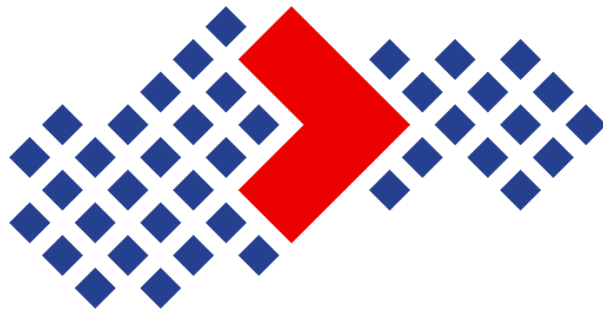


# ► KOMUNIKAČNÁ STRATÉGIA

## PROGRAM SLOVENSKO 2021 - 2027



PROGRAM  
**SLOVENSKO**

Vytvorili: Mgr. Andrej Kmeťo, Mgr. Nora Čechmánková, PhD.  
Vydalo: Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR  
Schválil: Monitorovací výbor pre Program Slovensko 2021 – 2027  
Dátum schválenia: 31. 5. 2023

## Obsah

1. Analýza východiskovej situácie	3
2. Právny rámec pre tvorbu komunikačnej stratégie	5
3. Východiská pre tvorbu komunikačnej stratégie	6
4 Partneri spolupracujúci pri príprave a implementácii komunikačnej stratégie	8
Európska komisia	
Kancelária Európskeho parlamentu	
Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR	
Sprostredkovateľské orgány	
Regionálne centrá	
Pracovná skupina pre informovanie a komunikáciu pre programové obdobie 2021-2027	
5. Ciele komunikácie	11
6. Komunikačná stratégia	13
Prečo komunikujeme	
Ako komunikujeme	
Cieľové skupiny	
Komunikačné nástroje	
Ročný komunikačný plán	
7. Finančná alokácia na komunikáciu	17
8. Časový harmonogram realizácie hlavných plánovaných komunikačných aktivít	17
9. Monitorovanie a hodnotenie	19
10. Administratívne zabezpečenie komunikácie	20

## 1 ► Analýza východiskovej situácie

Slovensko má vďaka členstvu v Európskej únii (ďalej aj EÚ) možnosť čerpať finančnú podporu na **vyrovnávanie regionálnych rozdielov**. Fondy Európskej únie sú nástrojom na financovanie projektov s cieľom **zlepšiť kvalitu života obyvateľov**.

Využívanie fondov EÚ pre politiku súdržnosti sa v aktuálnom programovom období 2021-2027 riadi pravidlami stanovenými Nariadením Európskeho parlamentu a Rady EÚ 2021/1060<sup>1</sup>. Aktuálne programové obdobie predstavuje príležitosť na efektívnejšie čerpanie fondov aj na Slovensku. Výsledkom doteraz najväčšej národnej reformy eurofondov je **zjednodušenie a menšia byrokracia**. Očakávaným prínosom reformy je jednoduchšie, rýchlejšie a transparentnejšie čerpanie európskych zdrojov.

Pôvodných šesť operačných programov nahrádza jeden **Program Slovensko 2021-2027** (ďalej Program Slovensko). Fondy EÚ sa v programovom období 2021-2027 riadia jednoduchšími pravidlami<sup>2</sup> a jednou metodikou. Kontrolu verejného obstarávania pre Program Slovensko vykonáva výlučne Úrad pre verejné obstarávanie, čo zrýchli a sprehľadní proces pre žiadateľov.

Investície z fondov EÚ z Programu Slovensko v celkovom objeme 12,6 miliárd EUR smerujú do **5 cieľov**:

- Konkurencieschopnejšia a inteligentnejšia Európa
- Zelenšia, nízko-uhlíková Európa
- Prepojenejšia Európa
- Sociálnejšia Európa
- Európa bližšie k občanom

a do Fondu na spravodlivú transformáciu.

Komunikácia o podpore Slovenska z fondov EÚ je nielen povinnosťou, ale najmä **príležitosťou, ako zlepšovať povedomie o prínosoch, ktoré nám prináša členstvo v EÚ**. Financiami z fondov EÚ sa každoročne podporí množstvo projektov, čo predstavuje praktický viditeľný prejav fungovania EÚ.

Prieskum<sup>3</sup> o znalosti podpory z fondov EÚ z mája 2022 ukázal, že:

- **O finančnej podpore** regiónom a mestám Slovenska zo strany EÚ má aspoň základnú informáciu **veľká väčšina obyvateľov** (80%).
- O konkrétnych projektoch financovaných **v mieste svojho bydliska** zo zdrojov EÚ vie aspoň s istou mierou istoty necelá polovica opýtaných. Viac ako štvrtina nemá vôbec žiadnu informáciu o akomkoľvek projekte, ktorý je v ich obci či meste financovaný z peňazí EÚ.
- Jednoznačne najrozšírenejší zdroj informácií o finančnej pomoci EÚ je **televízia**. Pre

<sup>1</sup> Nariadenie Európskeho parlamentu a Rady EÚ 2021/1060, [https://www.eurofondy.gov.sk/wp-content/uploads/2022/06/Nariadenie-2021-1060-CELEX\\_32021R1060\\_SK\\_TXT.pdf](https://www.eurofondy.gov.sk/wp-content/uploads/2022/06/Nariadenie-2021-1060-CELEX_32021R1060_SK_TXT.pdf)

<sup>2</sup> Konkrétne podľa Zákona č. 121/2022 o príspevkoch z fondov EÚ.

<sup>3</sup> Štrukturálne fondy EÚ: Znalosť podpory pre regióny a mestá. Výsledky prieskumu. Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR, máj 2022.

tretinu je to (aj) internet a pre štvrtinu sociálne siete. Každý piaty je informovaný prostredníctvom tlače alebo rozhlasu. Veľká väčšina (85%) občanov SR si myslí, že by sa o eurofondoch a financiách na podporu Slovenska malo **hovoriť aj písať viac**.

- Takmer polovica (46%) si myslí, že pridelovanie peňazí z fondov EÚ je výrazne **netransparentné**. Takmer rovnako veľká skupina (44%) považuje proces za veľmi **administratívne náročný**.
- Väčšina ľudí (54%) uznáva, že financie z EÚ majú a kvalitu života na Slovensku významný dopad. Je to skoro trikrát viac než je tých, ktorí vnímajú tento dopad ako zanedbateľný (17%). Ešte viac ľudí (59%) si uvedomuje vplyv fondov EÚ na svoju vlastnú životnú úroveň. 28% ho však neregistruje.

V komunikácii je užitočné vnímať aj nálady spoločnosti. K dispozícii sú dáta, čo si myslia Slováci o únii:

- Celkovo **pozitívny dojem z EÚ má 35 %**, neutrálny 39 % a celkovo negatívny 25 % ľudí žijúcich na Slovensku<sup>4</sup>.
- Podľa 70 % Slovákov je členstvo v EÚ pre krajinu prínosom. Napriek tomu ho **za dobrú vec považuje iba 44 % ľudí**. To je tretí najslabší výsledok v EÚ<sup>5</sup>.
- Nedôveru k EÚ pociťuje asi tretina Slovákov<sup>6</sup>.

