

Komunikační strategie Fondů EHP a Norska 2014-2021 v České republice

(verze 2)

(pracovní překlad)

Úvod

Tuto Komunikační strategii předkládá Ministerstvo financí ČR, které působí jako Národní kontaktní místo pro Fondy EHP a Norska v České republice (dále jen „NKM“). NKM je odpovědné za poskytování informací týkající se příspěvku Islandu, Lichtenštejnska a Norska prostřednictvím Fondů EHP a Norska široké veřejnosti, potenciálním příjemcům grantů, zainteresovaným subjektům a partnerům.

Hlavním cílem Komunikační strategie je poskytnout ucelený přístup a návod k publicitě a ke zviditelnění Fondů EHP a Norska ve třetím programovacím období (2014-2021). Tato Komunikační strategie bude sloužit také jako podklad pro přípravu **Komunikačních plánů** jednotlivých programů.

V současné době jsou jednotlivé návrhy programů (tzv. Concept Note) stále v přípravě, není tedy např. možné úplně přesně stanovit cílové skupiny. Tyto však budou přesně definovány v jednotlivých Komunikačních plánech, které budou připraveny po předložení návrhů programů donorům k posouzení. Komunikační strategie bude tedy případně aktualizována dle potřeby na základě schválených programů.

Podkladem pro zpracování Komunikační strategie byla situační analýza minulých období a socio-ekonomická analýza, kterou zpracovala externí marketingová agentura. SWOT analýza je přílohou této Komunikační strategie.

Stručná analýza situace Fondů EHP a Norska 2009-2014

Programové období 2009 - 2014 lze hodnotit jako úspěšné především s ohledem na vysokou míru čerpání prostředků (nad 85 %) a také co se týče kvality projektů v jednotlivých programech (většina projektů byla hodnocena během nezávislých evaluací jako velmi dobré až vynikající).

Problematická byla krátká lhůta mezi vyhlášením výzvy a posledním termínem pro podání žádosti o grant. S ohledem na napjatost termínů je logické, že se zprostředkovatelé a partneři zaměřili zejména na komunikaci vůči potenciálním žadatelům o grant a komunikace ve směru k široké veřejnosti byla lehce upozaděna.

Na druhou stranu jednotliví zprostředkovatelé programů i partneři programů vytvořili množství kvalitních publikačních materiálů, ať už ve formě brožur v papírové a elektronické verzi, videí, fotografií, textů, apod., které je možné využít i v následujícím programovém období, zejména pro komunikaci s širokou veřejností.

NKM vydalo množství článků v celonárodních novinách týkajících se buď celých programů, nebo jednotlivých zajímavých projektů. Několik zprostředkovatelů a partnerů programů také poměrně úspěšně používalo sociální sítě. NKM zorganizovalo velké množství konferencí. Na všech těchto zkušenostech lze stavět i v novém programovém období.

Cíle Fondů EHP a Norska 2014-2021 v oblasti propagace

Obecně se dá říci, že **hlavním cílem je:**

- **Zvýšení povědomí široké veřejnosti o existenci Fondů EHP a Norska 2014 - 2021 v České republice a poskytování informací ohledně cílů, příležitostí, realizaci a dopadů Fondů EHP a Norska, stejně tak zviditelnění spolupráci s donorskými zeměmi - Islandem, Lichtenštejnskem a Norskem.**

Dílčími cíli jsou:

- zvýšení povědomí široké veřejnosti o pozitivním dopadu spolupráce mezi donorskými zeměmi a Českou republikou na sociální a ekonomický rozvoj

- zvýšení povědomí veřejnosti o donorských státech a jejich roli,
- informování odborné a široké veřejnosti o možnosti bilaterální spolupráce mezi Českou republikou a donorskými zeměmi,
- poskytování pozitivních informací široké veřejnosti o programech, jejich dopadech a dosažených výsledcích
- informování potenciálních žadatelů o možnostech financování a bilaterální spolupráci,
- zvýšení zájmu novinářů o Fondy EHP a Norska

Cílové skupiny

Cílových skupin pro komunikaci je vícero a jsou různé pro jednotlivé prioritní oblasti. Jelikož v současné době ještě nejsou finalizována konkrétní zaměření jednotlivých programů, není možné se detailněji vyjádřit k cílovým skupinám potenciálních žadatelů.

