciou a vyhodnotením cieľových skupinám

Záver a východiská pre OP KŽP

SWOT analýzu je možné použiť aj pre vyhodnotenie prostredia, v ktorom bude implementovaná KS. Každá SWOT analýza obsahuje silné a slabé stránky, príležitosti a ohrozenia. Z pohľadu analyzovania implementácie KS môžeme hovoriť najmä o silných a slabých stránkach či už RO a SO 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. Na základe vyššie uvedenej matice SWOT analýzy ako aj výsledkov prieskumov informovanosti realizovaných CKO a RO pre OP ŽP môžeme konštatovať nasledovné:

Silné stránky

RO a SO majú k dispozícii relevantne dostatočný rozpočet na zabezpečenie širokej masmediálnej CKO kampane zameranej na ciele definované v časti 3 tejto KS. Ako ukázali prieskumy CKO a RO, 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 MŽP SR ako RO pre OP ŽP fungoval aj v PO 2007 – 2013, získava veľkú výhodu v podobe skúseností s implementovaním informačnej a komunikačnej kampane. Realizovaním prieskumu informovanosti si RO 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 a SO budú v tomto prípade musieť pristupovať k definovaniu konkrétnych informačných a komunikačných aktivít na dané obdobie s dostatočným predstihom.

Ďalším aspektom, ktorý môže mať negatívny vplyv na dosiahnutie cieľov KS, je nedostatok skúseností s realizáciou KS v minulosti na úrovni SO, resp. nedostatok ľudských zdrojov a to nielen v oblasti informovania, ale aj implementácie, nakoľko veľké množstvo činností je naviazané práve na zapojenie zamestnancov RO a SO z oblasti implementácie (napr. samotná existencia webového sídla neznamená kvalitnú komunikáciu, je potrebné, aby informácie na danom portáli boli dostatočné a včasné a pod.). Odstránenie tejto slabej stránky je však plne v kompetencii RO resp. SO.

Príležitosti

Stále existuje relatívne veľké percento ľudí, ktorí nemajú vedomosť o tom, že EÚ v oblasti životného prostredia financuje projekty na jeho zlepšenie. 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 o možnosti financovať projekty zamerané na životné prostredie medzi potenciálnymi žiadateľmi s tým, aby vzrástla kvalita predkladaných žiadostí o NFP 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 OP KŽP. Pokiaľ bude široká verejnosť, ako aj potenciálni žiadatelia vnímať oblasť EŠIF negatívne (z akýchkoľvek dôvodov), môže to vo veľkej miere obmedziť možnosť zvyšovať kvalitu implementácie OP zabezpečením predkladaní vyššieho počtu vysoko kvalitných žiadostí o NFP. Na celkový imidž však vplýva celé prostredie EŠIF, a teda prípadné negatívne dopady nemusia byť spôsobené iba RO a SO v rámci OP KŽP.

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

Pri tvorbe KS na nové PO 2014 – 2020 boli zohľadnené skúsenosti nadobudnuté počas realizácie Komunikačného plánu za predchádzajúce PO 2007 – 2013. V tejto časti stratégie sú uvedené závery, ktoré sú zohľadnené v ďalších častiach tejto KS:

- V PO 2014 – 2020 má byť informovanosť v regiónoch zabezpečovaná centralizovane - prostredníctvom Informačno-poradenských centier zriadených CKO (viď časť 2.7 tejto KS) aj vo vzťahu k OP KŽP. Nakoľko tieto centrá zatiaľ nie sú zriadené, možno do doby ich sfunkčnenia očakávať zvýšený nápor otázok žiadateľov adresovaných na RO a SO. Najmä v súvislosti s vyhlásením prvých výziev bude zo strany RO a SO dôležité zabezpečiť, aby odpovede na otázky potenciálnych žiadateľov boli poskytované bez časových prieťahov.

Zodpovednosť: RO a SO

- Keďže jedným z hlavných cieľov KS je osloviť čo najväčší počet potenciálnych žiadateľov, jedným z najefektívnejších spôsobov, ako získať žiadateľov o NFP, je existencia webového portálu o OP KŽP, na ktorom budú pravidelne aktualizované informácie v prehľadnom a užívateľsky prístupnom prostredí (tzv. user friendly). Odporúča sa, aby stránka

podporovala technológiu RSS, ktorá umožňuje užívateľom Internetu prihlásiť sa na odber noviniek z webu. Je nevyhnutné centralizovať informácie o OP na jednom webovom portáli – www.op-kzp.sk a zabezpečiť jeho plnú funkcionálnu a pravidelnú aktualizáciu. Centralizáciou informácií na jednom webovom portáli sa navyše zabezpečí, že všetky informácie budú aktuálne zrozumiteľné a komplexné.

Zodpovednosť: RO za www.op-kzp.sk, SO za www.sazp.sk, www.minv.sk a www.siea.sk.

- Efektívnym spôsobom ako zvýšiť povedomie o OP KŽP a komunikovať jeho ciele a výsledky je využívanie masmédií (TV, rozhlas, tlač).

Zodpovednosť: RO a SO

- Pre správnu a efektívnu komunikáciu na sociálnych sieťach a špeciálne na Facebooku je nevyhnutné kvôli rýchlo sa meniacemu mechanizmu fungovania týchto sietí vytvoriť komunikačnú stratégiu na každý rok zvlášť, najvhodnejšie ako súčasť Ročného komunikačného plánu za jednotlivé roky.

Zodpovednosť: RO a SO

- Propagačné predmety, rovnako ako aj informačné predmety boli distribuované v rámci organizovaných podujatí. Tie síce nie sú považované za zdroj prvotnej informácie o poskytovaní pomoci, ale z pohľadu KS ide o jeden z nástrojov, ktorý má určitý dosah na budovanie povedomia verejnosti o OP a vytváranie pozitívnej väzby k OP.

Zodpovednosť: RO a SO

- Vytvorenie pútavého jednoduchého inštruktážneho videa, v ktorom by sa potenciálny žiadateľ dozvedel o procese predkladania žiadostí. Mnohokrát potenciálny žiadateľ nepredloží žiadosť len z dôvodu, že sa mu proces predkladania zdá zdĺhavý a komplikovaný. Inštruktážnym videom sa verejnosti a aj potenciálnym žiadateľom ozrejmi proces predkladania žiadostí, prípadne aj schvaľovania projektov. Video by malo obsahovať aj možnosti získavania informácií cez IPC alebo priamym kontaktovaním na MŽP. Toto video potom môže byť zverejnené na webovom portáli, ako aj na sociálnych sieťach (Facebook, Youtube, Vimeo a podobné). V rámci každej výzvy bude možnosť prelinkovania sa na toto video, čo potenciálnemu žiadateľovi urýchli pochopenie procesu.

Zodpovednosť: RO a SO

- 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 efektívnosti KS, je nutné osloviť vždy rovnakú vzorku oslovených respondentov zo všetkých cieľových skupín (definovaných v kapitole 3 tejto KS). Následne bude možné vykonať kvalitné vyhodnotenie efektívnosti KS v časovom horizonte rokov 2014 – 2023.

2 **Subjekty spolupracujúce pri príprave a implementácii komunikačnej stratégie OP KŽP**

2.1 **Steering committee**

Steering committee v oblasti zabezpečovania informovania a komunikácie najmä:

- a) dohliada nad plnením Akčného plánu EK pre oblasť informovania a komunikácie;
- b) informuje EK o plnení Akčného plánu pre oblasť informovania a komunikácie;
- c) metodicky usmerňuje RO v oblasti informovania a komunikácie;
- d) dohliada nad obsahom a prepojením webových sídiel, týkajúcich sa implementácie EŠIF;
- e) schvaľuje správu o komunikačných aktivitách RO;
- f) na návrh ÚV SR schvaľuje úradníka pre informovanie a komunikáciu.

Steering committee je zložený z generálnych riaditeľov CKO, RO, ÚV SR a úradníka pre informovanie a komunikáciu. Pôsobnosť a kompetencie Steering committee upraví štatút a rokovací poriadok, ktoré vydá CKO.

2.2 **Úrad vlády Slovenskej republiky**

ÚV SR 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 ÚV SR monitorovať v rámci výročných správ o vykonávaní OP, predkladaných v rokoch 2017 a 2019 a v záverečnej správe o vykonávaní OP.

ÚV SR v oblasti zabezpečovania informovania, komunikácie a viditeľnosti najmä:

- a) zodpovedá za vývoj a prevádzku webového sídla www.partnerskadohoda.gov.sk;
- b) koordinuje činnosť Pracovnej skupiny pre informovanie a komunikáciu;
- c) vydáva štatút a rokovací poriadok Pracovnej skupiny pre informovanie a komunikáciu;
- d) predkladá Steering committee správu o komunikačných aktivitách RO na základe správ o vykonávaní OP predkladaných v rokoch 2017 a 2019 a v záverečnej správe o vykonávaní OP;
- e) realizuje špeciálne aktivity v týždni, ktorý pripadá na 9. mája;
- f) zodpovedá za vydávanie štvrťročníku EUROKOMPAS;
- g) v spolupráci s CKO zabezpečuje ostatné aktivity v oblasti informovania, komunikácie a viditeľnosti (organizovanie workshopov, seminárov, konferencií, vydávanie letákov a brožúrok apod.).

ÚV SR 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 ÚV SR, CO a s každým RO.

ÚV SR 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 www.partnerskadohoda.sk ,
 - štvrťročník o EŠIF (Eurokompas³),
 - ďalšie informačné publikácie (letáky, brožúry a pod.) vydávané ÚV SR v spolupráci s RO pre odbornú a širokú verejnosť.