Vnímanie prejavov spoločnosti v širokom zmysle pomáha porozumieť výzvam, ktoré komunikácia prináša a tak lepšie nastaviť tón komunikácie.

- Aj v dôsledku náročných problémov (pandémia, vojna na Ukrajine, inflácia), nárastu populizmu či všeobecne nedostatku úcty môžeme v medziľudskej komunikácii vnímať prejavy nedôvery, skepsy, relativizácie faktov. Časť spoločnosti podlieha dezinformáciám. Sme svedkami prejavov rozdelenej spoločnosti a menšej súdržnosti.
- V pocite frustrácie môže byť schopnosť vnímať pozitívne veci oslabená (ako bolo vyššie spomenuté, 28% obyvateľov Slovenska nevidí pozitívny vplyv finančných prostriedkov z EÚ na svoju vlastnú životnú úroveň).
- Líderstvo a pozitívne príklady sú aj v tejto dobe veľmi potrebné. Ako národ sme ukázali, že dokážeme aj veľké veci (vlňa solidarity s vojnovými utečencami z Ukrajiny). Pozitívnu emóciu v nás dokážu vyvolať napríklad športové úspechy. Je nás viac ako 5 miliónov, ale spája nás jedna krajina, v ktorej spolu žijeme a ktorej prítomnosť a budúcnosť máme príležitosť tvoriť.

**Komunikácia o fondoch EÚ má tak v súčasnom období pred sebou výzvu v zvládnutí nových úloh, ktorými sú spoluzodpovednosť a príležitosť.**

- Spoluzodpovednosť prehľadne a zrozumiteľne informovať o pomoci EÚ, zlepšeniach v ich riadení, nových výzvach či úspešných projektoch a pomáhať tak **meniť vnímanie eurofondov** z netransparentného a byrokratického nástroja na nástroj pomoci pre krajinu, regióny, mestá, obce a komunity Slovenska s dôrazom na zlepšovanie kvality života ľudí.
- Príležitosť prispieť k väčšiemu vnímaniu výhod členstva Slovenska v Európskej únii,

<sup>4</sup> Eurobarometer EB042EP – Prieskum Európskeho parlamentu publikovaný v januári 2023, zachytávajúci nálady v októbri 2022. <https://europa.eu/eurobarometer/surveys/detail/2932>

<sup>5</sup> <https://euractiv.sk/section/buducnost-eu/news/v-com-sa-lisime-od-euro-py-viac-nam-zalezi-na-polnohospodarstve-podporu-ukrajiny-tahaju-mladi/> Publikované 12. 1. 2023.

<sup>6</sup> <https://spravy.rtvs.sk/2023/03/eurobarometer/> Publikované 24. 3. 2023.

z ktorého má naša krajina benefity. Želaným výsledkom je pocit/vnímanie/povedomie, že vďaka konkrétnemu projektu a všeobecne eurofondom „je lepší môj život a je **lepšie aj Slovensko**“ a to je možné vďaka tomu, že Slovensko je v Európskej únii.

Úlohou komunikátorov je uchopiť tieto výzvy, vstúpiť do aktívnej komunikácie a stať sa lídrami, ktorí slúžia verejnosti užitočným nástrojom – informovaním.

.....

*Komunikácia o fondoch EÚ  
má v súčasnom období pred sebou výzvu  
v zvládnutí nových úloh, ktorými sú  
spoluzodpovednosť a príležitosť.*

.....

## 2 ➤ Právny rámec pre tvorbu komunikačnej stratégie

Úlohy a povinnosti v oblasti informovania sú obsiahnuté najmä v **Nariadení Európskeho parlamentu a Rady (EÚ) č. 2021/1060<sup>1</sup>** z 24. júna 2021, ktorým sa stanovujú všeobecné zásady a pravidlá pre partnerstvo, programovanie, hodnotenie, riadenie, monitorovanie a kontrolu. Oblasť komunikácie a zviditeľnenia definuje hlava IV, kapitola III – Viditeľnosť, transparentnosť a komunikácia, konkrétne články 46 – 50, ktorých obsahom je najmä:

- povinnosť zabezpečiť viditeľnosť podpory pri všetkých činnostiach týkajúcich sa operácií podporovaných z fondov,
- informovanie o úlohe a výsledkoch fondov prostredníctvom jednotného webového portálu,
- pravidlá použitia znaku EÚ,
- určenie komunikačných úradníkov,
- povinnosti riadiaceho orgánu ohľadom webového sídla,
- povinnosti prijímateľov zabezpečiť viditeľnosť podpory z fondov EÚ.

---

<sup>1</sup> K dispozícii na [https://www.eurofondy.gov.sk/wp-content/uploads/2022/06/Nariadenie-2021-1060-CELEX\\_32021R1060\\_SK\\_TXT.pdf](https://www.eurofondy.gov.sk/wp-content/uploads/2022/06/Nariadenie-2021-1060-CELEX_32021R1060_SK_TXT.pdf)

**Zákon č. 121/2022 Z. z. o príspevkoch z fondov Európskej Únie** v § 47 definuje povinnosti poskytovateľa zverejňovať informácie a dokumenty o programe prostredníctvom informačného monitorovacieho systému.

**Zákon č. 211/2000 Z. z. o slobodnom prístupe k informáciám** upravuje podmienky, postup a rozsah slobodného prístupu k informáciám. Definuje osoby povinné sprístupňovať informácie (napr. štátne orgány, či právnické osoby zriadené štátnym orgánom). 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.

### 3 ➤ **Východiská pre tvorbu komunikačnej stratégie**

Okrem už spomenutých prieskumov znalosti podpory o fondoch EÚ či prieskumu vnímania Európskej únie disponujeme aj skúsenosťami s doterajšou komunikáciou o eurofondoch.