Souhrnně lze cílové skupiny rozdělit na odbornou (ve smyslu zkušenosti s veřejným financováním) a laickou veřejnost.

Odborná veřejnost:

- ✓ **zkušení žadatelé** – tedy ti, kteří již mají zkušenost s čerpáním grantů, ať již z Fondů EHP a Norska nebo obdobných. *U nich je důležité se zaměřit zejména na praktické informace, jak žádat o grant, informovat o termínech, aktualitách, o fungování informačního systému pro administrativu žádostí, apod. Komunikace s nimi bude zajištěna především prostřednictvím zprostředkovatelů jednotlivých programů, případně partnerů programů.*
- ✓ **potenciální žadatelé** – jde často o subjekty se zkušenostmi s čerpáním veřejných prostředků, ale nemají zkušenosti přímo s Fondy EHP a Norska. *Těmto žadatelům je třeba poskytnout vysvětlení, co konkrétně Fondy EHP a Norska obnáší, poskytnout příklady úspěšných projektů z různých oborů s cílem identifikace s obdobným projektem, poskytnout sekci “časté otázky a odpovědi”; využívat publicitu v odborných časopisech, na tematicky zaměřených serverech, apod. Komunikace s nimi budou zajišťovat zprostředkovatelé jednotlivých programů, případně partneři programů.*
- ✓ **potenciální žadatelé (noví)** - jde o subjekty, které nemají žádné dřívější zkušenosti s čerpáním veřejných prostředků. Tento typ žadatelů bude osloven specifickým typem komunikačních kanálů (např. sociální média, články v novinách, soutěže, PPC reklama). *Cílem je přivést je na oficiální webové stránky, kde jim budou poskytnuty informace o možnostech Fondů EHP a Norska a příklady podpořených projektů.* Komunikace s touto cílovou skupinou bude zajištěna skrze nástroje NKM a v další fázi prostřednictvím zprostředkovatelů programů nebo programových partnerů.
- ✓ **KFM, zprostředkovatelé programů, koneční příjemci dotací, partneři programů z donorských států, mezinárodních institucí, potenciální partneři z donorských států** - kontakt s nimi bude neustále udržován. *Tato cílová skupina bude informována o aktuálním statusu implementace, především o výzvách, možnostech bilaterální spolupráce, nových pokynech, dosažených výsledcích a výstupech a o nadcházejících relevantních událostech.*

Laická veřejnost je důležitá jak pro plnění cílů programů, tak pro hlavní cíle Fondů EHP a Norska. Kromě toho má laická veřejnost vliv na odbornou veřejnost, z nichž se poté mohou stát „potenciální žadatelé.“ Je to:

- ✓ **široká veřejnost** - v komunikaci s nimi je nutné se zaměřit spíše na vysvětlení, co Fondy EHP a Norska znamenají (rovněž zmínit důvod, proč státy ESVO projekty financují, viz

SWOT analýza); využít odkaz na webové stránky s projekty z minulých programových období. Informace ohledně spolupráce mezi Českou republikou a donorskými státy bude zdůrazněna. Tuto cílovou skupinu bude mít na starosti NKM.

- ✓ **zaměstnanci zprostředkovatelů a partnerů programů** - tzv. komunikace dovnitř; zde platí zásada, komunikovat včas a v dostatečné míře. *Komunikace by měla být formou interních sdělení, pracovních schůzek, telekonferencí, apod. Tuto cílovou skupinu bude mít na starosti NKM.*
- ✓ **soukromé subjekty, které mohou mít nárok na podporu financování.** Jde o velmi specifickou skupinu laické veřejnosti, která obecně nemá zkušenosti s veřejným financováním, kromě toho však také vnímá veřejné finance jako velkou administrativní zátěž. *Komunikace vůči této skupině se bude věnovat NKM, avšak tato jediná skupina laické veřejnosti by měla být oslovována také zprostředkovateli.*

Strategie komunikace Fondů EHP a Norska 2014-2021

Identita a jednotný vizuální styl

Jednotná identita je klíčová. Nová loga a barevná typologie bude dodržována po celou dobu implementace Fondů EHP a Norska. Zásady správného užití budou uplatňovány v souladu s Komunikačním a design manuálem a budou předány i konečným příjemcům souborem instrukcí. Logy budou označovány veškeré informační materiály, články, propagační předměty, prezentace, billboardy, pamětní desky apod.