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

2.3 Centrálny koordinačný orgán

CKO v oblasti zabezpečovania informovania, komunikácie a viditeľnosti najmä:

- g) v spolupráci s ÚV SR realizuje informovanosť, komunikáciu a viditeľnosť o aktivitách, ktoré mu vyplývajú zo záväzných dokumentov (napr. koordinácia a riadenie EŠIF, monitorovanie a hodnotenie EŠIF, príprava programového obdobia post 2020, dohľad nad procesom implementácie formou organizovania workshopov, seminárov, konferencií, vydávanie letákov a brožúrok, expertných mediálnych vstupov apod.);
- h) pripravuje a realizuje podujatie o najlepšíh projektoch pre programové obdobie 2007 - 2013 a 2014 - 2020.

ÚV SR 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 ÚV SR monitorovať v rámci výročných správ o vykonávaní OP predkladaných v rokoch 2017 a 2019 a v záverečnej správe o vykonávaní OP.

ÚV SR 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 ÚV SR, CO a s každým RO.

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

ÚV SR 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 www.partnerskadohoda.sk ,
 - štvrťročník o EŠIF (Eurokompas⁴),
 - ďalšie informačné publikácie (letáky, brožúry a pod.) vydávané ÚV SR v spolupráci s RO pre odbornú a širokú verejnosť.

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

2.4 Riadiaci orgán OP KŽP⁵

RO pre OP KŽP je **Ministerstvo životného prostredia SR**. RO 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 komunikačnú stratégiu pre Operačný program Kvalita životného prostredia.

RO zabezpečí informovanie všetkých cieľových skupín minimálne o:

- Úlohách EÚ, RO a Monitorovacieho výboru;
- OP, 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 EŠIF;
- Jednotlivých krokoch procesu získavania prostriedkov z EŠIF, 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;
- S cieľom zabezpečiť transparentnosť podpory poskytovanej z fondov RO vedie zoznam operácií podľa jednotlivých fondov a prioritných osí vo forme údajov v kalkulačných tabuľkách, ktorý umožňuje triedenie, vyhľadávanie, sťahovanie, porovnávanie a jednoduché zverejňovanie údajov na internete, napríklad vo formáte CSV alebo XML.

⁴ 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. ÚV SR pripravuje vydávanie Eurokompasu v spolupráci s RO jedenkrát za štvrťrok a distribuuje ho všetkým mestám a obciam SR, regionálnym informačným centráram ÚV SR, samosprávnym krajom a iným zainteresovaným subjektom.

⁵ Podľa Systému riadenia EŠIF 2014 – 2020 schválenom uznesením vlády SR č. 722/2013 dňa 20. 11. 2014.

- Aktuálnom stave čerpania finančných prostriedkov za OP 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.

RO je zodpovedný za organizovanie minimálne týchto **opatrení v oblasti informovania a komunikácie**:

- 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; Termín realizovania konferencie bude definovaný v rámci Ročného komunikačného plánu, pričom RO v prípade možnosti uprednostní zorganizovanie veľkej informačnej aktivity v časovej blízkosti Dňa Európy 9. mája;
- Vyvesenie európskej zástavy na jeden týždeň od 9. mája pred priestory RO;
- Zverejnenie informácií v súlade s ustanoveniami zákona o príspevku z EŠIF, resp. ustanoveniami Systému riadenia EŠIF.

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.

RO menuje kontaktnú osobu zodpovednú za informovanie a komunikáciu, ktorá je členom Pracovnej skupiny pre informovanie a komunikáciu a zároveň plní úlohy RO voči ÚV SR vo vzťahu k oblasti informovania a komunikácie. Za OP KŽP je členom pracovnej skupiny na PO 2014 - 2020 definovaný príslušný zamestnanec na pozícii manažéra 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).

RO je povinný poskytnúť aktívnu súčinnosť pri zverejňovaní všetkých aktuálnych informácií na ÚV SR, a to ich zasielaním najneskôr v deň schválenia, resp. zverejnenia danej informácie na

webovom sídle daného RO na e-mailové adresy stanovené ÚV SR. 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 dokumentov vydaných na jeho základe.

RO pri zabezpečovaní svojich činností v oblasti komunikácie a informovanosti o OP KŽP úzko spolupracuje s Odborom komunikácie MŽP SR, ako organizačnou zložkou úradu zodpovednou za komunikovanie s verejnosťou a gestorom pre tvorbu, koordináciu a realizáciu KS MŽP. Uvedená spolupráca vychádza aj zo skutočností, že v súlade s organizačným poriadkom MŽP SR je uvedený odbor zodpovedný aj za informovanie o činnosti rezortu, tvorbu účelových propagačných materiálov, prípravu akcií určených na propagáciu, činnosti ministerstva, prezentácie rezortu na jeho internetovej stránke, za monitorovanie, zber a analýzu informácií o rezorte a pod. Osobou zodpovednou za činnosti Odboru komunikácie je riaditeľ odboru komunikácie.

RO 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.

RO 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.

2.5 Sprostredkovateľské orgány pre OP KŽP

Hlavnú zodpovednosť za zabezpečenie informovanosti a komunikácie OP KŽP nesie Ministerstvo životného prostredia SR ako RO OP KŽP. Na základe Zmluvy o vykonávaní časti úloh riadiaceho orgánu sprostredkovateľským orgánom sú v pozícii SO zapojené:

- **Slovenská agentúra životného prostredia;**
- **Ministerstvo vnútra SR;**
- **Slovenská inovačná a energetická agentúra.**

SO má za úlohu spolupracovať pri spracovaní KS OP KŽP vo všetkých implementačných aktivitách súvisiacich s výzvami OP KŽP pre žiadateľov o NFP, potenciálnych žiadateľov o NFP a prijímateľov. SO zabezpečí, aby súčasťou každého projektu boli aj komunikačné aktivity prijímateľa pomoci a boli predložené spolu so žiadosťou o NFP, pričom opatrenia na informovanosť a komunikáciu prijímateľa vykonáva v súlade s predpismi uvedenými v kapitole 1.1 tejto KS.

Oblasti komunikácie SO:

- Výzvy na predkladanie žiadostí o NFP (formuláre žiadostí o poskytnutie NFP, zoznam povinných príloh, návrhy zmlúv o poskytnutí NFP);
- Kritériá na výber projektov;
- Príručka pre žiadateľa o NFP;
- Podmienky oprávnenosti, ktoré majú splniť žiadatelia na to, aby sa kvalifikovali na financovanie aktivít alebo opatrení v rámci OP KŽP;
- Projekty a výsledky realizovaných projektov;
- Plán komunikácie vypracovaný žiadateľom ako súčasť projektu a usmernenie konečného prijímateľa v súvislosti s informovaním verejnosti;
- Šírenie dobrej praxe (komunikácia úspešných riešení) v rámci Slovenska.

2.6 Monitorovací výbor⁶

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 KŽP.

2.7 Informačno – poradenské centrá pre EŠIF

CKO je gestorom integrovanej siete IPC so zastúpením v regiónoch SR, ktorých cieľom bude poskytovanie odborného poradenstva pre potenciálnych žiadateľov, žiadateľov a prijímateľov v oblasti EŠIF.

Hlavnými činnosťami IPC sú:

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

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

2.8 Prijímatelia

Podstatou informovania a komunikácie je poskytnúť relevantné informácie o OP KŽP cieľovým skupinám prostredníctvom informačných a komunikačných opatrení. Prijímatelia hrajú významnú úlohu pri informovaní a komunikácii zameranej na širokú verejnosť, podstatou ktorej je poskytnutie informácií verejnosti a komunikácia s verejnosťou o operáciách podporovaných z OP KŽP. Ide o rozšírenú formu komunikácie zo strany prijímateľov, ktorá je plne v zodpovednosti prijímateľov, nakoľko výdavky určené na informovanie a komunikáciu zahrnuté v rozpočte projektu sú oprávnenými výdavkami.

Prijímatelia 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 KŽP 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.

Prijímateľ pri zabezpečení informovania a komunikácie vychádza z Manuálu pre informovanie, komunikáciu a viditeľnosť podpory z OP KŽP, ktorý vydáva RO. Neoddeliteľnou súčasťou tohto manuálu je Dizajn manuál loga OP KŽP.

3 Ciele a cieľové skupiny Komunikačnej stratégie pre OP KŽP

Pri definovaní globálneho ako aj špecifických cieľov KS je nevyhnutné dbať na napĺňanie cieľov EÚ ako celku. EÚ spolu so SR naplňa svoje ciele definované v stratégii Európa 2020 ako aj 7. environmentálnom akčnom programe aj prostredníctvom OP KŽP.

Zjednotený postup všetkých subjektov zainteresovaných do procesu informovania a komunikácie o poskytnutí prostriedkov z EŠIF predstavuje základný predpoklad na dosiahnutie cieľov komunikačného plánu OP KŽP.

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.

3.1 Globálny cieľ komunikačnej stratégie pre OP KŽP

Globálnym cieľom komunikačnej stratégie je zabezpečiť širokú informovanosť občanov Slovenska, ale aj celej Európskej únie o OP KŽP a o pomoci poskytovanej prostredníctvom EŠIF.

3.2 Zadefinovanie cieľových skupín pre KS OP KŽP

S úlohou definovania špecifických cieľov KS je nevyhnutné zadefinovať cieľové skupiny, ktorých sa táto stratégia týka. V záujme zabezpečenia efektívnej komunikácie je nutné, aby jednotlivým cieľovým skupinám boli poskytnuté adekvátne informácie (rozsah, obsah, hĺbka informácie, a pod.), adekvátnym spôsobom (forma komunikácie, zvolený komunikačný nástroj, časovanie, predpokladaná životnosť informácií, a pod.) a to čo najefektívnejším spôsobom (účelnosť, hospodárnosť a efektívnosť).