#### **Reflexia na základe vyhodnotenia komunikácie v programovom období 2014-2020**

Tabuľka 1: Reflexia pri tvorbe komunikácie v aktuálnom programovom období 2021-2027

<i>Komunikácia v programovom období 2014-2020</i>	<i>Reflexia pri tvorbe komunikácie v programovom období 2021-2027</i>
MÍNUS: Chýbajúca koordinácia kampaní - mediálne kampane mohli prebiehať súčasne	Koordinácia kampaní bude zabezpečovaná vďaka zosúladeniu aktivít v ročnom komunikačnom pláne
PLUS: Hlavný informačný portál <a href="http://www.partnerskadohoda.gov.sk">www.partnerskadohoda.gov.sk</a> . MÍNUS: Webové sídla pre jednotlivé operačné programy mali komplikovaný prístup k informáciám	Jednotné webové sídlo pre všetky programy <a href="http://www.eurofondy.gov.sk">www.eurofondy.gov.sk</a> , základný prehľad na jednom mieste
PLUS: Propagovanie pozitívnych dopadov eurofondov (Euromagazín, web <a href="http://partnerskadohoda.gov.sk">partnerskadohoda.gov.sk</a> , brožúry úspešných projektov,...)	Pokračovanie v propagácii konkrétnych projektov v regiónoch pre posilnenie povedomia o zvyšovaní kvality života
PLUS: Účasť na vybraných podujatiach tretích strán (festivaly, výstavy,...) namiesto organizovania samostatných podujatí	Pokračovanie v propagácii fondov EÚ v rámci iných kultúrno-spoločenských podujatí
PLUS: Aktivity zamerané na študentov a mladých ľudí (súťaže, workshopy,...)	Osvedčená aktivita. Mladí ľudia potrebujú komunikáciu cieleňú na nich v pre nich relevantných formátoch a médiách
PLUS: Informačno-poradenské centrá v regiónoch	Regionálne centrá MIRRI SR poskytujúce bezplatné poradenstvo v oblasti čerpania

	eurofondov, podporu pri príprave a implementácii projektov. Vďaka partnerstvu s orgánmi verejnej moci dostane žiadateľ/prijímateľ kompletnú informáciu a pomoc na jednom mieste.
--	--

## SWOT analýza

Hodnotenie silných a slabých stránok, príležitostí a hrozieb pre komunikáciu v programovom období 2021-2027.

Tabuľka 2: SWOT analýza pre komunikáciu v programovom období 2021-2027

<p><b>Silné stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ciele Programu Slovensko sú zásadné pre modernizáciu krajiny a zlepšenie života ľudí. Predstavuje to množstvo zaujímavých a pozitívnych tém komunikácie.</li> <li>• Sieť Regionálnych centier ako dostupný zdroj informácií a podpory na jednom mieste.</li> </ul>	<p><b>Príležitosti</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zlepšenie povedomia verejnosti o podpore z fondov EÚ a tým zlepšenie povedomia verejnosti o výhodách členstva Slovenska v EÚ.</li> <li>• Jednoduchšia komunikácia na základe spoločných prvkov prispeje k väčšej rozpoznateľnosti podpory z fondov EÚ. Pomáha tomu na európskej úrovni jednotné označovanie <i>Financovaný z EÚ</i> a na domácej úrovni 1 Program Slovensko namiesto 6 operačných programov s 1 komunikačnou stratégiou.</li> <li>• Väčšia dostupnosť informácií pre prijímateľov, transparentnejšie prostredie a dostupnosť pomoci pri získavaní podpory z fondov EÚ (Regionálne centrá) môžu zlepšiť vnímanie eurofondov.</li> <li>• Poučenie zo slabých stránok z PO 2014-2020 a koordinácia komunikácie v Pracovnej skupine pre informovanie a komunikáciu v programovom období 2021-2027 (ďalej aj pracovná skupina).</li> <li>• Možnosť využitia širokej škály komunikačných nástrojov.</li> </ul>
<p><b>Slabé stránky</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administratívna náročnosť procesov vnútorného prostredia štátnej správy nenapomáha flexibilitu pri zabezpečení komunikácie.</li> </ul>	<p><b>Ohrozenia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nárast negatívneho vnímania EÚ (nedôvera, imidž).</li> <li>• Zhoršujúca sa nálada spoločnosti s presahmi do komunikácie</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>Náročnosť procesov verejného obstarávania nenapomáha flexibilitu pri nasadení komunikačných nástrojov.</li> </ul>	<p>(dezinformácie, populizmus a i.).</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nezáujem cieľových skupín.</li> <li>Pozastavenie čerpania fondov EÚ, problémy pri čerpaní či netransparentnosť môžu mať negatívny dopad na vnímanie finančnej podpory z EÚ.</li> <li>Nefungujúca komunikácia, z ktorej nie je jasné, kto hovorí a čo hovorí.</li> </ul>
--	---

## 4 ➤ Partneri spolupracujúci pri príprave a implementácii komunikačnej stratégie

### Európska komisia

Pomáha formovať celkovú stratégiu EÚ, navrhuje nové právne predpisy a politiky EÚ, monitoruje ich vykonávanie a spravuje rozpočet. Vydáva tiež publikácie, ktoré poskytujú praktickú pomoc pre komunikátorov, napríklad:

- Informovanie o politike a súdržnosti v rokoch 2021-2027<sup>1</sup>
- Support Kit for Visibility<sup>2</sup>
- Communicating Operations of Strategic Importance in 2021-2027<sup>3</sup>
- Communication, Monitoring, Evaluation: Tips & Tools.<sup>4</sup>

Zastúpenie Európskej komisie v Slovenskej republike je súčasťou tlačového a komunikačného servisu Európskej komisie, popularizuje víziu a ciele EÚ na Slovensku a je členom pracovnej skupiny.

### Kancelária Európskeho parlamentu

Informuje občanov o činnosti a význame Európskeho parlamentu a spolupracuje s občanmi, zainteresovanými partnermi a médiami. Má zastúpenie v pracovnej skupine za účelom zosúladenia aktivít zameraných na podporu povedomia občanov o podpore z fondov EÚ a o prínose EÚ pre občanov.

### Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR (MIRRI SR)

MIRRI SR je riadiacim orgánom pre Program Slovensko. V spolupráci so sprostredkovateľskými

<sup>1</sup> K dispozícii na <https://www.eurofondy.gov.sk/program-slovensko/pracovna-skupina-pre-informovanie-a-komunikaciu-po-2021-27/index.html>

<sup>2</sup> Tamtiež.

<sup>3</sup> K dispozícii na [https://ec.europa.eu/regional\\_policy/policy/communication/how-to-communicate\\_en](https://ec.europa.eu/regional_policy/policy/communication/how-to-communicate_en)

<sup>4</sup> Tamtiež.



orgánmi a partnermi zabezpečuje a realizuje informovanie a viditeľnosť v programovom období 2021 – 2027. Aktivity MIRRI SR v oblasti komunikácie realizuje odbor komunikácie. MIRRI SR vymenovalo národného komunikačného koordinátora, komunikačného úradníka pre Program Slovensko a komunikačného úradníka pre programy cezhraničnej spolupráce.

**Národný komunikačný koordinátor** koordinuje informačné a komunikačné činnosti týkajúce sa jedného alebo viacerých fondov a informuje EK. Zodpovedá za koordináciu Pracovnej skupiny pre informovanie a komunikáciu v programovom období 2021-27, za vytvorenie a údržbu webového sídla eurofondy.gov.sk a za poskytovanie prehľadu o komunikačných opatreniach vykonávaných na úrovni SR. Podľa potreby, minimálne však dvakrát ročne, zvoláva zasadnutie pracovnej skupiny, navrhuje program a vedie zasadnutia pracovnej skupiny. Zúčastňuje sa stretnutí európskej siete národných komunikačných koordinátorov a komunikačných úradníkov, na ktorých prezentuje aktivity a výsledky v rámci informovania a komunikácie.