Současně se bude pro nové období používat jednotný název – **Fondy EHP a Norska** (český ekvivalent pro „EEA and Norway Grants“), případně pro účely propagace jednotlivých programů samostatně Fondy EHP a Norské fondy dle zdroje financování.

Slogan „Working Together for a green, competitive and inclusive Europe“ bude využíván při vhodných příležitostech. V současné době je umístěn na banneru propagujícím Fondy EHP a Norska a na stránce Facebooku. Pro širokou veřejnost bude tento slogan propagován uváděním příkladů - výstupů projektů z programů, které reprezentují tyto 3 aspekty - zelená, konkurenceschopná a inkluzivní.

Klíčové sdělení bude propagace bilaterální spolupráce mezi Českou republikou a donorskými státy a propagace specifických cílů všech programů podporovaných v České republice.

Jednotlivým programům bude dáno doporučení mít, mimo oficiální název dle Memoranda o porozumění, zkrácený název programu (dle seznamu poskytnutých KFM). Jestliže zprostředkovatel programu bude chtít mít jiný zkrácený název programu, slogan nebo označení např. na bannerech, billboardech atd. v průběhu realizace programu, musí být konzistentní s klíčovým sloganem celých Fondů EHP a Norska a také danou problematiku konzultovat s NKM a FMO.

Pravidelná spolupráce s novináři

Novináři jsou oslovováni prostřednictvím Tiskového oddělení Ministerstva financí. Cílem pro nové období Fondů EHP a Norska je užší komunikace s novináři i prostřednictvím kontaktů získaných od zprostředkovatelů programů nebo samotných příjemců grantu. Cílem je získat co největší množství osobních kontaktů.

Tiskové zprávy budou stejně jako do současnosti dále vydávány u příležitosti významných akcí, ale budou dále připravovány i u příležitostí ukončení zajímavých a divácky atraktivních projektů, např. související s turisticky hojně navštěvovanou oblastí nebo známou kulturní památkou. Prostřednictvím tiskových zpráv budou také oslovovány regionální deníky.

Tiskové konference budou z důvodu převážně nízkého zájmu novinářů využívány pouze příležitostně a to tam, kde jde o velmi zajímavé či aktuální téma. Atraktivita akce bude zvýšena volbou zajímavého místa, propojením s kulturní či jinak zajímavou událostí nebo atraktivním hostem. Media kit je samozřejmostí.

Články do tisku – placená inzerce

NKM již v minulém období otisklo řadu článků v celonárodním tisku. Cílem pro nové období je co nejméně placené inzerce, ale naopak co nejlepší spolupráce s novináři. Nicméně některé komunikační nástroje (např. soutěže nebo připravované konference) budou podpořeny i placenou inzercí. Stejně tak bude propagováno vyhlášení výzvy Fondu pro bilaterální vztahy.

Soutěže

Cestovatelská (příp. geocashingová) soutěž – NKM ve spolupráci s Velvyslanectvím Norského království v Praze připraví soutěž, která se bude týkat turisticky zajímavých a atraktivních míst v celé České republice, kde byl realizován projekt podpořený z Fondů EHP a Norska. Uskuteční se v průběhu léta 2018, v období největšího turistického ruchu. Pro publicitu budou využity jak webové a facebookové stránky, tak placená inzerce v novinách a cestovatelských časopisech. Místní aktéři, jakožto municipality nebo EU centra aktivní v daném regionu budou informováni o probíhající soutěži.

Ke sdílení fotografií pořízených během návštěvy míst bude sloužit Instagram. Jako dodatková bude využita **fotografická soutěž**. NKM takto získá i množství zajímavých fotografií (práva k využití budou ošetřena).