Cieľové skupiny v rámci OP KŽP 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. Informovanie v rámci OP KŽP sa zameriava predovšetkým na subjekty, pre ktoré je tento OP určený, avšak nemôžeme vynechať informovanie ostatného obyvateľstva o čerpaní EŠIF vo väzbe na OP KŽP.

V rámci OP KŽP sú zadefinované nasledovné cieľové skupiny a ich segmenty z hľadiska rozsahu komunikovaných informácií:

1. Potenciálni žiadatelia o NFP, žiadatelia o NFP a prijímatelia

KS sa zameriava primárne na subjekty, pre ktoré je OP určený, t.j. subjekty oprávnené implementovať projekty financované v rámci OP KŽP. V procese priblíženia sa k získaniu finančnej pomoci prechádzajú tieto subjekty tromi základnými etapami, podľa ktorých sa rozlišujú, tzn. Potenciálni žiadatelia, Žiadatelia a Prijímatelia.

- **Potenciálni žiadatelia (PŽ)** – subjekty so záujmom o možnosť pomoci, prípadne subjekty, ktoré spĺňajú podmienky výzvy. Tieto subjekty sa neskôr môžu stať žiadateľmi o NFP. Potenciálni žiadatelia sa môžu vyskytovať vo všetkých ďalej menovaných cieľových podskupinách.

V rámci OP KŽP na obdobie 2014 – 2020 boli definovaní nasledovní potenciálni žiadatelia:

- MŽP SR alebo ním zriadené rozpočtové alebo príspevkové organizácie;
- Slovenská agentúra životného prostredia v rámci národného projektu;

- subjekty ústrednej správy s pôsobnosťou v oblasti tvorby a ochrany životného prostredia;
 - subjekty územnej samosprávy;
 - neziskové organizácie poskytujúce všeobecne prospešné služby;
 - nadácie v oblasti tvorby a ochrany životného prostredia;
 - združenia fyzických alebo právnických osôb v oblasti tvorby a ochrany životného prostredia;
 - fyzické alebo právnické osoby oprávnené na podnikanie.
- **Žiadatelia (Ž)** – subjekty, ktoré už podali alebo sú vo fáze predkladania žiadosti o NFP;
 - **Prijímatelia (P)** – žiadatelia, s ktorými už RO alebo SO uzavrelo zmluvu o poskytnutí NFP.

2. Subjekty zapojené do procesu implementácie EŠIF

Taktiež významnou cieľovou skupinou sú subjekty, ktoré sa priamo podieľajú na implementácii OP, najmä šírením samostatných informácií, alebo monitorovaním jeho realizácie. Do tejto skupiny patria:

- Subjekty priamo zapojené do procesu implementácie EŠIF: Podpredseda vlády SR pre investície a informatizáciu, ÚV SR, RO, SO, gestori horizontálnych princípov, Orgán zabezpečujúci ochranu finančných záujmov EÚ, MV, Národný MV, integrovaná sieť informačno-poradenských centier na Slovensku (IPC);
- Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí SR;
- Európska komisia.

3. Odborná verejnosť vrátane médií

Do tejto cieľovej skupiny patria médiá, dodávatelia, inštitúcie a konzultačné spoločnosti, vedecká obec v oblasti životného prostredia so zameraním na rozvoj regiónov, eurofondy, a pod.

4. Široká verejnosť

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

Obrázok 1: Grafické znázornenie cieľových skupín v rámci Komunikačnej stratégie OP KŽP



3.3 Špecifické ciele komunikačnej stratégie OP KŽP podľa jednotlivých cieľových skupín

Špecifické ciele KS priradené na úroveň jednotlivých cieľových skupín, rovnako ako aj globálny cieľ, sú odvodené z východísk KS. Splnením špecifických cieľov pre jednotlivé cieľové skupiny sa z pohľadu obsahovej komunikácie dosiahnu nasledovné atribúty informovanosti:

- Budovanie imidžu („I“): V oblasti EŠIF môžeme imidž definovať ako súhrn názorov myšlienok a dojmov, ktoré si osoba vytvára o danom OP. Postoje ľudí a organizácií, ako aj ich konanie do veľkej miery závisia od toho, aký imidž bude OP mať. Imidž môže byť v mnohých prípadoch významný pri rozhodovaní o tom, či sa potenciálny žiadateľ rozhodne predložiť žiadosť o NFP.
- Budovanie povedomia („BP“): Povedomie je základ pre budovanie hodnoty každej značky (v tomto prípade nielen OP KŽP ale aj EŠIF). Jeho budovanie je hlavným cieľom ATL reklamných nástrojov. Je to ľahko merateľný parameter, ktorý je možné kvantifikovať vykonaním pre- a post-testov na rovnakej vzorke respondentov.
- Vzdelávanie zúčastnených strán („V“): Vzdelávaním, resp. edukáciou chápeme proces zámerného, sústavného a organizovaného vzdelávacieho, výchovného a ostatného pôsobenia na zvolenú cieľovú skupinu.
- Konverzia PŽ – Ž – P („K“): Proces úspešného a čo najľahšieho prechodu z potenciálneho žiadateľa na žiadateľa a následne na prijímateľa.

Definovanie špecifických cieľov na úrovni jednotlivých cieľových skupín

Cieľová skupina 1.: Potenciálni žiadatelia o NFP, žiadatelia o NFP a prijímatelia

Cieľ 1: Maximalizácia kapacity čerpania pomoci EÚ. (I)

Cieľ 2: Dosiahnutie čo najvyššej miery vysokokvalitných projektov. (I / BP / V / K)

Cieľ 3: Informovanie potenciálnych žiadateľov o možnosti čerpania EŠIF. (K)

Cieľ 4: Informovanie a vzdelávanie žiadateľov o procese predkladania žiadostí o NFP. (V / K)

Cieľ 5: Vzdelávanie a podpora prijímateľov s cieľom úspešnej implementácie projektov. (V / K)

Cieľová skupina 2.: Subjekty zapojené do procesu implementácie EŠIF

Cieľ 6: Poskytnúť dostatočné informácie o implementácii OP KŽP. (BP / V)

Cieľová skupina 3.: Odborná verejnosť a médiá

Cieľ 7: Poskytnúť dostatočne kvalitné informácie ohľadom prínosu OP KŽP. (V / BP)

Cieľ 8: Presvedčiť túto cieľovú skupinu o význame OP KŽP a urobiť z nej významného partnera v sprostredkovaní a šírení informácií verejnosti, žiadateľom a prijímateľom. (I / V / P)

Cieľová skupina 4.: Široká verejnosť

Cieľ 9: Zvýšenie povedomia verejnosti o možnosti čerpania EŠIF a o realizovaných projektoch OP KŽP. (BP)

Cieľ 10: Zvýšiť záujem verejnosti o životné prostredie. (I / BP)

Cieľ 11: Vybudovanie imidžu OP KŽP vrátane inštitúcií implementujúcich OP. (I)

4 Komunikačná stratégia

Za realizáciu KS OP KŽP je zodpovedný RO pre OP KŽP v spolupráci s SO pre OP KŽP. KS je komplexný dokument, ktorý rámcovo definuje postup v oblasti informovania a komunikácie. Detailný postup jej implementácie je upravený v ročných komunikačných plánoch. RO je zodpovedný za koordináciu informačných a komunikačných aktivít so SO, MV aj IPC a poskytovanie korektných a včasných informácií smerom na všetky cieľové skupiny. RO 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 OP KŽP prispieva k napĺňaniu cieľov EÚ. Ide najmä o cieľovú skupinu č. 4 široká verejnosť, pre ktorú je vhodné v rámci špecifického cieľa 11. Vybudovanie imidžu OP KŽP vrátane inštitúcií implementujúcich OP informovať formou vhodných komunikačných aktivít o realizovaných projektoch OP KŽP, a akým spôsobom tieto projekty pomáhajú naplňať ciele EÚ ako celku.

Komunikované informácie a nástroje komunikácie budú prispôbené podľa fázy implementácie. KS môžeme rozdeliť do štyroch základných fáz, a to:

- Obdobie pred vyhlásením výzvy;
- Obdobie vyhlásenia výzvy a následného predkladania žiadostí o NFP a uzatvárania zmlúv s úspešnými žiadateľmi;
- Obdobie po uzavretí zmlúv o NFP;
- Obdobie informovania o výsledkoch implementácie.

4.1 Fázovanie KS

Fáza 1: Obdobie pred vyhlásením výzvy

V prvých rokoch OP, ako aj neskôr v prípade, že subjekty riadenia vyhlásia výzvy, pôjde o stratégiu smerujúcu komunikačné aktivity na zvyšovanie povedomia občanov SR o úlohe EÚ a jej fondov. Cieľom bude zasiahnúť informáciami o možnosti čerpať finančné prostriedky čo najväčší počet subjektov, ktorí sa môžu stať potenciálnymi žiadateľmi. Cieľom je, aby sa čo najväčší počet potenciálnych žiadateľov rozhodol predložiť žiadosť o NFP. Týmto sa zabezpečí zvyšujúci záujem o možnosti čerpania EŠIF.

Následne sa komunikačná stratégia bude prevažne orientovať na informovanie a vzdelávanie žiadateľov o NFP ako správne predložiť žiadosť.

Fáza 2: Obdobie vyhlásenia výzvy a následného predkladania žiadostí o NFP a uzatvárania zmlúv s úspešnými žiadateľmi

Cieľom tohto obdobia je prostredníctvom informačných aktivít vzdelávať žiadateľov pri predkladaní žiadostí o NFP a zároveň tiež vzdelávanie odborných hodnotiteľov na RO a SO.