**Komunikačný úradník pre Program Slovensko** zabezpečuje komunikáciu a informovanosť cieľov Programu Slovensko. Súčasne koordinuje činnosti v oblasti informovania a zviditeľnenia tak, aby nedochádzalo k prelínaniu marketingových aktivít a za týmto účelom spolupracuje so sprostredkovateľskými orgánmi na vytvorení ročného komunikačného plánu.

## Sprostredkovateľské orgány

Kľúčovými partnermi v komunikácii Programu Slovensko sú sprostredkovateľské orgány:

- Úrad vlády SR - Úrad splnomocnenca vlády SR pre rómske komunity
- Ministerstvo dopravy SR
- Ministerstvo hospodárstva SR
- Ministerstvo životného prostredia SR
- Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu SR
- Ministerstvo práce, sociálnych vecí a rodiny SR
- Ministerstvo vnútra SR
- Ministerstvo zdravotníctva SR
- Slovenská inovačná a energetická agentúra
- Úrad pre verejné obstarávanie

Činnosti sprostredkovateľských orgánov v oblasti komunikácie Programu Slovensko<sup>1</sup>:

- **usmerňovanie žiadateľov a prijímateľov** v rozsahu poverenia podľa zmluvy o poverení na vykonávanie častí úloh riadiaceho orgánu sprostredkovateľským orgánom a o zodpovednostiach súvisiacich s týmto poverením,
- **zabezpečenie viditeľnosti k projektom za zverené oblasti** v súlade s prílohou IX nariadenia o spoločných ustanoveniach<sup>2</sup>,

---

<sup>1</sup> Činnosti a povinnosti sprostredkovateľských orgánov v rámci komunikácie Programu Slovensko uvádzajú zmluvy o delegovaní medzi riadiacimi a sprostredkovateľskými orgánmi.

<sup>2</sup> Príloha IX Nariadenia o spoločných ustanoveniach opisuje použitie a uvádzanie znaku EÚ. K dispozícii na <https://www.eurofondy.gov.sk/program-slovensko/pracovna-skupina-pre-informovanie-a-komunikaciu-po-2021-27/index.html>

- **príprava ročného komunikačného plánu za oblasti v gescii sprostredkovateľského orgánu** v súlade s komunikačnou stratégiou Programu Slovensko,
- **vedenie evidencie medializovaných** káuz, sťažností, odvolaní, podnetov a informovanie o ich riešení na základe vyžiadania riadiacim orgánom,
- **poskytovanie informácií o možnostiach podpory** za zverené oblasti,
- **poskytovanie súčinnosti Regionálnym centrá**m Ministerstva investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR, Radám partnerstva a Kooperáčnym radám udržateľného mestského rozvoja,

Partnerstvo v praxi:

- Koordinácia aktivít na národnej úrovni je zabezpečovaná v rámci činnosti Pracovnej skupiny.
- Komunikačné aktivity Programu Slovensko koordinuje Komunikačný úradník pre Program Slovensko.
- Sprostredkovateľské orgány predkladajú Komunikačnému úradníkovi Programu Slovensko návrhy vstupov do ročného komunikačného plánu za oblasti v ich gescii.
- Členovia pracovnej skupiny zastupujúci sprostredkovateľské orgány predkladajú predsedovi Pracovnej skupiny na zasadnutie Pracovnej skupiny priebežnú informáciu o plánovaných a realizovaných komunikačných aktivitách.
- Spolupráca medzi riadiacim orgánom a sprostredkovateľskými orgánmi je vítaná, môže mať napr. podobu spoločných komunikačných aktivít (informačné kampane, konferencie, podujatia, publikácie,...) či zdieľania kampaní, podkladov a príkladov dobrej praxe.
- Reklamné kampane realizované sprostredkovateľskými orgánmi za oblasti v ich gescii sú konzultované s komunikačným úradníkom pre Program Slovensko ešte v prípravnej fáze, napr. na úrovni storyboardu. Komunikačný úradník posúdi najmä súlad s komunikačnou stratégiou a uvedenie povinných prvkov - informácia o financovaní Európskou úniou.

## **Regionálne centrá**

Zabezpečujú informovanosť o výzvach a možnostiach podpory z fondov EÚ na regionálnej úrovni. Poskytujú komplexné informácie verejnosti a podporu a odborné poradenstvo potencionálnym žiadateľom a prijímateľom na jednom mieste a realizujú informačné aktivity (kampane, konferencie, eventy) v regiónoch. Spolupracujú s inými ústrednými orgánmi štátnej správy vo vzťahu k sociálno-ekonomickým partnerom v danom území a plnia funkciu informačného bodu vo vzťahu k relevantným aktivitám z oblasti regionálneho rozvoja v danom území.

## **Pracovná skupina pre informovanie a komunikáciu pre programové obdobie 2021-2027**

Hlavnou platformou pre spoluprácu medzi riadiacim orgánom, sprostredkovateľskými orgánmi, zastúpením Európskej komisie a styčnej kancelárie Európskeho parlamentu, ako aj

ďalšími vzdelávacími inštitúciami a hospodárskymi a sociálnymi partnermi<sup>3</sup> v súlade s čl. 48 a čl. 8 ods. 1 Nariadenia Európskeho parlamentu a Rady EÚ č. 2021/1060 z 24. 6. 2021 je **Pracovná skupina pre informovanie a komunikáciu pre programové obdobie 2021 – 2027**.

Hlavným cieľom pracovnej skupiny je spolupráca pri realizovaní komunikačných aktivít tak, aby došlo k efektívnemu nasadzovaniu informačných kampaní a efektívnemu vynaloženiu finančných a ľudských zdrojov. Podľa potreby členovia pracovnej skupiny spolupracujú pri tvorbe informačných kampaní, organizovaní spoločných podujatí alebo v iných komunikačných aktivitách.

Komunikačné aktivity na národnej úrovni sú koordinované tak, aby nedochádzalo k prelínaniu komunikačných kampaní, ale naopak, k vzájomnej synergii všetkých subjektov a aby sa informácie dostali včas do všetkých regiónov Slovenska v spolupráci s hospodárskymi a sociálnymi partnermi zastúpenými v pracovnej skupine ku všetkým cieľovým skupinám.

## 5 ➤ Ciele komunikácie

Hlavným cieľom komunikácie je **pozitívne vnímanie podpory Európskej únie** a tým aj **výhod členstva Slovenska v Európskej únii**.