Webové stránky

Budou zachovány současné webové stránky www.eeagrants.cz, a také www.norwaygrants.cz. Tyto webové stránky jsou klíčovým nástrojem pro sdílení informací. Mají poměrně dobrou návštěvnost (cca 3 000 osob/měsíc, měřeno leden - duben 2018). V současné době dochází k přepracování vzhledu stránek týkající se především nového programového období (ukončení první části bude hotovo v březnu 2018, další úpravy jsou předpokládány v průběhu roku 2018). Stránky budou zpřehledněny a zjednodušeny tak, aby informace byly snadno k nalezení. V dalších krocích (po schválení návrhů programů) budou přidány ikony a zvukové názvy k programům a přidán rozcestník pro potenciální žadatele (aby se lépe zorientovali, z kterého programu mohou čerpat). Informace budou průběžně aktualizovány.

Na webové stránce bude zdůrazněna možnost registrace emailové adresy k odebírání novinek. Digitální newsletter bude distribuován registrovaným adresám a dalším zainteresovaným subjektům. Vybraný newsletter (např. ohledně vyhlášení výzev) bude zaslán také místním aktérům.

Speciální webová stránka bude věnována také bilaterální spolupráci a poskytne pomoc při navazování partnerství registrací do databáze, která bude připravována v průběhu roku 2018.

Web je určen především odborné veřejnosti, ale po úpravě bude poskytovat i dostatečné informace laické veřejnosti včetně médií. Stránky také dávají přehled o ukončených projektech, včetně fotografií.

Stránky jsou v českém i anglickém jazyce.

Veškeré důležité informace k programům budou umístěny na společném webu www.eeagrants.cz (www.norwaygrants.cz), kde má každý program své vlastní stránky. Zprostředkovatelé si mohou zřídit také webové stránky k programu mimo tyto společné, stránky budou vzájemně propojeny.

Webové stránky respektují požadavky na bezbariérový přístup k webu (Web Content Accessibility Guidelines). Obsahují také ikony proklikem na sociální média.

Facebook a další sociální sítě

Sociální sítě jsou dnes populární a nezbytnou formou komunikace se zainteresovanými subjekty, ačkoliv je tato specifická forma zajímavá jen pro určité skupiny osob. NKM již nyní využívá **Facebook**. Stránky jsou pravidelně aktualizovány a nejméně 1x týdně je zde uveřejněna aktualita. NKM nyní zvažuje využít také placenou formu propagace. Facebook využívá také celá řada zprostředkovatelů programů, partnerů programů a konečných příjemců. Využití Facebooku bude zakotveno v Komunikačních plánech jednotlivých programů a vzájemné označení stránek a sdílení příspěvků bude jednou z klíčových činností v rámci sociálních sítí.

Dalším využívaným nástrojem bude **Instagram**, kde budou pravidelně přidávány fotografie a krátká videa z projektů. NKM bude využívat také hashtag #eeanorwaygrants, tento hashtag již používají NKM v jiných zemích a KFM.

YouTube je velmi populární síť a dobře označený obsah videa nebo prezentace bude snadno k nalezení. NKM bude na YouTube vkládat krátká videa vlastní tvorby pořízená z návštěvy projektů, konferencí a jiných akcí, případně zajímavé rozhory.

Twitter bude NKM používat pro krátká sdělení a zprávy.

Všechna sociální média jsou aktivně využívána NKM. Všechna sociální média obsahují link na oficiální webové stránky.

Významné akce (eventy)

NKM připraví minimálně 3 významné akce v souladu s Přílohou 3 Nařízení.

1. **Podepsání Memorand** v září 2017 již bylo jednou z těchto významných akcí, akce dosáhla velmi dobré publicity (zpráva byla zveřejněna v několika tištěných denících a na internetových zpravodajských denících).
2. **Zahajovací akce** je plánována na podzim 2018, témata zaměření budou prezentována odborně i širší veřejnosti a médiím.
3. **Průběžná akce** bude zaměřena na konkrétnější a aktuální témata. Bude se konat v době, kdy část projektů bude již ukončena a bude možno prezentovat některé výstupy.
4. **Závěrečná konference** bude propagovat výsledky, úspěchy a dopady podpory donorů. Těžištěm publika budou návštěvníci a novináři pozvaní konečnými příjemci grantů a samozřejmě představitelé donorů.