Fáza 3: Obdobie po uzavretí zmlúv o NFP

V nasledujúcich rokoch sa orientácia KS presunie na implementáciu projektov a využívanie finančných prostriedkov. Cieľom KS bude informovať a vzdelávať prijímateľov ohľadom realizácie projektov a zároveň informovať ostatné cieľové skupiny o realizovaných projektoch.

Fáza 4: Obdobie informovania o výsledkoch implementácie

V rámci PO sa predpokladá, že jednotlivé projekty budú postupne úspešne dokončené. V tejto fáze bude úlohou RO a SO informovať o výsledkoch OP a prezentovať príklady dobrej praxe najmä vo vzťahu komunikovania prínosu vybraných investícií.

4.2 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 8.1) podľa cieľovej skupiny pre ktorú sú určené. Pre každú z fáz budú vybrané najvhodnejšie komunikačné nástroje vzhľadom na obsah komunikácie a cieľovú skupinu.

RO a SO poskytujú **priamu komunikáciu** prostredníctvom online poradenstva (webová stránka a e-mailová kontaktná adresa) a telefonической linky.

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;
- Rozhlasový – spot;
- Out of home (OOH nástroje) – billboardy (vonkajší reklamný panel), citylighty (podsvietené reklamné panely), plagáty, neštandardné nosiče (neštandardné reklamné plochy ako napr. dopravné prostriedky MHD, pokladničné pásy a pod.);
- Print – inzercia v tlačených médiách (napr. PANORAMA magazín vydávaný EK, EUROKOMPAS, odborná tlač, médiá s celoštátnou pôsobnosťou, médiá s regionálnou pôsobnosťou a pod.);
- PR kampaň – PR články v tlačených aj online médiách, rozhlasové a TV diskusie, špecializovaná relácia venovaná výsledkom OP KŽP;
- Online marketing:
 - webová stránka www.op-kzp.sk (centralizácia informácií, poradňa, SEO, mapa projektov, prelinkovanie na webové stránky www.partnerskadohoda.gov.sk a SO atď.),
 - webová stránka MŽP SR www.minzp.sk, www.partnerskadohoda.gov.sk, (komunikovanie základných informácií s cieľom priviesť užívateľa na stránku OP KŽP),
 - informovanie z úrovne EK 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;

- a iné.
- **Podlinkové nástroje (BTL nástroje):**
 - Event marketing – konferencie, výstavy, workshopy, tematicky zamerané podujatia, informačné semináre pre žiadateľov a pod.;
 - PR komunikácia – tlačové konferencie, tlačové správy;
 - Cielový marketing (tzv. „Direct marketing“):
 - prezentačné materiály a odborné publikácie (manuály, letáky, 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);
 - RSS systém (tzv. kanál noviniek na vybraných internetových stránkach);
- a iné.

Špecifickým komunikačným nástrojom budú IPC, ktorých cieľom je poskytovanie odborného poradenstva pre potenciálnych žiadateľov, žiadateľov a prijímateľov v oblasti EŠIF.

Obrázok 2: Grafické znázornenie ATL komunikačných nástrojov



Obrázok 3: Grafické znázornenie BTL komunikačných nástrojov



4.3 Aplikácia komunikačných nástrojov pre definované cieľové skupiny

4.3.1 Cieľová skupina 1: Potenciálni žiadatelia o NFP, žiadatelia o NFP a prijímatelia

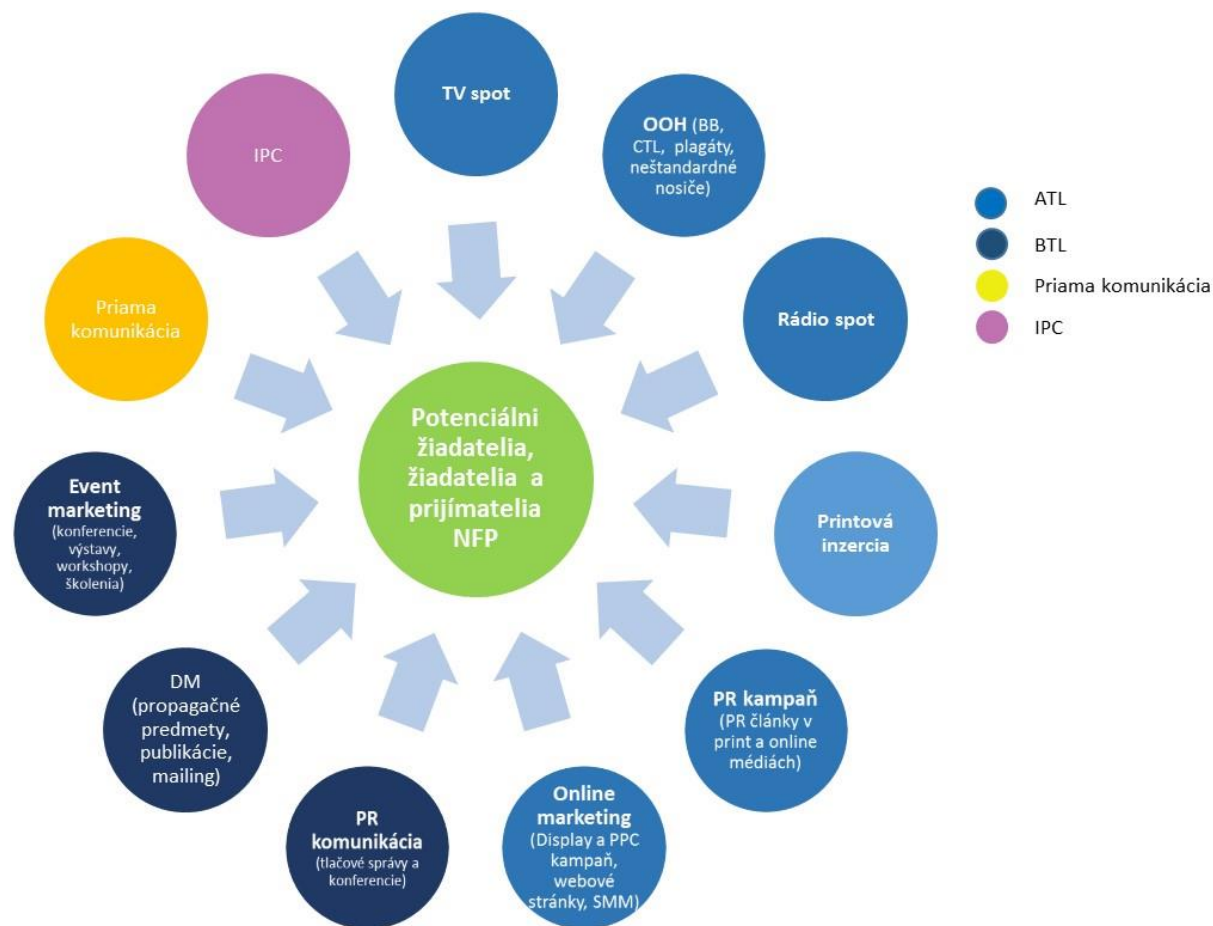
Tabuľka 1: Prehľad a fázovanie komunikačných nástrojov pre cieľovú skupinu 1⁷

Špecifický cieľ	Zvolené komunikačné nástroje	Obsah poskytovaných informácií (príklady)	Načasovanie komunikačného nástroja
1. Maximalizácia kapacity čerpania pomoci EÚ	<ul style="list-style-type: none"> • Priama komunikácia • ATL nástroje • IPC 	<ul style="list-style-type: none"> • Oznámenie o vyhlásení výzvy • Poradenstvo pri tvorbe projektov • Poradenstvo pri implementácii projektov 	Počas každej fázy
2. Dosiahnutie čo najvyššej miery vysokokvalitných projektov	<ul style="list-style-type: none"> • Priama komunikácia • ATL nástroje • BTL nástroje • IPC 	<ul style="list-style-type: none"> • Oznámenie o vyhlásení výzvy • Podporné informácie k výzve • Poradenstvo pri tvorbe žiadostí o NFP 	Počas každej fázy
3. Informovanie potenciálnych žiadateľov o možnosti čerpania EŠIF	<ul style="list-style-type: none"> • Priama komunikácia • ATL nástroje: <ul style="list-style-type: none"> - Print - Online marketing • BTL nástroje: <ul style="list-style-type: none"> - PR komunikácia 	<ul style="list-style-type: none"> • Oznámenie o vyhlásení výzvy • Podporné informácie k výzve • Poradenstvo pri tvorbe žiadostí o NFP 	Počas Fázy 2: Obdobie vyhlásenia výziev a následného predkladania žiadostí o NFP a uzatvárania zmlúv s úspešnými prijímateľmi
4. Informovanie a vzdelávanie žiadateľov o procese predkladania žiadostí o NFP	<ul style="list-style-type: none"> • Priama komunikácia • ATL nástroje: <ul style="list-style-type: none"> - Online marketing (webové stránky, Webinár/ 	<ul style="list-style-type: none"> • Poradenstvo pri tvorbe žiadostí o NFP 	Počas Fázy 2: Obdobie vyhlásenia výziev a následného predkladania žiadostí o NFP a uzatvárania zmlúv s úspešnými

⁷ V prípadoch, kde sú spomenuté všeobecne ATL alebo BTL nástroje a nie sú konkretizované, sú myslené všetky nástroje spomenuté v podkapitole 4.2.