Špecifické ciele komunikácie, ktoré prispievajú k naplneniu hlavného cieľa:

- zvyšovanie povedomia verejnosti o podpore z fondov EÚ, napríklad:
  - komunikovaním cieľov Programu Slovensko,
  - komunikovaním dosiahnutých výsledkov,
  - komunikovaním úspešných projektov – pozitívnych príkladov,
  - modifikáciou posolstiev a foriem komunikácie vzhľadom na cieľové skupiny,
  - zabezpečením dostupnosti informácií aj ľuďom so zdravotným znevýhodnením,
  - tvorbou fungujúcich, atraktívnych a kreatívnych kampaní a komunikácie, ktorá nebude len „povinnou jazdou“, ale ktorá zlepší v cieľovej skupine dojem z využívania fondov EÚ,
  - využívaním jednotných prvkov v kampaniach, vďaka ktorým sa zvýši poznateľnosť komunikácie o podpore z fondov EÚ (napr. typ písma, farba, záverečný packshot vo videu, audio prvok, ...)
- zvyšovanie povedomia o možnostiach podpory z fondov EÚ, napríklad:
  - informovaním o výzvach aj so zameraním na konkrétne cieľové skupiny prijímateľov,
  - poskytovaním včasných a komplexných informácií o možnostiach podpory,
  - informovaním a poradenstvom v regionálnych centrách,
  - motiváciou žiadateľov k predkladaniu žiadostí o finančný príspevok,
  - dostupnosťou informácií o možnostiach podpory,
- zvyšovanie povedomia o výhodách pomoci z fondov EÚ a členstva Slovenska v EÚ, napríklad:
  - zameraním sa na zlepšenie kvality života občanov vďaka konkrétnemu projektu

---

<sup>3</sup> Zoznam členov pracovnej skupiny je uvedený v štatúte pracovnej skupiny – k dispozícii na <https://www.eurofondy.gov.sk/program-slovensko/pracovna-skupina-pre-informovanie-a-komunikaciu-po-2021-27/index.html>

- či všeobecne vďaka cieľom Programu Slovensko,
  - zdôrazňovaním úlohy EÚ a členstva Slovenska v EÚ,
  - informovaním o cieľoch, výzvach či projektoch realizovaných vďaka podpore z EÚ relevantných pre špecifickú cieľovú skupinu (napr. z cieľa Zelenšia Európa pre sympatizantov ekológie a čistého životného prostredia)
  - informovaním o konkrétnych projektoch realizovaných vďaka podpore z EÚ v mieste bydliska s dôrazom na zlepšenie kvality života občanov,
- zlepšovanie vnímania fondov EÚ, napríklad:
  - informovaním o opatreniach, vďaka ktorým sú fondy EÚ a ich využívanie jednoduchšie a transparentnejšie,
  - poskytovaním podpory žiadateľom a príjemcom,
  - informovaním o pozitívnych skúsenostiach žiadateľov o finančný príspevok.

Kvantitatívnym vyjadrením cieľa je:

- zvýšenie povedomia verejnosti o podpore z fondov EÚ,
- zlepšenie vnímania fondov EÚ,
- zvýšenie vnímania prínosu členstva Slovenska v EÚ

určené na základe výsledkov kvantitatívneho prieskumu verejnej mienky, ktorý je plánovaný raz ročne.

Tabuľka 3: Ciele komunikácie

<i>Ukazovateľ</i>	<i>Východisková hodnota (2022)<sup>1</sup></i>	<i>Plánovaná hodnota (2029)</i>
Miera informovanosti o finančnej podpore z EÚ	80 %	82%
Miera informovanosti o konkrétnych projektoch financovaných zo zdrojov EÚ v mieste bydliska	48%	55%
Vnímanie transparentnosti prideľovania prostriedkov z fondov EÚ	Výrazne transparentné 9% Výrazne netransparentné 46%	Výrazne transparentné 20% Výrazne netransparentné 35%
Vnímanie administratívnej náročnosti žiadania o financie z fondov EÚ	Veľmi náročný 44%	Veľmi náročný 30%
Členstvo v EÚ je pre Slovensko prínosom	70%	75%
Členstvo v EÚ je dobrá vec	44%	50%

<sup>1</sup> Východisková hodnota v prvých štyroch ukazovateľoch stanovená na základe prieskumu Štrukturálne fondy EÚ: Znalosť podpory pre regióny a mestá. Výsledky prieskumu. Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR, máj 2022 a v posledných dvoch ukazovateľoch na základe prieskumu Eurobarometer, zdroj: <https://euractiv.sk/section/buducnost-eu/news/v-com-sa-lisime-od-europy-viac-nam-zalezi-na-polnohospodarstve-podporu-ukrajiny-tahaju-mladi/>

.....

*Hlavným cieľom komunikácie je  
pozitívne vnímanie podpory Európskej únie  
a tým aj výhod členstva Slovenska v Európskej únii.*

.....

## 6 ➤ Komunikačná stratégia

Základom stratégie komunikácie Programu Slovensko je **zdôrazňovanie pozitívnych prínosov**, ktoré prináša realizácia projektov vďaka podpore z fondov EÚ a vďaka členstvu Slovenska v EÚ.

### Prečo komunikujeme

Hovoriť o Programe Slovensko je:

- **nielen naša povinnosť** vyplývajúca z nariadení a dokumentov,
- **nielen zodpovednosť** ako profesionálnych komunikátorov,
- **ale najmä príležitosť** meniť vnímanie fondov EÚ a členstva Slovenska v EÚ, príležitosť byť lídrom v komunikácii tém budúcnosti našej krajiny a lepšieho Slovenska. V širšej perspektíve tak prispieť pozitívnym posolstvom k tvoreniu spoločnosti, ktorá si ctí európske hodnoty demokracie, solidarity a spolupráce.

### Ako komunikujeme

- **Ústretovo**  
Ľudia na prvom mieste. Dôraz kladieme na to, ako zlepšiť projekt životnú úroveň občanov, aký benefit prináša pre ľudí, pre krajinu.  
Zrozumiteľne. Ak chceme zlepšiť vnímanie fondov EÚ od byrokratického netransparentného nástroja k prostriedku pomoci regiónom, potom ani komunikácia nemôže byť plná byrokratických pojmov. Môže to znamenať jednoduchší a zrozumiteľný jazyk, či používanie „skratiek“.

Príklady:

V 20-sekundovom spote nahradíme slovné spojenie *konkurencieschopnejšie a inovatívnejšie Slovensko* pojmom *modernejšie Slovensko*.

V kampani nevyužívame slovné spojenie „dobrý plán pre Slovensko“, lebo okrem podpory z fondov EÚ využíva naša krajina aj prostriedky z Plánu obnovy a odolnosti a chceme zabezpečiť, aby verejnosť

vnímala rozdiely medzi týmito finančnými mechanizmami EÚ.

- **Flexibilne**

najmä čo sa týka cieľovej skupiny, formy média, tém či časového hľadiska.

Príklady:

V roku 2023 má význam usporiadať sériu konferencií v regiónoch pre primátorov, starostov a regionálnych aktérov s cieľom predstavenia výziev Programu Slovensko a činnosti regionálnych centier, pretože sa výzvy práve vyhlasujú.