NKM bude dále spolupracovat na dalších významných akcích připravovaných v rámci jednotlivých programů.

Informační materiály a propagační předměty

Informační letáky budou stručně informovat o možnostech financování v novém období a budou rozdávány při příležitosti zahajovacích konferencí, seminářů a jednání.

NKM naváže na řadu **brožurek**, které byly připraveny v minulém období k jednotlivým programům a byly hodnoceny jako velmi pěkné a přínosné. V plánu je vytvořit souhrnnou, ale stručnou, informativní brožurku „Co se podařilo“, která představí nejúspěšnější a vizuálně nejatraktivnější projekty. Brožurka bude v digitální formě prezentována na webových stránkách a na relevantních sociálních sítích.

Propagační předměty budou vytvářeny pouze tam, kde to bude mít smysl a vhodnou spojitost s tématem programu. Jako základ vytvoří NKM propisky, bloky a bannery.

V průběhu implementace Fondů EHP a Norska 2014-2021 NKM zváží možnost využití dalších komunikačních nástrojů, např.:

Reklamní kampaně ve městech

Pronájem inzertních ploch na frekventovaných místech, kampaň lze zaměřit přímo na jednotlivé projekty (pojato regionálně), případně na určité téma, např. v souvislosti se zdravím a podpořenými projekty.

Kampaně v prostředcích městské hromadné dopravy

Je možné využít reklamních ploch v tramvajích a metru k propagaci Fondů EHP a Norska. Využití je možné např. v souvislosti s vyhlášením výzvy Bilaterálního fondu.

PPC kampaně

Placená reklama na webu, kterou může NKM i zprostředkovatelé programů využít k oslovení široké veřejnosti a potenciálních žadatelů.

Koncept kvízů a soutěží

Nad rámec úvodní soutěže, např. o povědomí o ESVO, EHP a EU nebo znalosti o Norsku, Islandu, Lichtenštejnsku.

Spolupráce s Velvyslanectvím Norského království v Praze a zprostředkovateli programů

Komunikační opatření realizovaná NKM se budou vhodně doplňovat s aktivitami Velvyslanectví Norského království v Praze. Velvyslanectví bude také nápomocno při hledání partnerů v Norsku. Stejně tak spolupráce s jednotlivými zprostředkovateli programů. Spolupráce bude posilována pravidelným kontaktem pomocí emailů, sdílení informací na webových stránkách a sociálních sítích a skrz digitální newsletter. NKM vyzve všechny zprostředkovatele programů k informování o nadcházejících akcích a informací týkajících se postupu v každém programu. **Sběr a produkce kvalitních obrazových materiálů z projektů (fotografie a videa) bude podporován.**

V případě nutnosti prodiskutovat aktuální záležitosti bude NKM zorganizováno jednání publicitní skupiny, která zahrnuje zástupce NKM a zprostředkovatele programů. Přizvání budou také zástupci Velvyslanectví Norska v Praze.

Bilaterální spolupráce

Bilaterální spolupráce a Fond pro bilaterální vztahy je propagován mnoha způsoby. Byly vytvořeny speciální webové stránky věnovány čistě bilaterální spolupráci. Výzvy v rámci Fondu pro bilaterální vztahy jsou konzultovány s programovými partnery z donorského státu, kteří jsou nápomocni s vyhledáváním vhodných partnerů, stejně tak s Velvyslanectvím norského království v Praze. Otevřená výzva bude propagována jak na webových stránkách, tak prostřednictvím sociálních médií, článkem v novinách, informace bude také zaslána relevantním subjektům. Informace bude poskytnuta také aktérům na lokální úrovni a relevantním soukromým subjektům.