	videoinfografika) <ul style="list-style-type: none"> • BTL nástroje • IPC 		prijímateľmi
5. Vzdelávanie a podpora prijímateľov s cieľom úspešnej implementácie projektov	<ul style="list-style-type: none"> • Priama komunikácia • ATL nástroje: <ul style="list-style-type: none"> - Online marketing (webové stránky, Webinár/ videoinfografika) • BTL nástroje • IPC 	<ul style="list-style-type: none"> • Poradenstvo pri implementácii projektov • Informácie v oblasti verejného obstarávania, právnych predpisov atď. 	Počas Fázy 3: Obdobie po uzavretí zmlúv o NFP

Obrázok 4: Schéma odporúčaných komunikačných nástrojov pre cieľovú skupinu 1

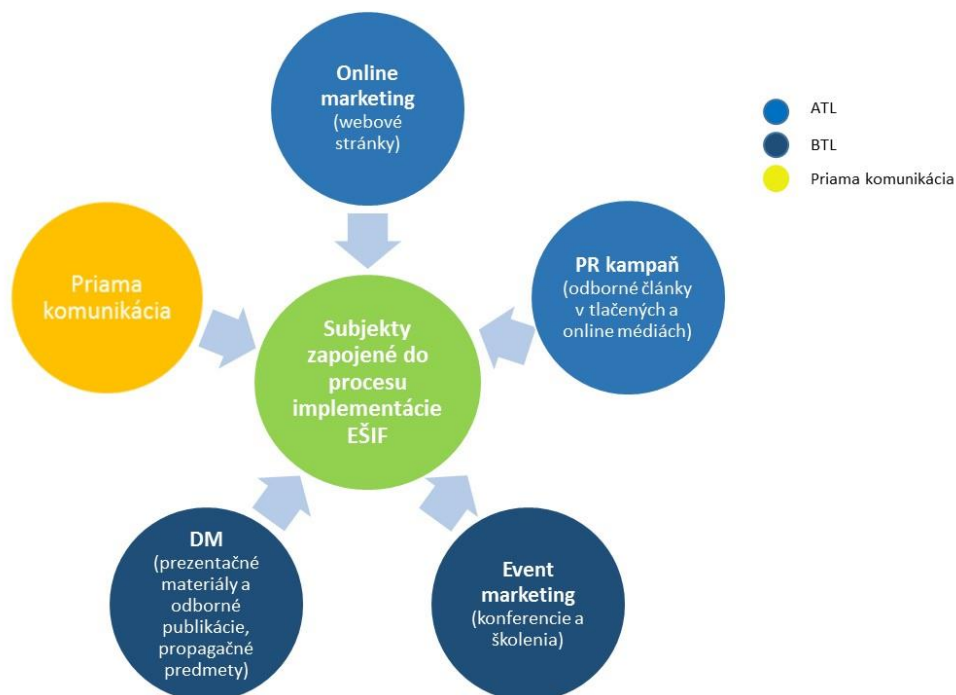


4.3.2 Cieľová skupina 2: Subjekty zapojené do procesu implementácie EŠIF

Tabuľka 2: Prehľad použitia a fázovania komunikačných nástrojov pre cieľovú skupinu 2⁸

Špecifický cieľ	Zvolené komunikačné nástroje	Obsah poskytovaných informácií (príklady)	Načasovanie komunikačného nástroja
6. Poskytnúť dostatočné informácie o implementácii OP KŽP	<ul style="list-style-type: none"> Priama komunikácia ATL nástroje: <ul style="list-style-type: none"> Online marketing (webové stránky) PR (články v odborných médiách v tlači aj online) BTL nástroje: <ul style="list-style-type: none"> Event marketing (konferencie, semináre) Direct marketing (prezentačné materiály, odborné publikácie, propagačné predmety) 	<ul style="list-style-type: none"> Informácie o stave implementácie OP Informácie o podporených projektoch Informácie o dosiahnutých výsledkoch 	Počas každej fázy

Obrázok 5: Schéma odporúčaných komunikačných nástrojov pre cieľovú skupinu 2



⁸ V prípadoch, kde sú spomenuté všeobecne ATL alebo BTL nástroje a nie sú konkretizované, sú myslené všetky nástroje spomenuté v podkapitole 4.2

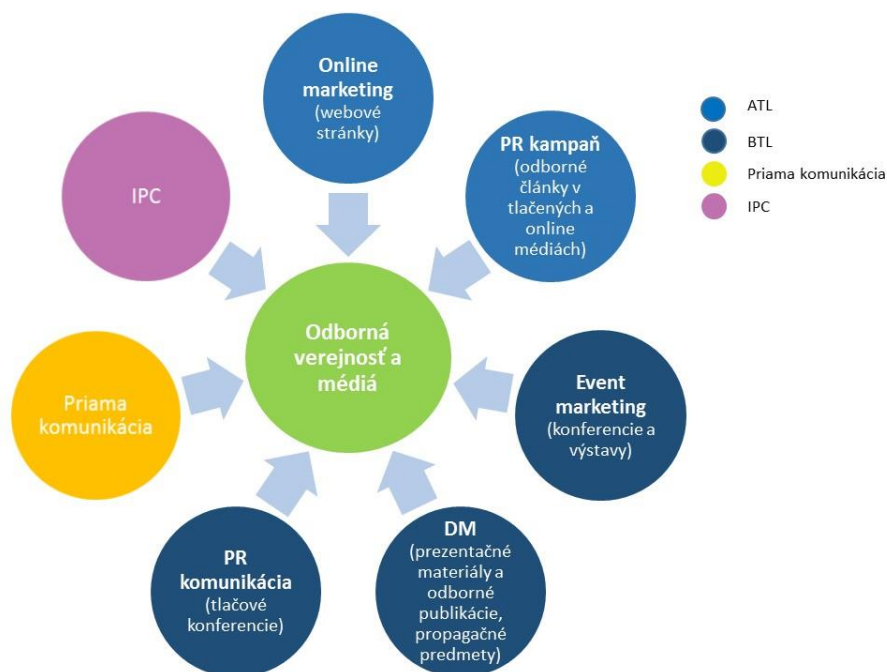
4.3.3 Cieľová skupina 3: Odborná verejnosť a médiá

Tabuľka 3: Prehľad použitia a fázovania komunikačných nástrojov pre cieľovú skupinu 3⁹

Špecifický cieľ	Zvolené komunikačné nástroje	Obsah poskytovaných informácií (príklady)	Načasovanie komunikačného nástroja
7. Poskytnúť dostatočne kvalitné informácie ohľadom prínosu OP KŽP	<ul style="list-style-type: none"> • Priama komunikácia • ATL nástroje: <ul style="list-style-type: none"> - Online marketing (webové stránky) - PR (články v odborných médiách v tlači aj online) • BTL nástroje: <ul style="list-style-type: none"> - Event marketing (konferencie, výstavy, tematicky zamerané regionálne podujatia) - PR komunikácia (tlačové konferencie, tlačové správy) - Direct marketing (prezentačné materiály, odborné publikácie, propagačné predmety) • IPC 	<ul style="list-style-type: none"> • Informácie o prínose realizovaných projektoch k životnému prostrediu, verejnému zdraviu a pod. • Odborné informácie týkajúce sa dosiahnutých merateľných ukazovateľov • Príklady dobrej praxe 	Počas každej fázy
8. Presvedčiť túto cieľovú skupinu o význame OP KŽP a urobiť z nej významného partnera v sprostredkovaní a šírení informácií verejnosti, žiadateľom a prijímateľom	<ul style="list-style-type: none"> • Priama komunikácia • ATL nástroje: <ul style="list-style-type: none"> - Online marketing (webové stránky) - PR (články v odborných médiách v tlači aj online) • BTL nástroje: <ul style="list-style-type: none"> - Event marketing (konferencie, výstavy, tematicky zamerané regionálne podujatia) - PR komunikácia (tlačové konferencie) - Direct marketing (prezentačné materiály, odborné publikácie, propagačné predmety) • IPC 	<ul style="list-style-type: none"> • Odborné informácie týkajúce sa dosiahnutých merateľných ukazovateľov • Príklady dobrej praxe 	Počas 4. fázy: Obdobie informovania o výsledkoch implementácie

⁹ V prípadoch, kde sú spomenuté všeobecne ATL alebo BTL nástroje a nie sú konkretizované, sú myslené všetky nástroje spomenuté v podkapitole 4.2

Obrázok 6: Schéma odporúčaných komunikačných nástrojov pre cieľovú skupinu 3



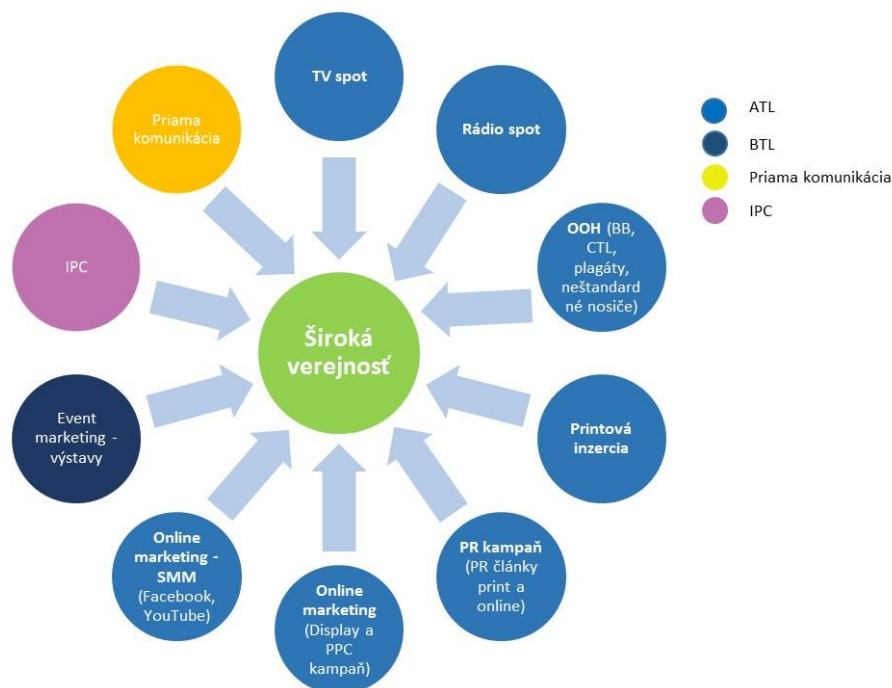
4.3.4 Cieľová skupina 4: Široká verejnosť