Modifikácia TV spotu na nasadenie online nemusí znamenať jeho skrátenie, ale aj použitie inej verzie časti spotu podľa cieľovej skupiny.

Prídanie titulkov do videa na zabezpečenie informovanosti pre zdravotne znevýhodnených obyvateľov. Podobne sa môže komunikačné posolstvo či termín uverejnenia úspešného projektu prispôbiť ročnému obdobiu alebo trendom, ktorými žije spoločnosť.

- **Jednotne**

Cieľom nie je unifikácia, ale zvýšenie rozpoznateľnosti komunikácie témy podpory z fondov EÚ.

Príklady:

Použitie podobného „wordingu“, teda textového znenia kampaní. Ak uzatvárame posolstvo všeobecnej kampane „*Spoločne tvoríme lepšie Slovensko*“, môže sprostredkovateľský orgán vo svojej kampani na tému školstva uviesť slogan: „*Spoločne tvoríme šikovnejšie Slovensko.*“

Použitie rovnakého záverečného packshotu vo video spotoch.

Uvádzanie povinného prvku v každom výstupe – znaku EÚ a znenia „Financovaný Európskou úniou“.

Použitie grafických prvkov definovaných v dizajn manuále<sup>1</sup> Programu Slovensko.

- **Zmysluplne**

znamená, že skúmame, aké máme možnosti a čo je relevantné pre cieľovú skupinu, ku ktorej hovoríme.

Znamená to, že zvolené posolstvo dáva zmysel že komunikácia funguje, teda divák, poslucháč, čitateľ porozumie, čo sme mu chceli povedať.

Príkladom je „skúška správnosti“ posolstva zo strany diváka (podobne poslucháča/čitateľa):

1. Týka sa ma to? Budem si po pozretí spotu myslieť, že sa niečo pre mňa zlepšilo?
2. Viem, kto na mňa hovorí? Po spote s novými vlakovými súpravami môže byť odpoveďou, že ide o eurofondy alebo Európsku úniu, ale odpoveď by nemala byť, že ide o železničnú spoločnosť.
3. Viem, že tento projekt je vďaka tomu, že Slovensko je v Európskej únii?

- **Aktívne**

Komunikácia Programu Slovensko sa nedeje, tvoríme ju.

## Cieľové skupiny

Komunikačné aktivity sú zamerané na viaceré cieľové skupiny:

- **široká verejnosť** (obyvatelia Slovenska s cieľom pozitívneho vnímania podpory z fondov EÚ pre našu krajinu)
- **špecifické cieľové skupiny**, pre ktoré je komunikácia relevantná určené napríklad

---

<sup>1</sup> Dizajn manuál je k dispozícii na <https://www.eurofondy.gov.sk/program-slovensko/pracovna-skupina-pre-informovanie-a-komunikaciu-po-2021-27/index.html>

podľa veku (ekonomicky aktívni obyvatelia, stredoškooláci, mladí ľudia vo veku 15-30 rokov,...), lokality (obyvatelia Trnavského kraja), témy (podnikatelia, orgány verejnej moci, regionálni aktéri, rodičia, cyklisti, sympatizanti ochrany životného prostredia,...)

- **partneri a odborná verejnosť** (ministerstvá, orgány štátnej správy, samosprávy, odborné organizácie, akademické prostredie, podnikateľský sektor, neziskové organizácie, záujmové združenia, ...)
- **médiá**
- **oprávnení a potenciálni prijímatelia podpory z fondov EÚ** (napríklad zvýšenie informovanosti o pripravovaných výzvach, možnostiach podpory či poradenstva, informovanie o procesoch implementácie pre úspešnú realizáciu projektov,...)
- **znevýhodnení obyvatelia** s cieľom zabezpečenia informovanosti

## Komunikačné nástroje

- **Webové sídlo [www.eurofondy.gov.sk](http://www.eurofondy.gov.sk)**  
Jednotný webový portál zabezpečuje prístup ku webovým stránkam všetkých programov programového obdobia 2021-2027 a je zároveň aj webovým sídlom Programu Slovensko. Obsahuje/bude obsahovať aktuality (dôležité novinky), zoznam vyhlásených a plánovaných výziev, zoznam operácií strategického významu, príklady úspešných projektov, kontakty na regionálne centrá. Slúži aj pre mediálne kampane či propagačné aktivity.
- **Komunikácia s médiami** - tlačové správy, tlačové konferencie, diskusie, rozhovory, media tripy, novinárske raňajky a iné formy spolupráce s médiami.
- **Sociálne médiá** - uverejňovanie videí, infografík, obrázkov a textu, propagácia aktualít, nových výziev, úspešných projektov, kampaní, výsledkov.
- **Online nástroje** – blog, vlog, natívna reklama a iné
- **Mediálne komunikačné kampane** zamerané na širokú verejnosť využívajúce spoty v televízii, online či rozhlase, online reklama, PR články online a v printe a iné.
- **Podujatia, konferencie, semináre** – informujú o možnostiach využitia zdrojov EÚ, úspešných projektoch, činnosti regionálnych centier, atď. Môžu mať podobu spoločného podujatia, napr. s Európskou komisiou či Európskym parlamentom (Deň Európy) alebo partnermi.
- **Priame komunikačné nástroje** - konzultácie osobné, písomné, telefonické, povinnosti vyplývajúce zo zákona o slobodnom prístupe k informáciám.
- **Direct marketing** zameraný na špecifické cieľové skupiny, napríklad emailový newsletter pre klientov regionálnych centier.
- **Informačné publikácie**, napríklad časopis *Lepšie Slovensko*, brožúra *Tvoríme lepšie Slovensko* – informácie pre žiadateľov, brožúra úspešných projektov a iné.
- **Propagačné materiály** (rollupy, letáky, plagáty, reklamné predmety, ...)
- **Vzdelávacie aktivity a súťaže** zamerané na špeciálne cieľové skupiny, napríklad online kvíz, workshopy, stáže, žiacke a študentské súťaže, fotosúťaže, výstavy a iné.
- **Komunikačné aktivity realizované prijímateľmi**, resp. v spolupráci s prijímateľmi. Realizujú povinnú publicitu s cieľom informovať verejnosť, že konkrétny projekt je (spolu)financovaný Európskou úniou. Využívajú nástroje ako uverejnenie opisu projektu, jeho cieľa, finančnej podpory zo strany EÚ na webe prijímateľa, inštalácia

pútača, inštalácia tabule alebo digitálnej formy na obrazovke napr. vo vstupnej chodbe budovy, inštalácia plagátu a iné.

### **Komunikačné nástroje pre osoby so zdravotným postihnutím**

Je žiadúce, aby komunikácia Programu Slovensko bola inkluzívna a zahŕňala aj nástroje pre ľudí so zdravotným postihnutím, napr. pre zrakovo postihnuté osoby môže ísť o audio prenos vo forme rádio spotu či voice-overa vo videu, pre sluchovo postihnuté osoby to môžu byť nástroje využívajúce vizuálny prenos ako videá s titulkami, pre osoby s telesným postihnutím to môže byť bezbariérový prístup na podujatia.