Aktéři na lokální úrovni

Komunikace vůči aktérům na lokální a regionální úrovni bude zajištěna především prostřednictvím Svazu měst a obcí České republiky. NKM s touto institucí již dlouhodobě spolupracuje. Zástupci Svazu měst a obcí budou přizváni ke všem relevantním událostem a informování o vyhlášených otevřených výzvách.

Vyhodnocení Komunikační strategie

Vyhodnocení jednotlivých komunikačních opatření bude realizováno průběžně, případně ihned po ukončení využití daného komunikačního nástroje. NKM na začátku a také ke konci programovacího období uskuteční průzkum o povědomí Fondů EHP a Norska tak, aby bylo možné vyhodnotit dopad komunikačních nástrojů na povědomí široké veřejnosti o Fondech EHP a Norska.

Souhrn komunikačních nástrojů, jejich využití pro cílové skupiny, časový harmonogram a způsob vyhodnocení poskytuje následující tabulka:

Komunikační nástroje	Cílové skupiny	Cíl	Časový harmonogram*	Způsoby vyhodnocení
Webové stránky	Odborná veřejnost (zkušení žadatelé i potenciální žadatelé), široká veřejnost	Informovat odbornou veřejnost o výzvách, akcích, událostech a výsledcích. Podat základní informace i široké veřejnosti	Průběžně po celou dobu trvání Fondů EHP a Norska	Počet unikátních zobrazení stránek
Články v tisku - placená inzerce	Odborná veřejnost (zkušení žadatelé i potenciální žadatelé), široká veřejnost	Informovat odbornou veřejnost o možnostech získání grantu, zvýšit povědomí široké veřejnosti	Průběžně po celou dobu trvání Fondů EHP a Norska	Počet inzercí v novinách
Cestovatelská soutěž a fotosoutěž	Široká veřejnost	Zvýšit povědomí široké veřejnosti o Fondech EHP a Norska	Léto 2018	Počet registrovaných soutěžících
Tiskové zprávy, tiskové konference	Odborná veřejnost (zkušení i potenciální žadatelé), široká veřejnost včetně novinářů	Pravidelnou spoluprací zvýšit zájem novinářů o Fondy EHP a Norska, informovat potenciální žadatele, zvýšit povědomí široké veřejnosti	Průběžně po celou dobu trvání Fondů EHP a Norska	Monitoring tisku - počet článků, počet novinářů na tiskových konferencích
Facebook, Instagram, YouTube	Odborná veřejnost (příjemci grantů a jejich partneři ze zahraničí), široká veřejnost (pouze u některých programů)	Oslovit širokou veřejnost, ukázat zajímavé výstupy z projektů	Intenzivní využití bude, až budou schváleny první projekty	Počet sledujících, počet sdílení
Twitter	Odborná veřejnost, novináři	Informovat o zajímavých událostech, akcích	Průběžně po celou dobu trvání Fondů EHP a Norska	Počet sledujících, počet retweetů
Zahajovací akce	Odborná veřejnost, široká veřejnost, novináři	Informování potenciálních žadatelů, představení témat veřejnosti i novinářům	Září 2018	Počet účastníků
Průběžná akce	Odborná veřejnost, široká veřejnost, novináři	Ukázání průběžných výsledků, vyzdvižení bilaterální spolupráce, upozornit na zbývající možnosti čerpání	2021-2022	Počet účastníků
Závěrečná konference	Odborná veřejnost, široká veřejnost, novináři	Ukázat výsledky celého období, prezentovat nejzajímavější projekty, výstupy	2024	Počet účastníků
Informační materiály, brožurky	Odborná veřejnost (potenciální žadatelé a jejich partneři), široká veřejnost	Informovat o možnostech získání grantu, vysvětlit pojem Fondy EHP a Norska	Především při zahajovacích konferencích, seminářích, apod.	Počet rozdaných kusů
Reklamní kampaně ve městech, inzerce v MHD	Široká veřejnost	Zvýšit povědomí široké veřejnosti o Fondech EHP a Norska	V druhé polovině programovacího období	Počet kampaní (inzercí)