Tabuľka 4: Prehľad použitia a fázovania komunikačných nástrojov pre cieľovú skupinu 4¹⁰

Špecifický cieľ	Zvolené komunikačné nástroje	Obsah poskytovaných informácií (príklady)	Načasovanie komunikačného nástroja
9. Zvýšenie povedomia verejnosti o možnosti čerpania EŠIF a o realizovaných projektoch OP KŽP	<ul style="list-style-type: none"> Priama komunikácia ATL nástroje BTL <ul style="list-style-type: none"> - Event marketing - výstavy IPC 	<ul style="list-style-type: none"> Informácie o existencii OP KŽP Informácie o zverejnení výzvy 	Počas každej fázy
10. Zvýšiť záujem verejnosti o životné prostredie	<ul style="list-style-type: none"> Priama komunikácia ATL nástroje BTL <ul style="list-style-type: none"> - Event marketing - výstavy IPC 	<ul style="list-style-type: none"> Informácie o príspevku OP KŽP k zlepšeniu životného prostredia 	Počas každej fázy
11. Vybudovanie imidžu OP KŽP vrátane inštitúcií implementujúcich OP	<ul style="list-style-type: none"> Priama komunikácia ATL nástroje BTL <ul style="list-style-type: none"> - Event marketing - výstavy IPC 	<ul style="list-style-type: none"> Príklady dobrej praxe 	Počas 4. fázy: Obdobie informovania o výsledkoch implementácie

¹⁰ V prípadoch, kde sú spomenuté všeobecne ATL alebo BTL nástroje a nie sú konkretizované, sú myslené všetky nástroje spomenuté v podkapitole 4.2

Obrázok 7: Schéma odporúčaných komunikačných nástrojov pre cieľovú skupinu 4



Materiály dostupné pre osoby so zdravotným postihnutím

Osoby so zdravotným postihnutím sú špecifickou podmnožinou cieľovej skupiny č. 4 – 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 KŽP.

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

- 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.

5 Realizačný plán

5.1 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. Správne načasovanie vybraného média je odvodené hlavne od harmonogramu výziev na jednotlivé PO. Aktivity KS musia byť ukončené do 31.12.2023.

V rámci kapitoly 4.1 tohto dokumentu sme identifikovali nasledovné štyri hlavné fázy v procese implementácie projektov:

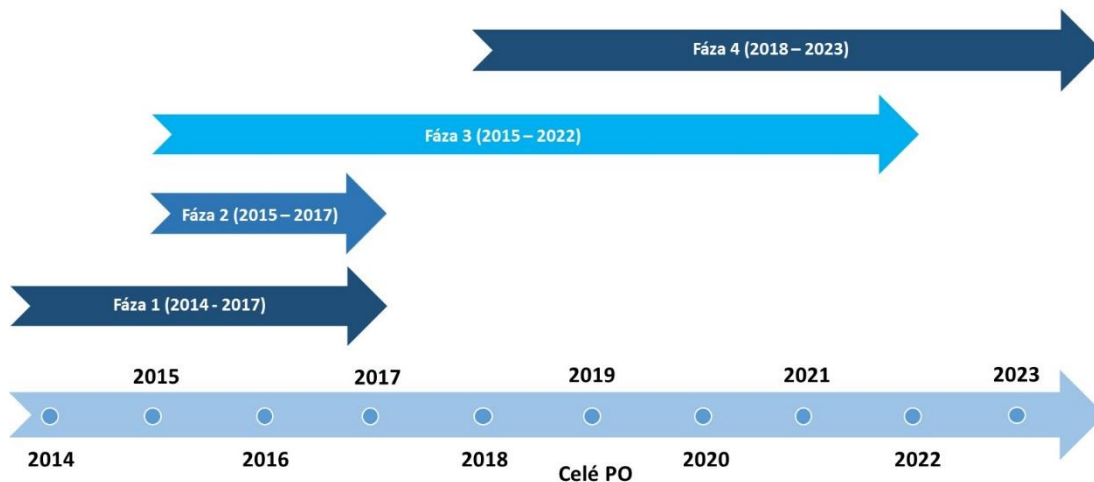
- Fáza 1: Obdobie pred vyhlásením výzvy;
- Fáza 2: Obdobie vyhlásenia výzvy a následného predkladania žiadostí o NFP a uzatvárania zmlúv s úspešnými žiadateľmi;
- Fáza 3: Obdobie po uzavretí zmlúv o NFP;
- Fáza 4: Obdobie informovania o výsledkoch implementácie.

Tabuľka 5: Časový harmonogram aktivít KS OP KŽP

Aktivita	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Informačné akcie										
Prednášky / konferencie o OP KŽP	-	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Workshopy/semináre s cieľovými skupinami po zverejnení výzvy na podávanie žiadostí o NFP	-	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 organizované mimo RO/SO	-	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Mediálna kampaň										
Zameraná na komunikáciu o existencii OP KŽP a jeho cieľov, úlohách EŠIF a EÚ	-	x					x			x
Zameraná na komunikáciu výziev	-	x	x	x	x	x	x	x		

Zameraná na dosiahnuté výsledky OP, výsledkov projektov o OP KŽP	-				x	x	x	x	x	x
Internet										
Informácie zverejňované na: www.op-kzp.sk www.partnerskadoho-da.gov.sk www.minzp.sk www.sazp.sk www.minv.sk www.siea.sk	<i>Počas celého PO</i>									
PR										
Tlačové správy, tlačové konferencie	-	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Prílohy odborných publikácií	-	x	x	x	x	x	x	x	x	x
rozhlasové a TV diskusie	-	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Odborné a informačné publikácie, letáky	<i>Počas celého PO</i>									
Propagačné predmety	<i>Počas celého PO</i>									
IPC	<i>Počas celého PO</i>									
Priama komunikácia	<i>Počas celého PO</i>									

Obrázok 8: Grafické znázornenie jednotlivých fáz programového obdobia



5.2 Predbežná plánovaná finančná alokácia na jednotlivé roky

Finančné prostriedky na aktivity informovania a komunikácie sú k dispozícii z prostriedkov Prioritnej osi 5 - Technická pomoc. Rozdelenie finančných prostriedkov na jednotlivé roky je len indikatívne, tieto údaje budú spresnené v jednotlivých ročných komunikačných plánoch. RO informuje o čerpaní finančných prostriedkov a stave realizácie KS v rámci výročných správ a záverečnej správy o vykonávaní OP KŽP monitorovaciemu výboru.

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

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

Celková finančná alokácia v EUR			
Zdroje EÚ (EŠIF)	Verejné zdroje SR	Súkromné zdroje	Spolu
12 000 000 €	2 458 789,44 €	0 €	14 458 789,44 €

Tabuľka 7: Predbežná plánovaná finančná alokácia na jednotlivé roky

Obdobie	Finančné alokácie na jednotlivé roky v EUR						
	2014*	2015*	2016*	2017	2018	2019-2020	2021 - 2023
Predpokladaná výška investície na informovanie a komunikáciu	0 €	1 731 451 €	499 389 €	289 099	998 013 €	5 335 200 €	5 605 637,44
Percentuálne vyjadrenie	0 %	11,98 %	3,45 %	2,00 %	6,90%	36,90%	38,77%

- Reálna výška výdavkov na informovanie a komunikáciu

5.3 Predbežný realizačný rozpočet aktivít na programové obdobie

Tabuľka 8: Indikatívna alokácia finančných prostriedkov na jednotlivé komunikačné aktivity na PO 2014 - 2020

Plánovaná aktivita	Nástroje/ charakteristika	Indikatívny rozpočet EUR s DPH
1. Informovanie širokej verejnosti	<ul style="list-style-type: none"> • Priama komunikácia • ATL nástroje • IPC 	4 337 636,83 €
2. Informovanie odbornej verejnosti a médií	<ul style="list-style-type: none"> • Priama komunikácia • ATL nástroje: <ul style="list-style-type: none"> - Online marketing (webové stránky) - PR (články v odborných médiách v tlači aj online) • BTL nástroje: <ul style="list-style-type: none"> - Event marketing (konferencie, výstavy) - PR komunikácia (tlačové konferencie, tlačové správy) - Direct marketing (prezentačné materiály, odborné publikácie, propagačné predmety) • IPC 	1 445 878,94 €
3. Informovanie subjektov zapojených do procesu implementácie EŠIF	<ul style="list-style-type: none"> • Priama komunikácia • ATL nástroje: <ul style="list-style-type: none"> - Online marketing (webové stránky) - PR (články v odborných médiách v tlači aj online) • BTL nástroje: 	1 445 878,94 €

		<ul style="list-style-type: none"> - Event marketing (konferencie, semináre) - Direct marketing (prezentačné materiály, odborné publikácie, propagačné predmety) 	
4.	Informovanie potenciálnych žiadateľov, žiadateľov a prijímateľov	<ul style="list-style-type: none"> • Priama komunikácia • ATL nástroje • BTL nástroje • IPC 	7 229394,73 €
SPOLU			14 458789,44 €

5.4 Ročný komunikačný plán

Implementácia KS OP KŽP 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 príbežne 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 štvrt'ročnom členení, finančné krytie, ako aj stanovenie relevantných monitorovacích indikátorov v danom roku.