### **Ročný komunikačný plán**

Je vyjadrením plánovania realizácie komunikačnej stratégie po dobu jedného roka, preto je s ňou v súlade. Zachytáva komunikačné aktivity, cieľové skupiny, nástroje, trvanie aktivít a rozpočet v danom roku.

Ročný komunikačný plán obsahuje analýzu východiskovej situácie v oblasti informovania a komunikácie. Jeho súčasťou je aj **vyhodnotenie aktivít** za posledný rok vrátane vyhodnotenia dosiahnutých merateľných ukazovateľov. Na základe výsledkov komunikačných aktivít a prieskumu verejnej mienky bude možné prispôbiť komunikačné aktivity pre ďalšie obdobie tak, aby boli napĺňané ciele komunikácie.

Kľúčovou časťou ročného komunikačného plánu sú **plánované informačné a propagačné aktivity**, harmonogram ich realizácie v mesačnom alebo štvrťročnom členení, finančné krytie, ako aj stanovenie relevantných monitorovacích indikátorov v danom roku.

Každý sprostredkovateľský orgán pripraví návrh podkladu do spoločného ročného komunikačného plánu za oblasť v jeho gescii, ktorý obsahuje vyhodnotenie komunikačných aktivít za uplynulý rok a prehľad plánovaných komunikačných aktivít na aktuálny rok a prvé dva mesiace nasledujúceho roka (napr. prehľad plánovaných aktivít na rok 2024 bude rozšírený o január a február 2025). Tento návrh odošle sprostredkovateľský orgán komunikačnému úradníkovi pre Program Slovensko do 15. januára daného roka (pre rok 2023 do 31. mája). Komunikačný úradník následne skординuje aktivity a spracuje ročný komunikačný plán pre celý Program Slovensko.

Z povinnosti predkladať vstup do ročného komunikačného plánu je vyňatý Úrad pre verejné obstarávanie, nakoľko nedisponuje zdrojmi na publicitu.

.....

*Základom komunikačnej stratégie je zdôrazňovanie pozitívnych prínosov – projektov, podpory z fondov EÚ či členstva Slovenska v EÚ.*

.....



## 7 ➤ Finančná alokácia na komunikáciu

Celkový plánovaný rozpočet na publicitu v programovom období 2021-2027 je 30 000 000 EUR.

## 8 ➤ Časový harmonogram realizácie hlavných plánovaných komunikačných aktivít

Tabuľka 4: Harmonogram hlavných komunikačných aktivít

Rok	Hlavné plánované aktivity
2022	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kvantitatívny prieskum verejnej mienky – znalosť podpory z fondov EÚ na reprezentatívnej vzorke obyvateľstva SR</li><li>• Predstavenie Programu Slovensko - konferencia pri príležitosti schválenia Programu Slovensko</li><li>• Spustenie jednotného webového sídla - webstránky eurofondy.gov.sk</li><li>• Komunikácia o zriadených regionálnych centrách</li></ul>
2023	<ul style="list-style-type: none"><li>• Iniciačná mediálna kampaň na vytvorenie povedomia o Programe Slovensko</li><li>• Online kampane k jednotlivým cieľom Programu Slovensko</li><li>• Komunikácia o pripravovaných a vyhlásených výzvach z Programu Slovensko</li><li>• Regionálne stretnutia o príležitostiach, ktoré predstavujú výzvy z Programu Slovenska v krajských mestách za účasti primátorov, starostov a regionálnych aktérov</li><li>• Mediálna kampaň zameraná na oblasti podpory a možnosti čerpania fondov EÚ</li><li>• Vydávanie časopisu Lepšie Slovensko – informovanie o Programe Slovensko a regionálnych centrách</li><li>• Kvantitatívny prieskum verejnej mienky</li></ul>
2024	<ul style="list-style-type: none"><li>• Komunikácia o pripravovaných a vyhlásených výzvach z Programu Slovensko</li><li>• Komunikácia úspešných projektov</li><li>• Komunikácia dosiahnutých výsledkov</li><li>• Kvantitatívny prieskum verejnej mienky</li></ul>
2025	<ul style="list-style-type: none"><li>• Komunikácia úspešných projektov</li><li>• Komunikácia dosiahnutých výsledkov</li><li>• Kvantitatívny prieskum verejnej mienky</li></ul>
2026	<ul style="list-style-type: none"><li>• Komunikácia úspešných projektov</li><li>• Komunikácia dosiahnutých výsledkov</li><li>• Kvantitatívny prieskum verejnej mienky</li></ul>
2027	<ul style="list-style-type: none"><li>• Komunikácia úspešných projektov</li><li>• Komunikácia dosiahnutých výsledkov</li><li>• Kvantitatívny prieskum verejnej mienky</li></ul>

2028	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komunikácia úspešných projektov</li> <li>• Komunikácia dosiahnutých výsledkov</li> <li>• Kvantitatívny prieskum verejnej mienky</li> </ul>
2029	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Komunikácia úspešných projektov</li> <li>• Komunikácia dosiahnutých výsledkov</li> <li>• Kvantitatívny prieskum verejnej mienky</li> <li>• Celkové zhodnotenie prínosov Programu Slovensko</li> </ul>

Tabuľka 5: Časový harmonogram konkrétnych aktivít

Aktivita	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Informačné akcie/ BTL kampane									
Prednášky / konferencie/eventy v regiónoch	-	x	x	x	x	x	x	x	x
Workshopy/semináre / vzdelávacie aktivity s cieľovými skupinami	-	x	x	x	x	x	x	x	x
Ostatné podujatia	-	x	x	x	x	x	x	x	x
Mediálna ATL kampaň									
Zameraná na komunikáciu možností a dobrej praxe čerpania fondov	-	x	x	x	x	x	x	-	-
Internet									
Informácie zverejňované na: eurofondy.gov.sk	-	x	x	x	x	x	x	x	x
Kampane v online priestore a na sociálnych sieťach	-	x	x	x	x	x	x	x	x
PR									
Tlačové správy, tlačové konferencie	-	x	x	x	x	x	x	x	x
Prílohy odborných publikácií	-	-	x	x	x	x	x	x	x
Odborné a informačné publikácie, letáky	-	x	x	x	x	x	x	x	x
Propagačné predmety	-	-	x	x	x	x	x	x	x
Priama komunikácia	-	x	x	x	x	x	x	x	x

## 9 ► Monitorovanie a hodnotenie

Hodnotenia napĺňania cieľov komunikácie sa bude vykonávať prieskumami:

- a) Prieskumy verejnej mienky – kvantitatívne a kvalitatívne
- b) Prieskumy názorov odbornej verejnosti