PPC kampaň	Široká veřejnost	Zvýšit povědomí široké veřejnosti o Fondech EHP a Norska	Kdykoliv v průběhu programovacího období - nejdříve však 2019	Počet kliků
Televizní reklama	Široká veřejnost	Zvýšit povědomí široké veřejnosti o Fondech EHP a Norska - zaměřeno především na kulturní projekty a projekty životního prostředí, případně výzkumu	Cca v polovině programovacího období - jakmile budou ukončeny první zajímavé projekty	Průměrná sledovanost daného pořadu
Soutěže a kvízy	Široká veřejnost	Zvýšit povědomí široké veřejnosti o Fondech EHP a Norska	Kdykoliv v průběhu programovacího období - nejdříve však 2019	Počet registrovaných soutěžících

*termíny jsou orientační, budou se měnit dle aktuální situace

Seznam indikátorů

Indikátor	Jednotky	Výchozí hodnota	Cílová hodnota	Zdroj informací	Termín vyhodnocení
Množství respondentů, kteří již slyšeli o Fondech EHP a Norska a mají ponětí, k čemu slouží	%	14*	30	Dotazníkové šetření o povědomí Fondů EHP a Norska	2024
Počet respondentů, kteří správně odpovědí na otázku, které země přispívají do Fondů EHP a Norska	%	x	40	Dotazníkové šetření o povědomí Fondů EHP a Norska	2024
Pořádané významné akce	počet	1	nejméně 3	Strategická zpráva	2017-2024
Zvýšení návštěvnosti webových stránek	Počet návštěvníků/ za měsíc	3 300	3 900	Google Analytics	Začátek roku 2019
Zvýšení počtu sledujících na Facebooku	Počet sledujících	1 116	2 000	Facebook	06/2018
Brožurky o dosažených výsledcích rozdané na závěrečné konferenci	Počet	x	Minimálně 500 ks	Strategická zpráva	2024
Informační letáky o možnostech čerpání z Fondů EHP a Norska 2014-2021 rozdané při zahajovací konferenci a dalších akcích	Počet	x	Minimálně 300 ks	Strategická zpráva	Podzim 2018

* hodnota z dotazníkového šetření Velvyslanectví Norského království v Praze

Role a zodpovědnost

Za Komunikační strategii Fondů EHP a Norska 2014-2021 je zodpovědné Národní kontaktní místo (Ministerstvo financí ČR).

Kontaktními osobami jsou:

Vedoucí oddělení Centrum pro zahraniční pomoc – příprava a koordinace

Šárka Sovová

Telefon: +420 257 044 565

Email: sarka.sovova@mfcz.cz

Koordinátor publicity – hlavní kontaktní osoba

Radana Dvořáková

Telefon: +420 257 044 576

Email: radana.dvorakova@mfcz.cz

Zastupující koordinátor publicity

Vlastimil Vaněk

Telefon: +420 257 044 593

Email: vlastimil.vanek@mfcz.cz

Správce webu a sociálních sítí

Petra Bašová

Telefon: +420 257 044 372

Email: petra.basova@mfcz.cz

Příloha č. 1

SWOT Analýza

SLABÉ STRÁNKY	SILNÉ STRÁNKY
<p>Část zprostředkovatelů programů je zatím bez zkušeností, což může negativně ovlivnit čerpání prostředků, monitoring projektů i publicitu.</p> <p><i>(opatření na zmírnění dopadů: NKM bude s danými zprostředkovateli intenzivně spolupracovat)</i></p>	<p>NKM i většina zprostředkovatelů programů má již zkušenosti ze dvou dotačních období.</p> <p>Mnozí příjemci grantu již mají zkušenosti s čerpáním grantů i se spoluprací s donorskými partnery</p>
<p>Někteří zprostředkovatelé programů nemají dost zkušené týmy, aby zvládli zabezpečit veškerou komunikaci s programem spojenou, především profesionální marketingové výstupy do tisku.</p> <p><i>(NKM bude spolupracovat na komunikačních aktivitách)</i></p>	<p>Velmi dobrá míra čerpání z Fondů EHP a Norska v minulých obdobích</p>
<p>Současná existující komunikace je směřována téměř výhradně vůči odborné veřejnosti a široká laická veřejnost je informována minimálně (nízká míra znalosti Fondů EHP a Norska).</p> <p><i>(NKM se více zaměří na tuto cílovou skupinu v novém programovacím období, a to především skrze sociální média, soutěže, propagační aktivity, média a kontakt s novináři a také s přístupnými webovými stránkami)</i></p>	<p>Jednotlivá zaměření programů byla diskutována na tzv. stakeholder consultations a tedy vyplývají ze skutečných potřeb v programové oblasti</p>
<p>V tuto chvíli není zcela naplněn cíl donorů, kterým je dobré jméno země donorů (zejm. Norska) v České republice. Norské fondy jsou známy mimo příjemce grantu pouze tam, kde to není příliš žádoucí (Hate Free, Barnevernet).</p> <p><i>(NKM bude šířit dobré jméno Fondů EHP a Norska prostřednictvím všech dostupných kanálů. NKM spolupracuje s tiskovým oddělením Ministerstva financí a v případě negativního útoku na granty bude proaktivně řešit danou situaci co nejdříve a bránit Fondy EHP a Norska)</i></p>	<p>Celková spokojenost příjemců s fungováním systému i s NKM a zprostředkovateli napříč programy</p>
<p>Změna loga uprostřed období</p> <p><i>(nové logo bude maximálně využíváno tak, aby se dostalo do podvědomí široké veřejnosti)</i></p>	<p>Podpora norské strany při hledání partnerů napříč programy</p>
<p>Nejednotné užívání českých ekvivalentů názvů, rozdělené financování (Fondy EHP, Norské fondy) - různé názvy jsou matoucí pro veřejnost</p> <p><i>(v novém programovém období bude zajištěna jednotnost)</i></p>	<p>Téměř všichni zprostředkovatelé již nějakým způsobem využívají sociální sítě a mají tedy na čem stavět.</p>
HROZBY	PŘÍLEŽITOSTI
<p>Fondy EHP a Norska často zaměňovány za fondy EU (a operační programy EU mají i negativní pověst - administrativní náročnost, nízké čerpání...)</p> <p><i>(NKM poskytne více vysvětlujících informací a zváží také vyhlášení soutěží a kvízů týkající se rozdílů mezi</i></p>	<p>Kvalitní webové stránky kontrolované NKM a zaměřené na komunikaci nejen s odbornou, ale i laickou veřejností</p>

EU a ESVO)	
<p>Nechuť části populace vůči Romům a tedy i snahám jim pomoci/financovat jejich inkluzi, stejně tak riziko, že některé programy zabývající se např. lidskými právy, gender problematikou či podporou občanské společnosti budou negativně přijaté veřejností a i některými novináři a politiky</p> <p><i>(více vysvětlujících aktivit, spolupráce se zprostředkovateli programů zaměřených na danou tematiku)</i></p>	<p>Možnost využít úspěšné projekty z minulých dotačních období k publicitě a komunikaci zejména s laickou veřejností</p>
<p>Chybí znalost veřejnosti, proč donorské země projekty financují, což podněcuje vznik různých konspiračních teorií</p> <p><i>(NKM poskytne vysvětlení - základní informace)</i></p>	<p>Všechny prioritní oblasti vycházejí z již existujících politik a cílů vlády ČR a řeší reálné problémy, což znamená, že velká část projektů je dobře komunikovatelná a pochopitelná i pro širokou veřejnost.</p>
<p>Facebook (nejčastěji využívaná sociální síť zprostředkovateli a partnery programů) postupně ztěžuje šíření neplaceného obsahu. Cílová skupina je navíc velmi diverzifikovaná, takže je téměř nemožné udržet pozornost fanouška=žadatele a tímto způsobem mu doručit informaci bez placené podpory.</p> <p><i>(NKM podniká kroky, aby bylo možné podpořit některé příspěvky placenou podporou)</i></p>	<p>Zahájit pravidelnou PR činnost na podporu dobrého jména Fondů EHP a Norska</p>
	<p>Samostatná aktivita financovaná z Fondů EHP a Norska na podporu osvěty o norských fondech a jejich cílech, o ESVO, EU a EHP a rozdílech mezi nimi</p>