RO v spolupráci s SO vypracováva ročný komunikačný plán na príslušný kalendárny rok najneskôr do 31. marca daného roka¹¹, ktorý je následne predkladaný na vedomie ÚV SR do 7 pracovných dní od jeho schválenia zo strany RO.

¹¹ Výnimku tvorí Ročný komunikačný plán na rok 2015, ktorý bude vypracovaný do konca mája 2015.

6 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 KŽP 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 OP KŽP a úlohou, ktorú zohráva EÚ.

Proces monitorovania obsahuje nasledujúce podprocesy:

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

Hodnotenie výsledkov realizácie KS OP KŽP sa uskutoční na základe hodnotiacich kritérií:

- Na úrovni OP KŽP:
 - úroveň celkovej informovanosti verejnosti o úlohe EÚ a cieľoch OP KŽP,
 - záujem o podporu z OP KŽP,
 - úspešnosť programu (úspešnosť čerpania, miera chybovosti, osvedčená prax);
- Na úrovni jednotlivých aktivít KS (výstupové a výsledkové indikátory):
 - počet zverejnených správ, rozhovorov, príspevkov, inzerátov vo všetkých druhoch médií,
 - návštevnosť internetových portálov,
 - počet uskutočnených seminárov, konferencií a iných podujatí,
 - počet vydaných informačných a odborných publikácií.

Východiskové a cieľové hodnoty ukazovateľov hodnotiacich kritérií na úrovni programu, resp. na úrovni aktivít KS budú stanovené na základe výsledkov prieskumu verejnej mienky (06-07/2015), alebo na základe expertného odhadu RO a SO. Po ich stanovení sa prostredníctvom nich bude vyhodnocovať úspešnosť napĺňania KS OP KŽP.

Cieľom procesu monitorovania je zabezpečiť pre všetkých aktérov údaje potrebné pre operatívne a strategické riadenie oblasti informovania a komunikácie, ako aj vytvoriť dátovú bazu za účelom prezentovania, ako aj hodnotenia aktivít KS OP KŽP. Monitorovanie bude vykonávané priebežne a vykazované podľa potreby RO (napr. v mesačnej, kvartálnej a ročnej periodicite).

Hodnotenie KS vykonáva RO v spolupráci s SO na úrovni ročných komunikačných plánov, výročnej a záverečnej správy o vykonávaní OP KŽP, alebo v rámci samostatných ad hoc hodnotení zameraných na túto oblasť. Hodnotenie ukazovateľov vyžadujúcich si prieskum verejnej mienky bude vykonávané výhradne na začiatku implementácie OP KŽP, v strede programového obdobia (pri hodnotení výkonnostného rámca) a v závere programového obdobia.

Za účelom monitorovania a hodnotenia KS boli v tab. 10 zadané príslušné kritéria.

Tabuľka 9: Tabuľka kritérií hodnotenia a monitorovania, ktoré sú definované ukazovateľmi

Hodnotiace kritérium	Ukazovateľ	Metóda zistenia
Úroveň programu (indikátory výsledku)		
Miera informovanosti o možnostiach podpory z OP KŽP	% poznania o možnostiach podpory z OP KŽP	prieskum verejnej mienky
Záujem o podporu z OP KŽP	počet žiadateľov o NFP	ITMS2014+, monitorovacie správy
Úspešnosť programu/miera riadne zrealizovaných projektov	počet riadne ukončených projektov	ITMS2014+, monitorovacie správy
Úroveň aktivít KS		
Ukazovatele výsledku		
Počet účastníkov seminárov, konferencií a iných podujatí	počet	prezenčné listiny
Počet distribuovaných odborných a informačných publikácií	počet	sumarizácia vlastných údajov
Návštevnosť webového sídla	počet prístupov	sumarizácia vlastných údajov
Indikátory 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

Tabuľka 10: Indikatívne hodnoty realizácie jednotlivých aktivít

Ukazovateľ	Hodnota	Metóda zistenia
Cieľ 1: Maximalizácia kapacity čerpania pomoci EÚ		
Percento zazmluvnených finančných prostriedkov	Percentuálny podiel zazmluvnených finančných prostriedkov a celkovej alokácie	Údaje RO/SO o implementácii
Percento vyčerpaných finančných prostriedkov	Percentuálny podiel vyčerpaných finančných prostriedkov a celkovej alokácie	Údaje RO/SO o implementácii
Cieľ 2: Dosiahnutie čo najvyššej miery vysokokvalitných projektov		
Percento ukončených projektov, ktoré naplnili merateľné ukazovatele	Percentuálny podiel ukončených projektov, ktoré naplnili merateľné ukazovatele oproti všetkým zazmluvneným projektom	Údaje RO/SO o implementácii
Cieľ 3: Informovanie potenciálnych žiadateľov o možnosti čerpania EŠIF		
Percento schválených žiadostí o NFP	Percentuálny podiel schválených žiadostí o NFP oproti počtu	Údaje RO/SO z hodnotenia projektov

Ukazovateľ	Hodnota	Metóda zistenia
	predložených žiadostí o NFP	
Záujem o podporu z OP KŽP	Počet žiadateľov o NFP	Údaje RO/SO z hodnotenia projektov
Cieľ 4: Informovanie a vzdelávanie žiadateľov o procese predkladania žiadostí o NFP		
Počet uskutočnených informačných aktivít	Počet aktivít	Sumarizácia vlastných údajov
Počet účastníkov na uskutočnených informačných aktivitách	Počet účastníkov	Prezenčné listiny
Chybovosť žiadostí o NFP	Percentuálny podiel vyradených žiadostí o NFP oproti predloženým žiadostiam o NFP	Údaje RO/SO z kontroly žiadostí o NFP
Cieľ 5: Vzdelávanie a podpora prijímateľov s cieľom úspešnej implementácie projektov		
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/SO o finančnom riadení projektov a o výsledkoch auditov
Cieľ 6: Poskytnúť dostatočné informácie o implementácii OP KŽP		
Vydané výročné správy	Počet výročných správ	Sumarizácia vlastných údajov
Publikácie pre subjekty zapojené do procesu implementácie EŠIF	Počet publikácií	Sumarizácia vlastných údajov
Cieľ 7: Poskytnúť dostatočne kvalitné informácie ohľadom prínosu OP KŽP		
Počet uskutočnených informačných aktivít pre odbornú verejnosť	Počet aktivít	Sumarizácia vlastných údajov
Odborné a informačné publikácie RO/SO	Počet vydaných odborných a informačných publikácií	Sumarizácia vlastných údajov
Cieľ 8: Presvedčiť túto cieľovú skupinu o význame OP KŽP a urobiť z nej významného partnera v sprostredkovaní a šírení informácií verejnosti, žiadateľom a prijímateľom		
Kladné vnímanie výsledkov OP KŽP z pohľadu odbornej verejnosti	Percentuálny podiel respondentov z odbornej verejnosti, ktorí identifikovali pozitívnu intervenciu financovanú v rámci OP KŽP oproti všetkým osloveným odborným respondentom	Prieskum mienky odbornej verejnosti na vzorke respondentov
Cieľ 9: Zvýšenie povedomia verejnosti o možnosti čerpania EŠIF a o realizovaných projektoch OP KŽP		

Ukazovateľ	Hodnota	Metóda zistenia
Úroveň celkovej informovanosti verejnosti o úlohe EÚ a opatreniach OP KŽP	Percentuálny podiel respondentov poznajúcich úlohy EÚ a opatrenia OP oproti všetkým osloveným respondentom	Prieskum verejnej mienky na vzorke respondentov
Cieľ 10: Zvýšiť záujem verejnosti o životné prostredie		
Potreba investícií do životného prostredia	Percentuálny podiel respondentov vnímajúcich potrebu investícií do životného prostredia oproti všetkým osloveným respondentom	Prieskum verejnej mienky na vzorke respondentov
Cieľ 11: Vybudovanie imidžu OP KŽP vrátane inštitúcií implementujúcich OP		
Kladné vnímanie výsledkov OP KŽP	Percentuálny podiel respondentov, ktorí identifikovali pozitívnu intervenciu financovanú v rámci OP KŽP oproti všetkým osloveným respondentom	Prieskum verejnej mienky na vzorke respondentov

7 Administratívne zabezpečenie

RO OP KŽP (MŽP) v rámci Zmluvy o vykonávaní časti úloh RO SO preniesol povinnosť realizovať KS OP KŽP v časti všetkých implementačných aktivít súvisiacich s výzvami OP KŽP na predkladanie žiadostí o NFP, v súlade so všeobecným nariadením a Systémom riadenia EŠIF.

Pri realizácii aktivít v oblasti informovania a komunikácie postupujú RO a SO v súlade s touto stratégiou a platným ročným komunikačným plánom, pričom sa dodržiava najmä zásada spoluorganizácie a spolurealizácie komunikačných aktivít a nástrojov komunikácie, tzn.:

- V prípade ak RO OP KŽP organizuje, resp. realizuje aktivitu, o jeho naplánovaní informuje SO s dostatočným predstihom, konzultuje ju s manažérom pre informovanie a komunikáciu SO a prizýva ho na účasť pri plánovaní a realizácii;
- V prípade ak SO OP KŽP organizuje, resp. realizuje aktivitu, o jej naplánovaní informuje RO OP KŽP s dostatočným predstihom, konzultuje ju s manažérom pre informovanie a komunikáciu RO OP KŽP a prizýva ho na účasť pri plánovaní a realizácii.