Tabuľka 6: Prieskumy

	<i>Prieskumy verejnej mienky</i>	<i>Prieskum názorov odbornej verejnosti</i>
Respondenti	Široká verejnosť – stratifikované sociálne vzorky obyvateľov SR	Osoby podieľajúce sa na príprave a realizácii projektov
Zameranie prieskumu	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Povedomie verejnosti o podpore z fondov EÚ.</li> <li>• Vnímanie fondov EÚ.</li> <li>• Vnímanie prínosu členstva Slovenska v EÚ.</li> </ul>	Vnímanie: <ul style="list-style-type: none"> <li>• administratívnej náročnosti Programu Slovensko</li> <li>• zrozumiteľnosti riadiacej dokumentácie Programu Slovensko</li> <li>• rozdielov systému implementácie Plánu obnovy a odolnosti a Programu Slovensko</li> </ul>
Cieľ prieskumu	Identifikovať posun vnímania fondov EÚ a výhod členstva Slovenska v EÚ.	Reflexia skúseností s implementáciou, realizáciou projektov Programu Slovensko, identifikovanie návrhov znižovania administratívnej náročnosti. Vytvorenie akčného plánu prijatých opatrení na znižovanie administratívnej náročnosti.
Frekvencia realizácie	Raz ročne	<ul style="list-style-type: none"> <li>• prvý polrok 2024 a</li> <li>• prvý polrok 2027, tak aby bolo možné využiť výstupy a návrhy</li> </ul>
Spôsob realizácie	Externe. Prieskum zadáva MIRRI SR ako riadiaci orgán.	Interne (analytický útvar RO pre Program Slovensko)

### Ukazovatele výstupov

Tabuľka 7: Ukazovatele a hodnotiace kritériá

<i>Hodnotiace kritérium</i>	<i>Merateľný ukazovateľ</i>	<i>Definícia spôsobu výpočtu</i>	<i>Metóda zistenia</i>
Úroveň celkovej informovanosti verejnosti	Miera informovanosti o možnostiach podpory z Programu Slovensko	Hodnota percentuálnej znalosti podpory projektov z fondov EÚ na reprezentatívnej vzorke obyvateľstva SR	prieskum verejnej mienky
Zrealizované informačné kampane	Počet kampaní, v rámci nich čiastkové	Celkový kumulatívny počet zrealizovaných	sumarizácia vlastných údajov,

	ukazovatele – počet prehratí TV spotu, audio spotu, zásah videa a pod.	informačných kampaní. Informačná kampaň predstavuje ucelený súbor informačných aktivít.	počet kampaní
Zrealizované online kampane	Návštevnosť webového sídla, počet kampaní, sociálne siete: počet príspevkov, dosah, počet zdieľaní, komentárov, lajkov, počet zhliadnutých videí	Počet online kampaní a ich výkonnosť	analytika webového sídla, analytika sociálnych sietí, meranie kampaní, počet kampaní
Zrealizované informačné aktivity	počet aktivít, v prípade podujatí počet účastníkov	Celkový počet zrealizovaných informačných aktivít	sumarizácia vlastných údajov – počet aktivít, počet účastníkov
Návštevnosť webového sídla	počet zobrazení, počet unikátnych návštev	porovnanie počtu návštev na začiatku a na konci každého roka, pred a po zrealizovaní kampane	analytika webového sídla
Podporné materiály - vydané publikácie, brožúry, letáky	Počet vydaných materiálov a ich náklad	celkový počet vydaných publikácií, brožúr, letákov, newsletterov vrátane ich online verzií	sumarizácia vlastných údajov
zverejnené správy, články, rozhovory, príspevky, inzeráty vo všetkých druhoch médií	Počet zverejnených správ, článkov, rozhovorov, príspevkov, inzerátov riadiacim orgánom alebo sprostredkovateľskými orgánmi	celkový počet zverejnených správ, rozhovorov, príspevkov, inzerátov atď.	sumarizácia vlastných údajov, monitoring médií

## 10 ➤ Administratívne zabezpečenie komunikácie

Za realizáciu komunikačnej stratégie je zodpovedné MIRRI SR, ktoré menuje Národného komunikačného koordinátora a Komunikačného úradníka pre Program Slovensko.

Národný komunikačný koordinátor koordinuje informačné a komunikačné činnosti týkajúce sa jedného alebo viacerých fondov, zodpovedá za koordináciu pracovnej skupiny, za vytvorenie a údržbu webového sídla eurofondy.gov.sk a za poskytovanie prehľadu o komunikačných opatreniach vykonávaných na úrovni SR.

Komunikačný úradník pre Program Slovensko zabezpečuje komunikáciu a informovanosť cieľov Programu Slovensko. Súčasne koordinuje činnosť sprostredkovateľských

orgánov v oblasti informovania a zviditeľnenia.

Kľúčovými partnermi pri zabezpečení komunikácie sú zástupcovia sprostredkovateľských orgánov, ktorí zabezpečujú viditeľnosť projektom za zverené oblasti a pripravujú vstupy do spoločného ročného komunikačného plánu za oblasti v ich gescii.

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

Tabuľka 8: Administratívne zabezpečenie komunikácie Programu Slovensko<sup>1</sup>

<i>Inštitúcia</i>	<i>Kontaktná osoba pre oblasť komunikácie Programu Slovensko</i>
Ministerstvo investícií, regionálneho rozvoja a informatizácie SR	Národný komunikačný koordinátor: Andrej Kmeťo andrej.kmeto@mirri.gov.sk  Komunikačný úradník pre Program Slovensko: Alena Ciburová alena.ciburova@mirri.gov.sk  Oddelenie publicity: publicita@mirri.gov.sk
Ministerstvo dopravy SR	Alena Vaškaninová Buchláková alena.vaskaninova@mindop.sk
Ministerstvo životného prostredia SR	Katarína Mlyneková katarina.mlynekova@enviro.gov.sk
Ministerstvo práce, sociálnych vecí a rodiny SR	Katarína Danielis katarina.danielis@employment.gov.sk
Ministerstvo hospodárstva SR	Monika Čemanová monika.cemanova@mhsr.sk
Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu SR	Jindřich Staněk jindrich.stanek@minedu.sk
Ministerstvo zdravotníctva SR	Michaela Šamová michaela.samova@health.gov.sk
Ministerstvo vnútra SR	Dávid Bodnár david.bodnar@minv.sk
Úrad vlády SR	Michaela Radčenkova michaela.radcenkova@vlada.gov.sk
Slovenská inovačná a energetická agentúra	Ing. Eva Pružincová eva.pruzincova@siea.gov.sk

<sup>1</sup> Zmena kontaktných osôb nezakladá potrebu zmeny komunikačnej stratégie. Kontaktné osoby budú zmenené pri najbližšej aktualizácii komunikačnej stratégie.

Úrad pre verejné obstarávanie

Ing. Marcela Malatinská  
marcela.malatinska@uvo.gov.sk