V rámci realizácie KS sa definujú nielen finančné a technické kapacity, ale indikujú sa aj príslušné ľudské zdroje, a to tak na úrovni RO, ako aj SO. Oblasť informovania a komunikácie je zastrešovaná manažérmi pre informovanie a komunikáciu, avšak priamo sa na nej podieľajú aj ostatní manažéri RO a SO napr. z pohľadu vecných aspektov implementácie – oprávnenosť aktivít, výdavkov a pod. V prípade zvýšenia nárokov na činnosti vyplývajúce z KS OP KŽP a nutnosti ich pokrytia, RO a SO prijme nevyhnutné opatrenia, aby došlo k naplneniu cieľov KS.

Dôležité je tiež zdefinovať zapojenie týchto administratívnych kapacít do realizácie KS a definovať aj ich povinnosti na úrovni riadiacej dokumentácie RO/SO.

Úlohy manažéra pre informovanie a komunikáciu na úrovni RO sú najmä nasledovné:

- Vypracovanie komunikačnej stratégie OP KŽP a jej implementácia;
- Vypracovanie rozpočtu a výdavkov na informovanie a komunikáciu OP KŽP;
- Zabezpečenie konzultácií s EK a jej informovanie o prijatých iniciatívach vo vzťahu k opatreniam informovanosti a komunikácie OP KŽP;
- Zvyšovanie povedomia a prehľadu o aktivitách OP KŽP;
- Zabezpečenie a kontrolu web stránky www.op-kzp.sk a jej aktualizácie;
- Spoluprácu a koordináciu implementácie KS OP KŽP so SO a spolupracujúcimi útvarmi ÚV SR;
- Vypracovanie návrhov a realizáciu informačnej a publikačnej činnosti KS OP KŽP;
- Spoluprácu pri informačnej činnosti s ÚV SR na úrovni Partnerskej dohody;
- Je členom Pracovnej skupiny pre informovanie a komunikáciu pri ÚV SR ako zástupca RO OP KŽP;
- Je kontaktnou osobou v rámci európskych sietí osôb zabezpečujúcich informovanie a komunikáciu OP KŽP;
- Vypracovanie výročných správ o informovanosti a komunikácii, ktoré budú uvedené ako časti výročných správ a záverečnej správy o realizácii pomoci EŠIF v rámci OP KŽP a PD;
- Zapracovanie odporúčaní EK a Monitorovacieho výboru do KS OP KŽP.

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

Z pohľadu administratívnych kapacít je oblasť informovania a komunikácie v rámci RO pre OP KŽP primárne zabezpečená najmä riadiacim pracovníkom (vedúcim oddelenia, resp. riaditeľom odboru) a manažérom pre oblasť informovania a komunikácie. Okrem spomínaného primárneho administratívneho zabezpečenia pôsobia v oblasti informovania a komunikácie na RO aj ďalšie administratívne kapacity, a to nielen z úrovne manažérov informovania a komunikácie, ale aj z úrovne manažérov programovania, monitorovania, hodnotenia a metodiky.

Úlohy manažéra pre informovanie a komunikáciu SO sú najmä nasledovné:

- Zabezpečuje prezentácie, publicitu a informovanosť k OP KŽP;
- Zabezpečuje vypracovanie podkladov do výročných správ o implementácii OP KŽP;
- Vykonáva monitorovanie na úrovni OP KŽP;
- Predkladá materiály o výsledkoch následných finančných kontrol sprostredkovateľského orgánu týkajúce sa informovania a komunikácie;
- Predkladá správy o výsledku vnútorného auditu SO a správ o výsledku externého auditu SO certifikačnému orgánu týkajúce sa informovania a komunikácie.

Z pohľadu administratívnych kapacít je oblasť informovania a komunikácie v rámci SO pre OP KŽP primárne zabezpečená najmä riadiacim pracovníkom (vedúcim oddelenia, resp. riaditeľom odboru) a manažérom pre oblasť informovania a komunikácie. Okrem spomínaného primárneho administratívneho zabezpečenia pôsobia v oblasti informovania a komunikácie na SO aj zamestnanci na ďalších pracovných pozíciách v rámci SO.

Tabuľka 111: Plán rozvoja administratívnych kapacít

Cieľová skupina	Zamestnanci vo funkcii manažéra pre informovanie a komunikáciu
Zámer	Zvýšenie kvality a efektívnosti vzdelávania zamestnancov uvedenej cieľovej skupiny
Okruhy vzdelávania	<ul style="list-style-type: none"> • Rozvoj osobného potenciálu, prezentačné a komunikačné schopnosti, štátnozamestnanecká deontológia a lobbying; • Právny poriadok a platná legislatíva EÚ a SR vo vzťahu k EŠIF s dôrazom na OP KŽP; • Vzdelávanie v informačných technológiách (ITMS 2014 -2020); • Vzdelávanie k EÚ (tzv. „eurovzdelávanie“), medzinárodná spolupráca, informačné zdroje a databázy EÚ; • Kontrolné mechanizmy v spoločnosti s dôrazom na štrukturálne fondy (kontrola v štátnej / verejnej správe, finančná kontrola, vnútorný audit, aktuálne účtovníctvo, verejné obstarávania); • Jazykové vzdelávanie.

8 Definície použitých pojmov a skratiek

8.1 Všeobecné pojmy

- **Európske štrukturálne a investičné fondy**

Spoločné označenie pre Európsky fond regionálneho rozvoja, Európsky sociálny fond, Kohézny fond, Európsky poľnohospodársky fond pre rozvoj vidieka a Európsky námorný a rybársky fond, ktorých prostredníctvom má dôjsť k posilneniu hospodárskej, sociálnej a územnej súdržnosti v rámci EÚ.

- **Operačný program Kvalita životného prostredia**

OP KŽP predstavuje programový dokument SR pre čerpanie pomoci z Európskeho fondu regionálneho rozvoja a Kohézneho fondu v programovom období 2014 – 2020 v oblasti udržateľného a efektívneho využívania prírodných zdrojov, zabezpečujúceho ochranu životného prostredia, aktívnu adaptáciu na zmenu klímy a podporu energeticky efektívneho nízkouhlíkového hospodárstva.

- **Prijímateľ**

Verejná alebo súkromná právnická osoba zodpovedná za začatie, realizáciu či udržanie operácie spolufinancovanej z Európskeho fondu regionálneho rozvoja a Kohézneho fondu v rámci Operačného programu Kvalita životného prostredia.

Prijímateľom je osoba od nadobudnutia účinnosti zmluvy podľa § 25 zákona o príspevku z EŠIF alebo právoplatnosti rozhodnutia o schválení žiadosti podľa § 16, ktorej bola schválená žiadosť v konaní podľa tohto zákona.

- **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 operačného programu 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 EPRV. Hlavnú zodpovednosť za OP KŽP nesie Ministerstvo životného prostredia ako Riadiaci orgán pre Operačný program Kvalita životného prostredia.

- **Sprostredkovateľský orgán**

Verejný alebo súkromný subjekt, ktorý bol členským štátom alebo RO poverený výkonom niektorých funkcií riadiaceho, resp. certifikačného orgánu. Dohoda medzi členským štátom alebo RO a sprostredkovateľským subjektom musí byť písomná (pozri všeobecné nariadenie čl. 123 (7)). Do implementačnej štruktúry OP KŽP sú v pozícii sprostredkovateľských orgánov zapojené:

- Slovenská agentúra životného prostredia;
- Ministerstvo vnútra SR;
- Slovenská inovačná a energetická agentúra.

8.2 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.

- **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 novínok, 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.).

8.3 Použité skratky

Skratka	Anglický výraz	Slovenský výraz
ATL	Above the Line	Nad-linkové marketingové aktivity
BTL	Below the Line	Pod-linkové marketingové aktivity
BP	-	Budovanie povedomia
CKO	-	Centrálny koordinačný orgán
DM	Direct marketing	Cielený marketing
EFRR	-	Európsky fond regionálneho rozvoja
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 princípy
I	-	Budovanie imidžu
IPC	-	Informačno – poradenské centrá pre EŠIF
K	-	Konverzia PŽ – Ž - P
KoP	-	Komunikačný plán
KS	-	Komunikačná stratégia
MV	-	Monitorovací výbor
MŽP SR	-	Ministerstvo životného prostredia SR
NFP	-	Nenávratný finančný príspevok
OOH	Out of home	„mimo domovov“
OP	-	Operačný program
OP ŽP	-	Operačný program Životné prostredie
OP KŽP	-	Operačný program Kvalita životného prostredia
P	-	Prijímateľ
PD	-	Partnerská dohoda
PPC	Pay per click	Neexistuje ekvivalentný výraz v slovenskom jazyku (pre vysvetlenie vid' Definície pojmov)
PO	-	Programové obdobie
PŽ	-	Potenciálny žiadateľ
REPIS	-	Regionálne environmentálne poradenské a informačné strediská
RO	-	Riadiaci orgán
RO OP KŽP	-	Riadiaci orgán pre Operačný program Kvalita životného prostredia
RKP	-	Ročný komunikačný plán
RSS	Really Simple Syndication	„kanál noviniek“
SEO	Search engine optimization	Optimalizácia webovej stránky pre vyhľadávače
SKS	-	Spoločná komunikačná stratégia
SO	-	Sprostredkovateľský orgán
SR	-	Slovenská republika
SMM	Social Media Marketing	Marketingové aktivity na sociálnych sieťach
ÚV SR	-	Úrad vlády SR
V	-	Vzdelávanie zúčastnených strán
Ž	-	Žiadateľ